



STRATEGIC EVENT MANAGEMENT

DE KRACHT VAN LIVE COMMUNICATIE ALS
STRATEGISCHE MARKETINGTOOL

**”Ik wil het maximale uit onze
events en meetings halen,
met optimale inzet van
mensen en middelen“**



Het belang van het integreren van live communicatie in je marketingmix

Het effectief inzetten van events, meetings en incentives als middel om de doelstellingen jouw bedrijf of merk bij een bepaalde doelgroep is een behoorlijke uitdaging. Niet alleen in tijd en geld, maar ook in logistieke en organisatorische zin. Daarnaast is het vaak een uitdaging om de perceptie van events bij directie of budgethouders te veranderen, wanneer zij het zien als een kostintensief en slecht meetbaar kanaal. Wij bewijzen graag het tegendeel!

Live communicatie biedt unieke, bewezen kansen om de persoonlijke betrokkenheid van je doelgroepen te vergroten. Dat begint al bij het feit dat uw gasten zich moeten aanmelden en naar het event komen; op dat moment hebben zij al een belangrijke interesse getoond. Hierdoor bereik je bij de inzet van events een kwalitatieve selectie van jouw doelgroep, die bereid is jouw merk of bedrijf aandacht te geven. Dat is bij veel andere kanalen niet het geval.

Wanneer events goed georganiseerd zijn, de beleving uniek is en de interactie met bedrijfsboodschap of product goed tot uiting komt, is de bereidheid van de aanwezigen om de event content (online) te delen groot en dus breidt het bereik uit. Daarnaast neemt de eventuele koopintentie significant toe (met 74%¹). De impact van een goed event op de bedrijfs- of merkperceptie bij de doelgroep kan voor lange tijd positief beïnvloed worden. Uit onderzoek van Meetings Professional International (MPI) bleek tevens dat de conversie van prospects naar klanten 40% is na fysieke ontmoetingen versus 25% zonder face-to-face contact. In de Verenigde Staten wordt ondertussen 20-25% van het jaarlijkse marketing budget besteed aan events² en in Nederland stijgen deze uitgaven ook. We vertellen je graag waarom wij dat een goede ontwikkeling vinden.

¹EventTrack2016 | ²Frost & Sullivan 2017



De kracht van een fysieke ontmoeting

“Fysieke ontmoetingen kunnen helpen het beeld over jouw organisatie of merk te veranderen. We zijn gevoelig voor hoe iemand in levende lijve is. Iemand die scherpe mailtjes opstelt, kan in het echt wellicht niet uit zijn woorden komen of vice versa. Dat betekent dus wel dat je je publiek alleen succesvol tegemoet kunt treden met mensen die je verhaal goed kunnen vertellen. Dan is live communicatie een krachtig middel. Zowel richting de buitenwereld als de interne organisatie. Een boodschap kun je brengen in de vorm van een rationeel betoog, met stellingen en argumenten, of als verhaal, dat je aansprekender kunt maken en veel meer kunt aankleden.”

Hans Hoeken, hoogleraar Radboud Universiteit

De structurele inzet van live communicatie vergroot de impact van meetings, incentives en evenementen

Waarschijnlijk vraagt uw CEO zelden om een event. Hij of zij vraagt om verkoopgroei, loyaliteitstoename, buy-in van medewerkers, productlanceringen. Al deze doelstellingen vragen om maximale doelgroep betrokkenheid. Fysieke ontmoetingen vergroten de overdracht van de boodschap en/of productbeleving³. Events zijn belangrijker dan ooit om in samenhang met digitale/online kanalen je verhaal en je doel over te brengen en verbinding te maken. Het is een zeer effectief kanaal om het bouwen van relaties te starten en functioneert vaak als vliegwiel om ze uit te bouwen. Daarnaast is een event gratis marktonderzoek; nieuwe ideeën en feedback op jouw boodschap of product worden gezamenlijk opgedaan.

Live communicatie is ook goed in te zetten binnen jouw eigen organisatie, voor interne verandertrajecten bijvoorbeeld. Door het verhaal van de verandering te vertellen, kun je laten zien waar je met z'n allen heengaat en wat daarvoor nodig is.

Dat beeld hebben mensen vaak niet uit zichzelf. Het kan weerstand wegnemen; dat de bedrijfsleiding de tijd en moeite neemt om met zijn allen het werk even neer te leggen en samen te komen tijdens een event, onderstreept dat bovendien het belang dat je hecht aan je doel. Je haalt mensen uit hun routine en kunt draagvlak creëren voor een verder verandertraject³.

De impact van het structureel inzetten van events in de marketing mix is cumulatief; de kracht van de boodschap zit immers in de herhaling. Door technologie in te zetten om de effecten te meten, krijg je niet alleen inzicht in veranderingen in kennis, houding en gedrag; de learnings helpen je ook toekomstige events efficiënter te plannen en uit te voeren.

³Hans Hoeken, hoogleraar Radboud Universiteit



A man in a dark suit and light blue shirt is seen from the back, standing at a podium and addressing a large, blurred audience in a conference hall. A laptop is open on the podium in front of him. The background is filled with people seated in rows, creating a bokeh effect. The lighting is warm and focused on the speaker.

**”Zie elk event als een kans om
je strategische ambitie
neer te zetten“**

Als het geheel groter is dan de som der delen

De voordelen van een gesynchroniseerde aanpak ligt niet alleen op het uitvoerende vlak zoals hiervoor beschreven maar ligt vooral ook in de conceptuele gedachte. Deze fungeert als rode draad die de events campagne bindt, en focus en eenheid geeft. Dit kan gebaseerd zijn op een bestaand communicatieconcept van het merk, of een specifieke doelstelling of thema dat bij de betreffende activiteit past (denk aan een jaarthema of motto vanuit MT/directie). Die eenheid op zowel inhoudelijk als visueel vlak, en over een langere periode, maken dat de boodschap beter beklijft en een maximale gastbeleving zorgt.

Synergie in concept, communicatie, uitvoering en beleving - of het nou bij een individuele activiteit of op een serie activiteiten wordt toegepast – zorgt naast optimale engagement (attentiewaarde) ook voor hogere participatie en meer verbinding in de doelgroep onderling en tussen opdrachtgever en doelgroep.

Een integraal eventsprogramma draagt dus op veel manieren bij aan de effectiviteit en efficiëntie van de inzet van jouw marketingbudget – en daardoor aan het behalen van de commerciële doelstellingen van je bedrijf. Of het nu gaat om een eenmalig personeelsfeest, een serie van business partner meetings of unieke incentive reis.

Wat ons betreft wordt het daarom hoog tijd dat het live-communicatie kanaal een definitieve plek in de strategische marketing mix krijgt. En we denken graag met u mee op welke manier!

Wij zijn ATPi Corporate Events.
From A to awesome!



**”De impact van een event
maakt het verschil tussen
een leuke bijeenkomst en een
gedragsveranderende mijlpaal“**



Strategic Event Management volgens ATPI

- One-stop-shop vakkennis en -kunde met maatwerkoplossingen voor strategie, activatie, veiligheid tot logistiek
 - Een transparante on-time en on-budget werkwijze die optimaal inzicht en keuze verschaft gedurende elk traject
 - Vaste, 'dedicated' project teams met de juiste kennis voor jouw opdracht die gedurende de samenwerking behouden blijft
 - Een door 30 jaar kennis & ervaring opgebouwde 'toolbox' met bijv. onsite communicatie, calamiteiten en registratieoplossingen
- Integrale en uniforme beleving van (merk) boodschap zorgt voor lange termijn effecten bij de doelgroep(en);
 - hogere kwaliteit van de relaties met koopintentie vergroting
 - betere boodschap overdracht en bereik daarvan
 - efficiency in ontwikkelings- en executiekosten
 - effectieve kennisoverdracht en –deling.

Aanwezigheid



20%

Productiviteit



27%

Kosten



20-30%

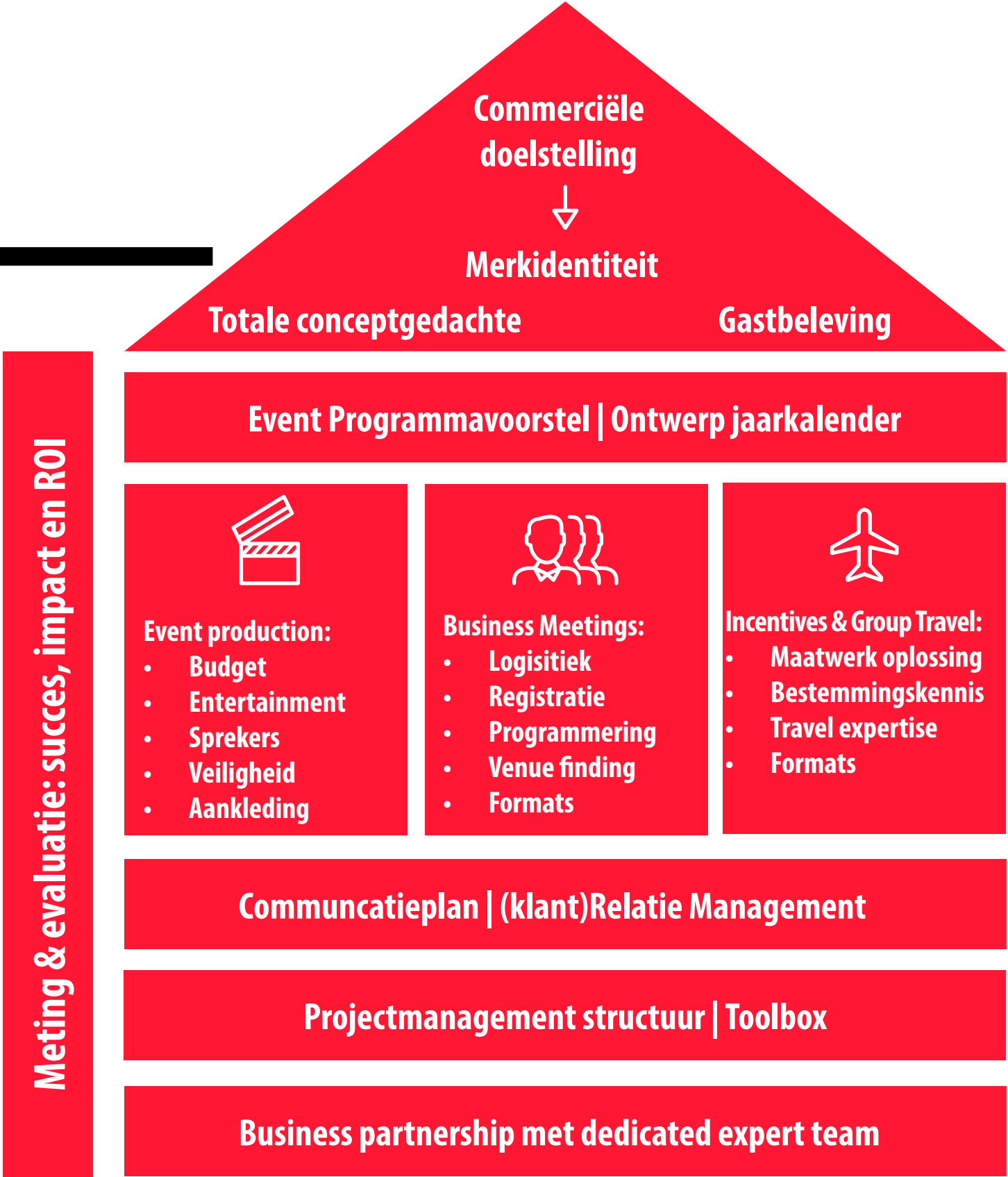
Door de digitalisering van communicatiemiddelen en het extreem hoge gebruik van smartphones tijdens events leidt ertoe dat events een rijke bron van data kunnen zijn. Door technologische oplossingen effectief in te zetten bij bijvoorbeeld het registratietraject en het delen van content via een online platform kan het succes van een event significant toenemen.⁵

⁵Frost & Sullivan USA 2017)

Strategic Event Management volgens ATPI

Op basis van een uitgebreide kennismaking en intake leren wij over jouw bedrijf, team, doelstellingen en (merk)boodschap.
Daarop bouwen wij een op maat gemaakt programmavoorstel conform ons Strategic Event Management model.
Deze aanpak waarborgt inhoudelijke en visuele synergie en uitstekende executie met oog voor detail. Het venijn zit hem bij events immers vaak in de staart.

Strategic Event Management zorgt enerzijds voor events met een WOW-factor voor je doelgroep, anderzijds voor optimale inzet van de beschikbare tijd en middelen en dus de maximale bijdrage aan de doelstellingen.



Inzicht in effectiviteit van events: meten om te sturen.

Natuurlijk is het van groot belang dat naast het enthousiasme en een hoge evaluatiescore van de gasten verdere beoordeling kan plaatsvinden of uw eventstrategie effect heeft.

Op gestructureerde wijze data meten en toepassen stelt je in staat live communicatie op marketingstrategisch niveau in te zetten. Met inzicht in wat events je opleveren bouw je de beste verantwoording op voor de marketingeffort die met ermee gemoeid is. Om feitelijke veranderingen waar te nemen, moet zowel voor, tijdens als na het event gemeten worden. Met de opbouw van historische data vergroot je de betrouwbaarheid van je data en kan verdere kennis en efficiency opgebouwd worden. Het stelt je in staat om je koers gaandeweg te verbeteren en tijdig bij te stellen.

Welke KPI's je wilt meten hangt samen met de stakeholders binnen je organisatie; de event manager meet het succes met de conversie van genodigden weten en de sessie beoordelingen. Zelf wil je de impact misschien meten in het bedrag aan sales opportunities en de directie wil de return on event investment zien in gesloten deals. Of het nu om medewerkerstevredenheid, productkennis of sales gaat – we helpen je graag op weg om dat inzicht te verkrijgen.



Events: 5 'Reasons why'

Juist omdat de perceptie zou kunnen zijn dat events 'for fun', duur en tijdsintensief zijn, is het belangrijk bewijs te leveren dat ze feitelijk bijdragen aan de (commerciële) bedrijfsdoelen.

- 1. De ultieme brand experience** Tijdens een event is er tijd en aandacht voor gerichte verbinding met de omgeving, aanwezigen en content (boodschap)
- 2. Content voor daadwerkelijk geïnteresseerd publiek** Events bieden een uitstekende gelegenheid om gerichte/afgestemde content te leveren aan een publiek dat hier speciaal voor komt. 75% van de eventsbezoekers geeft aan het als waardevolle content-bron te zien⁴
- 3. Brand advocates 'on the spot'** Niet alleen de koopintentie neemt toe tijdens een positieve merkbeleving, ook de kans dat gasten anderen over uw bedrijf of merk vertellen. Brand advocates kunnen tijdens en na events als influencers effectief bijdragen aan new business
- 4. Geschikt voor lead nurturing** Als events strategisch worden ingezet en benaderd, als onderdeel van het sales proces, biedt het veel kansen om leads op te warmen dan wel te genereren. Met toepassing van technologie kan ter plekke inzicht gecreëerd worden in kennis, houding en gedrag
- 5. De kracht van 'face-to-face'** De verbinding die gebouwd of gevoed kan worden door persoonlijk contact kan in geen enkel ander kanaal bereikt worden.

Door het geheel aan activiteiten op een campagnematige manier te benaderen wordt een impactvollere totaaloplossing gecreëerd, met optimale doelgroep engagement als resultaat.

Wij noemen dit **Strategic Event Management**.

⁴Doubledutch USA

Het belang van een structureel partnership

"Events zijn een geïntegreerd onderdeel geworden van de marketingstrategie. Opdrachtgevers leunen vaker op strategisch niveau op de bureaus en de behoefte aan consultancy neemt toe. Het bedenken, creëren en realiseren van effectieve live experiences, steeds vaker ingebed in een campagne, vergt brede vakkennis en ervaring. Niet alleen van live communicatie, maar ook van andere media. En juist hier spelen de bureaus een belangrijke rol.

Als partner help je opdrachtgevers evenementen op zowel strategisch als creatief niveau een plek te geven in het marketingbeleid. Een concreet gevolg voor het businessmodel van partners is dat ze mensen met andere vaardigheden in je organisatie nodig hebben,

zoals bijvoorbeeld marketing en communicatie. Zij moeten in staat zijn om de vraag van de klant te doorgronden, om op basis daarvan te beoordelen of de briefing ook overeenkomt met het gewenste resultaat.

Hoe meer je op de strategische stoel gaat zitten, hoe meer je binnen een organisatie in staat bent om de dialoog aan te gaan. Je kunt als bureau echt in de huid van het merk kruipen. De samenwerking kan hierdoor ook langduriger en intensiever worden, als bureau kun je meer betekenen voor de opdrachtgever. Misschien zelfs voor andere doelgroepen of meerdere vestigingen, mogelijk ook internationaal. Zo ontstaat een duurzame relatie, waarbij je door in elkaar te investeren ook veel betere resultaten krijgt."

(Uit een interview met het bestuur van Independent Dutch Event Association) 

40% van de opdrachtgevers ziet de rol van bureaus voornamelijk als creatieve partner

25% ziet een gecombineerde rol, zowel op creatief als op strategisch vlak

Ruim 40% werkt met 1 vast live communicatie bureau

36% werkt met maximaal 2 bureaus, waarbij in sommige gevallen bureaus met verschillende disciplines worden ingezet⁵

⁵IDEA onderzoek 2017

A person wearing a blue button-down shirt is sitting at a desk, looking at a laptop. Their hands are holding a white sheet of paper with a colorful bar chart on it. The background is slightly blurred, showing more papers and a smartphone on the desk. The text is overlaid on the left side of the image in a white, bold, sans-serif font.

”De huidige event professional is een conceptdenker met brede kennis en vakmanschap, heeft een brede kring van professionele partners en is in staat de vaak abstracte wens van een opdrachtgever om te zetten in een concreet concept voor een event of campagne”

A person's hand is silhouetted against a bright, bokeh-filled background of stage lights at night. The hand holds a smartphone horizontally, which displays a video of a large crowd at a concert or event. The phone's screen shows a timestamp of 00:00:03 and a red recording icon. The background is a mix of warm yellow and orange light and cooler blue and teal light, creating a vibrant, out-of-focus effect.

Je kunt op ons rekenen

Wij ontzorgen jou en je deelnemers of gasten, zodat jij je kunt focussen op de inhoud en de doelen van het event of de meeting zelf.

Dit garanderen we.

Onze garanties



Full service onder 1 dak

- ✓ Expertise op gebied van strategisch advies, project management en communicatietrajecten
- ✓ Verzorging van alleen locatie tot complexe logistieke trajecten tot onsite hosting
- ✓ Inhouse en outsourcing mogelijkheden
- ✓ Evenementenproductie
- ✓ Business meetings
- ✓ Incentives & Group Travel
- ✓ Strategic Event Management
- ✓ Calamiteiten management
- ✓ Communicatiesupport / onsite branding
- ✓ Groepsboekingsexpertise
- ✓ Veiligheidsmanagement
- ✓ Crowd management



Kennis & ervaring

- ✓ Wereldwijd netwerk van kantoren, inkoopkracht en beschikbaarheid en uitgebreide bestemmingskennis
- ✓ 30 jaar ervaring in Nederland met breed aanbod in ontwikkeling en executie van meetings, incentives en evenementen
- ✓ Hoge kwaliteit dienstverlening (100% NPS score), blijvend in ontwikkeling
- ✓ Gespecialiseerde benadering van groepsreizen en complexe logistieke trajecten bij events
- ✓ 360 graden aanpak; van concept tot productie tot after sales

Onze garanties



Effectieve maatwerkoplossingen

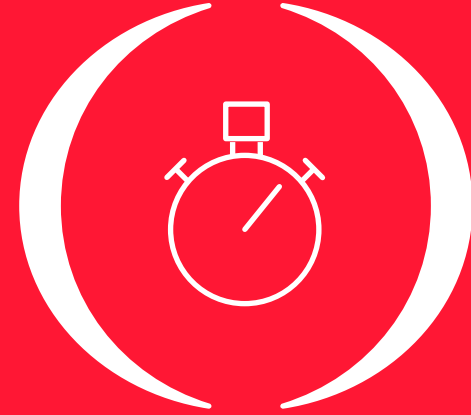
- ✓ Intensieve briefingsaanpak t.b.v. doelgroep inzicht en optimale vertaling wensen
- ✓ Vanuit kennis & ervaring wordt basis gelegd, klantvraag bepaalt specifieke oplossing
- ✓ Brede mix en kennis van registratietools en portals
- ✓ Adviseren van juiste eventtype voor juiste gelegenheid
- ✓ Structurele aanpak typische events uitdagingen als no shows, beoordelingen, F&B inkoop, venue sourcing, logistiek, veiligheid



Relatiemanagement en communicatie

- ✓ Ieder event of serie van events aangepakt als 'campagne' ('voor, tijdens en na' aanpak) levert kosten efficiëntie in het gehele proces op
- ✓ Intensieve briefingsaanpak waarmee we doelgroepinzicht opbouwen en wensen optimaal kunnen vertalen in uitvoering
- ✓ Event-strategische aanpak die consistentie, efficiency en focus van de boodschap oplevert
- ✓ Uniforme boodschap, storytelling en beleving zorgt voor optimale attentiewaarde en impact
- ✓ Integrale gastbeleving vertaald naar communicatie en branding voor, tijdens en na de events

Onze garanties



Dedicated Project team

- ✓ Toegewijde mensen op specifieke / terugkerende projecten; kennisbehoud en partnership
- ✓ Ontzorgen opdrachtgever; persoonlijk/vast aanspreekpunt en begeleiding
- ✓ Inzet van specialismes naar behoefte
- ✓ Gedreven en realistisch; verlengstuk van jouw organisatie
- ✓ Can-do mentaliteit, gaan tot het uiterste en zijn getraind in het anticiperen en acteren op ongeplande gebeurtenissen
- ✓ Oplossingsgerichtheid; er is altijd een weg!



On Time On Budget

- ✓ Transparante, inzichtelijke calculaties t.b.v. heldere keuzes
- ✓ Budgetbewaking gedurende gehele project
- ✓ Optimalisatie van inzet van mensen en middelen
- ✓ Efficiënt proces- en project management
- ✓ Vast project team t.b.v. bewaking kennisniveau bedrijf, merk, producten en doelgroepen
- ✓ Schaalbaarheid van inkoop en verhuur
- ✓ Scherpe inkoop en voorwaarden

Benieuwd hoe wij de impact van jouw events kunnen vergroten?



“Er is altijd een oplossing”



“You are what you share”



“Don’t tell me the sky is the limit, when there are footprints on the moon”

