

Interreg



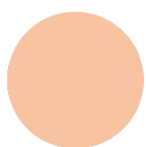
Cofinancé par
l'Union Européenne
Medegefinancierd door
de Europese Unie

France - Wallonie - Vlaanderen



COMM-FICHE

Hoe organiseer je een evenement?





Inhoudstafel

1. Verplichtingen.....	3
2. Nuttige tips.....	3
3. Waar moet je aan denken als je een evenement organiseert?.....	4
3.1. Voor het evenement.....	4
3.2. Tijdens het evenement.....	11
3.2. Na het evenement.....	13
4. Checklist van het evenementenplan.....	14



1. Verplichtingen

Het programma verplicht de organisatie van twee communicatie-acties aan het begin en aan het einde van het project. Dat kan elke actie zijn met betrekking tot het bekendmaken van het project of de promotie van de resultaten. Die acties kunnen de vorm aannemen van evenementen: een conferentie, een seminar, een informatiedag, een tentoonstelling, een briefing, een excursie enz. Het belangrijkste is dat de acties zijn afgestemd op de doelgroep.

Voor een grensoverschrijdend evenement moet de nadruk liggen op:

- **het grensoverschrijdende aspect van het project.** Bijvoorbeeld door sprekers van beide kanten van de grens uit te nodigen;
- **de medefinanciering door de Europese Unie** via het Interreg-programma France-Wallonie-Vlaanderen;
- **de grensoverschrijdende resultaten van het project en hun impact op het samenwerkingsgebied** (concrete voorbeelden, getuigenissen, enz.);
- het onthaal van een **grensoverschrijdend publiek**;
- **de tweetalige organisatie** als het projectpartnerschap dat vraagt.

Elke projectpartner beschikt over een basiscommunicatiekit om de zichtbaarheid van de Europese Unie en het Interreg-programma te garanderen. Bijkomend materiaal kan worden geleend bij de regionale projectadviseurs: roll-ups, beachflags, tafelvlaggetjes, vlaggen, enz. Daarnaast zijn er andere goodies beschikbaar bij de territoriale antennes om uit te delen aan je doelgroep tijdens evenementen die je organiseert. Ze zijn beschikbaar op aanvraag, maar wees aandachtig om ze toch genoeg op voorhand te vragen.

Ter herinnering: het is **verplicht om de vlag van het Programma te gebruiken tijdens evenementen.** Er kan om bewijs worden gevraagd, dus het is aan te raden om foto's te maken tijdens het evenement.

In sommige gevallen kan het aangewezen zijn om een gezamenlijk evenement te organiseren met andere projecten die aan gemeenschappelijke doelstellingen werken, bijvoorbeeld in het kader van een projectenportefeuille.

2. Nuttige tips

Welk soort evenement je ook wil organiseren, het is essentieel om jezelf vooraf de volgende 3 vragen te stellen:

- a) Welke **doelstelling** willen we bereiken?
- b) Wie is de **doelgroep**?
- c) Wat is de meest effectieve **manier** om deze doelgroep te bereiken?

Het succes van een evenement hangt in grote mate af van een voorafgaande afbakening van de doelstelling van het evenement, de doelgroep en de manier om die te bereiken.

De organisatie van het evenement moet daarom ruim van tevoren beginnen om tot een coherent actieplan te komen.

3. Waar moet je aan denken als je een evenement organiseert?

3.1. VOOR HET EVENEMENT

ORGANISATOREN

Stel een team samen dat verantwoordelijk is voor het evenement en stel een gedetailleerd plan op.

Zoek lokale contactpersonen en wijs rollen toe aan de leden van je team. We raden ook aan om de verantwoordelijken voor de verschillende aspecten van je evenement aan te duiden.

Houd hen regelmatig op de hoogte, bijvoorbeeld door vergaderingen te organiseren. Stel een retroplanning op met alle informatie over het evenement (agenda, organisatie van de dag, contactpersoon voor de locatie, contactgegevens van eventuele sprekers, enz.) zodat elk lid van je organisatie team alle essentiële informatie bij de hand heeft.

DOELGROEPEN

De afbakening van de doelgroep is cruciaal voor het succes van een evenement. Zodra het thema en de uiteindelijke doelstelling van het evenement vastliggen, moet je de interesse van je potentiële publiek analyseren.

Om je doelgroep af te bakenen, kun je jezelf de volgende vragen stellen:

- Welke groep mensen zou geïnteresseerd zijn in mijn evenement (activiteitengebied, leeftijd, geografische locatie, technologisch kennisniveau, enz.)?
- Welke groep mensen kan mij mogelijk helpen om mijn project- en communicatiedoelstellingen te bereiken?
- Hoe kan ik mijn evenement aantrekkelijk maken voor deze doelgroep?

Zodra je deze drie vragen hebt beantwoord, weet je welke de ideale mensen zijn om aan te spreken.

BUDGET



Je budget bepaalt in grote mate bepaalde aspecten van jouw evenement (locatie, aantal gasten, kwaliteit van de materialen, enz.). Daarom is het belangrijk om hiermee rekening te houden in je planning.

Bepaal om te beginnen welk budget je nodig hebt om je evenement te organiseren (binnen het budget goedgekeurd in je projectfiche). Duid vervolgens een lid van je team aan als verantwoordelijke voor de kostenbeheersing. Verdeel je budget over de verschillende fasen van de organisatie van het evenement en zet ook een deel aan de kant voor onvoorziene gebeurtenissen.

Het budget kan verdeeld worden tussen de verschillende projectpartners (of tussen verschillende projecten in geval van een gezamenlijk event, voor de [projectenportefeuille](#) bijvoorbeeld). In dat geval raden we aan zo snel mogelijk contact op te nemen met je projectpartners om de verdeling van het budget formeel vast te leggen en ervoor te zorgen dat alle partners het eens zijn over de uitgaven (wie? wat? wanneer? hoe?).

Opgelet:

Hou rekening met de geldende nationale en Europese regels inzake mededinging voordat je de fondsen voor je evenement vastlegt. Meer informatie hierover vind je in de toolbox op onze website:

- [Fiche Subsidiabele uitgaven – Bijlage 1 – Overheidsopdrachten Frankrijk](#)
- [Fiche Subsidiabele uitgaven – Bijlage 2 – Overheidsopdrachten Wallonië](#)
- [Fiche Subsidiabele uitgaven – Bijlage 3 – Overheidsopdrachten Vlaanderen](#)

FORMAAT VAN HET EVENEMENT

De vorm van je evenement bepalen, is een van de eerste stappen in je planning. De keuze tussen de 3 hieronder beschreven opties kan doorslaggevend zijn om je doelgroep in meer of mindere mate aan te trekken:

- **Fysiek evenement:**

Een fysiek evenement bestaat uit een fysieke bijeenkomst van de doelgroep. Het grote voordeel van fysieke bijeenkomsten is de gezelligheid en de vlotte uitwisseling met het publiek, wat zorgt voor een meer menselijke ervaring. Dit type evenement maakt het ook gemakkelijk om je boodschap over te brengen omdat je je gesprekspartner niet van achter een scherm moet toespreken. Er zijn echter een aantal punten waar je rekening mee moet houden. Ten eerste



is het aantal deelnemers bij fysieke bijeenkomsten beperkter. Dat hangt grotendeels af van de capaciteit van de gekozen locatie. Bovendien zou het kunnen dat een aantal mensen zich niet kunnen verplaatsen en daarom besluiten zich niet in te schrijven of hun deelname te annuleren. Meer in het algemeen vereist het organiseren en houden van een fysiek evenement meer financiële en personele middelen. Dit format wordt echter het meest gewaardeerd door de doelgroep.

- **Online event:**

Op een online event kun je heel veel mensen uitnodigen zonder dat ze op dezelfde plaats hoeven te zijn om deel te nemen. Dergelijke evenementen op afstand worden georganiseerd via videoconferentie. Die optie heeft een aantal voordelen: ten eerste kun je verschillende soorten videoconferenties houden (webinar, vergadering, online workshop, live video, enz.). Bovendien, als de doelgroep zich moeilijk kan verplaatsen (mensen met beperkte mobiliteit, ouderen, kinderen, enz.) maakt een evenement op afstand het gemakkelijker om in contact te komen met het publiek zonder logistieke problemen. Een evenement op afstand organiseren vereist echter wel enige technische kennis: je moet ervoor zorgen dat je een stabiele internetverbinding hebt, weten hoe je videoconferentietools moet gebruiken (hun functies kennen en testen) en ook anticiperen op de menselijke middelen die nodig zijn om het evenement vlot en aangenaam te laten verlopen.

- **Hybride evenement:**

Een hybride evenement biedt de mogelijkheid om een fysiek evenement te organiseren, terwijl andere mensen het evenement tegelijkertijd op afstand kunnen volgen. Het grootste voordeel van dit format is het grotere aantal deelnemers: je boodschap zal een breed publiek bereiken. Een hybride evenement kan ook verschillende vormen aannemen: van een eenvoudige videoconferentie tot een live-uitzending op internet of sociale media. Het fysieke evenement kan gefilmd worden zodat het op afstand bekeken kan worden. Die videobeelden kunnen vervolgens worden gepubliceerd op je website of sociale media (bv.: YouTube) voor een nog ruimere verspreiding. Die optie vereist echter meer financiële en personele middelen dan een evenement op afstand, aangezien het evenement zowel fysiek als op afstand georganiseerd moet worden.

Welk format je ook kiest, het is essentieel om zo vroeg mogelijk te beginnen met de organisatie en het uitvoeren van tests met de mensen die verantwoordelijk zijn voor de logistiek van je evenement. Externe diensten die gespecialiseerd zijn in evenementen kunnen je helpen om ervoor te zorgen dat je evenement vlot en binnen het kader verloopt.

THEMA/TITEL VAN HET EVENEMENT



De titel van een evenement bepaalt de identiteit ervan en is een belangrijke factor die je genodigden al dan niet zal overtuigen om het evenement bij te wonen. Het thema moet de doelstellingen van je project weerspiegelen en in het oog springen.

DATUM

Bij de keuze van de datum van je evenement is het essentieel om rekening te houden met je doelpubliek. Professionals zullen bijvoorbeeld de voorkeur geven aan een tijdstip binnen de werkweek, maar een muziekfestival of een workshop met kinderen hebben misschien meer kans op succes in het weekend (zaterdag en zondag) of op een feestdag.

Je moet er ook voor zorgen dat de gekozen datum niet samenvalt met externe factoren die het aantal deelnemers kunnen verminderen, zoals:

- populaire verlofdagen;
- feestdagen;
- gelijkaardige evenementen interessant voor dezelfde doelgroep;
- verstoring van het openbaar vervoer of werken op belangrijke invalswegen;
- schoolvakanties (en de verschuivingen in deze vakanties afhankelijk van de regio of het land).

TIMING

Vindt je evenement over meerdere dagen plaats? Op één namiddag? Probeer snel de tijd te bepalen die nodig is om je evenement op een ontspannen manier te presenteren. Door aan de inhoud te werken, kun je ongeveer uitrekenen hoeveel tijd je nodig hebt.

Houd ook rekening met de reistijd van je doelgroep: een evenement in de vroege ochtend is misschien niet ideaal als je publiek niet in de buurt woont.

PLANNING

Maak het evenement interactief door debatten en workshops in te lassen om gesprekken op gang te brengen.

- Voorzie voldoende tijd voor vragen en discussie.
- Organiseer momenten om netwerking aan te moedigen.
- Wees flexibel in je planning voor het geval een presentatie niet op tijd afgerond wordt.
- Maak voldoende tijd vrij voor pauzes en lunch (1-1,5 uur).

SPREKERS

Dynamische, inspirerende sprekers die relevant zijn met betrekking tot het onderwerp, vormen een extra troef voor je event. Door interessante mensen uit te nodigen, zul je waarschijnlijk meer deelnemers aantrekken en dus waarde toevoegen aan je evenement.



Zodra je de ideale sprekers gevonden hebt, moet je met hen de doelstellingen van je evenement en het geplande programma overlopen. Probeer kernboodschappen op te stellen om te delen met de doelgroep. De sprekers moeten met vernieuwende voorstellen komen en het presentatiemateriaal moet aangepast zijn aan hun bijdragen.

Zorg ervoor dat je hun bijdragen op voorhand plant en hou regelmatig contact met hen zodat ze de algemene doelstellingen van je evenement niet uit het oog verliezen.

MODERATOR/ANIMATOR

Een van de belangrijkste ingrediënten om een evenement te doen slagen is een goede moderator. Kies iemand die in staat is om het evenement te leiden, de gesprekken en discussies te sturen en het evenement interessant en aangenaam te maken voor je gasten. Je kunt een vlotte spreker binnen je organisatie kiezen die het onderwerp goed beheerst, maar het is ook mogelijk om deze taak uit te besteden. Als je besluit om een externe moderator in te schakelen, onderschat dan de voorbereidingstijd niet: de moderator moet vertrouwd zijn met het onderwerp dat zal gepresenteerd worden.

Een interessant evenement begint met een goede voorbereiding: zodra de moderator(s) gekozen is (zijn), is het aan te raden om een document op te stellen waarin de volgorde van het evenement gedetailleerd wordt beschreven. De inhoud kan evolueren naarmate je vordert met de organisatie van je evenement, maar de leidraad moet duidelijk zijn voor de moderators. Aarzel niet om dat document te delen met iedereen in het team die deelneemt aan het evenement: dat zal de andere coördinatoren en sprekers helpen om zich op elkaar af te stemmen.

De tweede fase bestaat uit het voorbereiden van de toespraken van de verschillende sprekers. Kies de vorm waarin de moderator de inhoud wil lezen (papier, autocue enz.) en plan een repetitie vooraf met alle sprekers. Zo kun je het materiaal testen en eventuele momenten van onduidelijkheid wegwerken.

LOCATIE

Bepaal voordat je op zoek gaat naar een locatie voor je evenement het totaal aantal deelnemers dat zich waarschijnlijk zal inschrijven. Dat bepaalt de grootte van de zaal die je moet reserveren en de cateringservice die je moet kiezen.

- Zorg ervoor dat de locatie die je kiest geografisch bereikbaar is voor je doelgroep.
- Ga na of de locatie over alle technische apparatuur beschikt die je nodig hebt.
- Neem contact op met verschillende locaties om de locatie met de beste prijs-kwaliteitsverhouding te vinden op basis van je budget en het soort evenement dat je wilt plannen (zorg ervoor dat je de regels inzake mededinging naleeft).
- Je moet ook bijzondere aandacht besteden aan de toegankelijkheid voor personen met beperkte mobiliteit.



CATERING

Vergeet niet om voldoende tafels en een paar stoelen te voorzien zodat mensen kunnen gaan zitten. Vergeet niet om rekening te houden met alle diëten.

TECHNISCHE APPARATUUR

Maak een volledige lijst van de technische apparatuur die je de dag zelf nodig hebt (computers, beamers, groot scherm, enz.).

- Vraag eerst aan de verantwoordelijke van de locatie welke apparatuur ter plaatse beschikbaar is.
- Plan van tevoren een bezoek aan de locatie om de apparatuur die gebruikt zal worden te testen en om te zien wat er beschikbaar is.
- Verzamel vooraf al het presentatiemateriaal van de verschillende sprekers en voeg het samen op één drager die gebruikt zal worden tijdens de projectie. Voor een grootschalig evenement kun je een professionele fotograaf inhuren.

UITNODIGINGEN

Verstuur tijdig je uitnodigingen of een *'save the date'*, zodat je gasten het ruim van tevoren weten. Houd je uitnodigingen eenvoudig en *to the point*.

Vergeet niet om je website, sociale media en nieuwsbrief te gebruiken om je evenement te promoten. Tegenwoordig creëren organisatoren ook vaak een specifieke website voor een grootschalig evenement. Dat kan uiteraard ook via een specifieke pagina op je bestaande website.

INSCHRIJVINGEN

Je kunt inschrijvingen voor je evenement per e-mail organiseren, maar de meest gebruikelijke manier is om je gasten online te laten inschrijven. Je kunt bijvoorbeeld een gratis online formulier maken (Google Forms, Microsoft Forms, enz.).

Vergeet niet een uiterste inschrijvingsdatum te vermelden. De deelnemers voeren hun persoonsgegevens in een database in waartoe jij toegang hebt en waarin je informatie over je evenement kunt toevoegen, verwijderen en bijwerken zonder de hulp van een programmeur.

Wanneer je de inschrijvingsbevestiging naar je gasten stuurt, vergeet dan niet om praktische informatie over de locatie toe te voegen. Dat kan in de vorm van een plattegrond of informatie over het openbaar vervoer waarmee de locatie bereikt kan worden.

Je moet regelmatig herinneringen sturen tot aan de uiterste inschrijvingsdatum om de doelgroep te stimuleren.



Opgelet:

Houd er rekening mee dat de verspreiding van persoonsgegevens wordt beschermd door de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). De gastenlijst met persoonsgegevens mag bijvoorbeeld niet worden verspreid zonder uitdrukkelijke toestemming. Raadpleeg de AVG ([verordening EU 2016/679](#)) van de Europese Unie.

Voorbeelden van goede praktijken:

- Verzamel alleen de gegevens die je nodig hebt om je doelstellingen te bereiken.
- Vraag uitdrukkelijke toestemming om de gegevens van een individu te verzamelen.
- Leg een bewaringstermijn voor de gegevens vast. Zodra deze datum is bereikt, verwijder je alle verzamelde gegevens.
- Bescherm de verzamelde gegevens in een beveiligde omgeving.
- Als je persoonsgegevens wilt verspreiden, moet je de betrokkene opnieuw om uitdrukkelijke toestemming vragen.
- Iedereen heeft het recht om zijn gegevens te wijzigen of te laten schrappen:

REPETITIEVERGADERING

Plan wat repetitietijd in de dag voor het evenement.

- Nodig de sprekers uit om hun presentatie te oefenen en te anticiperen op vragen die gesteld kunnen worden (bv.: waar is het toilet? Wat is het wifi-wachtwoord?).
- Zorg ervoor dat het team die vragen kan beantwoorden.
- Breng al het promotiemateriaal mee dat je nodig hebt voor je evenement.



3.2. TIJDENS HET EVENEMENT

VERWELKOMING

Wees gastvrij.

- Plan een verwelkoming van de deelnemers (we raden je aan om aanwezigheidslijsten te voorzien om opvolging te vergemakkelijken, evenals badges om netwerken te vergemakkelijken).
- Wijs voldoende mensen toe aan de inschrijvingsruimte zodat de deelnemers niet te lang in de rij hoeven te staan en zodat je eventuele vragen in goede omstandigheden kunt beantwoorden.

MEDIA

Als de media je evenement bijwonen, zorg er dan voor dat ze goed worden verzorgd. Duid een verantwoordelijke aan om de journalisten op te vangen, voor te stellen aan de mensen die geïnterviewd zullen worden, het project uit te leggen en op te treden als aanspreekpunt als ze vragen hebben.

Het kan handig zijn om een specifieke persmap en een volledig persbericht te hebben, maar ook een korter persbericht. Die specifieke persmap moet overhandigd worden aan de journalisten die je evenement bijwonen.

VRAGENLIJST

Stel, voorafgaand aan het evenement, **vragenlijsten** op om de mening van je gasten over je evenement te vragen. Dat geeft je een idee van wat er verbeterd moet worden voor het volgende evenement en wat je gasten goed vonden.

De vragenlijst moet opgesteld worden met de doelstellingen van het evenement in het achterhoofd en je moet er lessen uit kunnen trekken om toekomstige organisaties te verbeteren.

Om te weten te komen hoe zo'n vragenlijst tot stand komt, vind je hieronder een lijst met goede praktijken. Dit zal je helpen bij het opstellen van je vragenlijst:

- Definieer de doelstellingen van deze vragenlijst: Wat is het doel van deze enquête? Welke stappen wil je analyseren na je evenement?
- Formuleer duidelijke, beknopte vragen. Vermijd lange, bevooroordeelde vragen, want die zijn moeilijker te beantwoorden.
- Als je een beoordelingsschaal wilt gebruiken voor je antwoorden, kies dan een numerieke maatstaf (van 1 tot 5) of een kwalitatieve maatstaf (van 'ontevreden' tot 'zeer tevreden').



- We raden aan om een meer algemeen deel toe te voegen waar deelnemers verbetervoorstellen kunnen noteren (maximaal 2 of 3 open vragen).
- Vermijd acroniemen en technische termen als deelnemers daar niet mee vertrouwd zijn.
- Bereid de vragenlijst op voorhand voor en stel ze binnen 24 uur na het evenement ter beschikking van de deelnemers. We raden aan een online format te gebruiken omdat de antwoorden dan gemakkelijker verwerkt kunnen worden.
- Bepaal een afsluitingsdatum voor de tevredenheidsenquête.
- Analyseer de antwoorden en houd er rekening mee bij een toekomstig evenement (zorg ervoor dat je tijd en personeel voorziet om de resultaten te verwerken en zorg ervoor dat ze relevant zijn in verhouding tot het aantal respondenten).

Er zijn verschillende gratis online apps beschikbaar om je te helpen feedback van deelnemers te verzamelen:

- [Google Forms](#)
- [Microsoft Forms](#)
- [SurveyMonkey](#) (beperkt tot 10 vragen en maximaal 100 antwoorden)
- [Typeform](#) (beperkt tot 100 antwoorden)

Er zijn ook betalende apps beschikbaar, die vaak eenvoudiger te gebruiken zijn en meer functies bieden.

SOCIALE MEDIA

Je kunt plannen om je evenement live te verslaan op sociale media. Zo kun je mensen bereiken die niet op het evenement aanwezig zijn. Om je communicatie een zo groot mogelijke impact te geven, raden we aan om de platformen te bepalen die het beste aansluiten bij je doelgroep.

Eén of meer mensen moeten tijdens het evenement aan deze taak worden toegewezen. Je kunt de berichten die op internet worden geplaatst van tevoren voorbereiden en ze koppelen aan de foto's die tijdens het evenement worden gemaakt.

Om nog een stap verder te gaan, kun je de impact van je posts op sociale media meten als het evenement voorbij is. Hiervoor kun je gratis analysetools gebruiken (bv: Google Analytics).

FOTO'S



Vermijd grote groepsfoto's. Geef de voorkeur aan kleurrijke, realistische opnamen die je later kunt gebruiken in publicaties, persartikelen, bedankbrieven en op je website. Aarzel niet om een fotograaf in te huren voor een 'professioneel' resultaat.



Wist je dat?

Je afbeelding wordt beschouwd als een persoonsgegeven (AVG-verordening). In die context moet vooraf toestemming (schriftelijke toestemming) worden verkregen als je de afbeelding van een afzonderlijk en herkenbaar persoon wilt gebruiken. Een deelnemer kan verzoeken om een foto op een website of sociaal medium te verwijderen. Dat staat bekend als het recht op gegevenswissing. Het publiceren van een foto van meerdere mensen op een openbare plaats wordt echter niet beschouwd als een inbreuk op het beeldrecht.

Als er foto's van het evenement gepland zijn, **vergeet** dan **niet je deelnemers te waarschuwen dat er een fotograaf aanwezig zal zijn op het evenement en dat hun foto gebruikt kan worden voor communicatiedoeleinden**.

3.2. NA HET EVENEMENT

FOLLOW-UP

Upload alle relevante documenten over het evenement naar je website (presentaties, foto's, enz.). Stuur zeker ook bedankbrieven naar alle deelnemers en sprekers.

Stuur de foto's van het evenement naar de journalisten die aanwezig waren, en ook naar degenen die niet aanwezig konden zijn. Maak een nieuwsbrief/publicatie na afloop van het evenement.

Vergeet niet om alle kosten in verband met het evenement te betalen!

EVALUATIE

Organiseer een debriefingsessie met de organisatoren om te bespreken wat goed ging en wat er verbeterd kan worden voor toekomstige evenementen.

Analyseer de evaluatievragenlijsten die je tijdens het evenement aan je gasten hebt gegeven of stuur hen een tevredenheidsenquête per e-mail. (Wacht niet te lang om te voorkomen dat het antwoordpercentage daalt).



4. Checklist van het evenementenplan

Voor het evenement	
	<p>De taken worden toegewezen aan elke organisator:</p> <p><u>Technisch en budgettair beheer:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ De locatie kiezen (oproep tot mededinging plannen) ○ De dienstverleners selecteren, zoals tolken, technische leiding, catering, fotografie enz. (oproep tot mededinging plannen) <p><u>Praktisch beheer:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ De inschrijvingen organiseren en beheren ○ Praktische informatie en het programma opstellen en verspreiden ○ Vooraf de tevredenheidsenquête opstellen die na het evenement wordt verstuurd <p><u>Beheer van de inhoud:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ De hoofdthema's van het evenement kiezen ○ Sprekers en moderatoren kiezen ○ Presentatiemateriaal opstellen (bij voorkeur in FR en NL om de drie gebiedsdelen van het programma te bereiken) ○ Regelmatig communiceren met de presentatoren en moderatoren <p><u>Communicatiebeheer:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Communicatiecampagnes plannen ○ De specifieke doelgroep benaderen ○ Informatie over het evenement verspreiden op de projectwebsite (nieuwsbrief indien van toepassing) ○ Contact opnemen met de communicatiemanager van het FWVL-programma om het bereik van de communicatie te vergroten
	Op tijd de uitnodigingen versturen (sprekers, media en deelnemers)
	Inschrijvingen updaten; de deelnemers ontvangen een bevestiging per e-mail met de definitieve versie van het programma en praktische informatie
	Alle organisatoren worden geïnformeerd, zodat ze eventuele vragen kunnen beantwoorden.
	Briefing van de moderator en sprekers



	Alle presentaties worden gebundeld in één document en gecontroleerd
	Technische apparatuur controleren

Tijdens het evenement

	Een onthaal inrichten
	Naamkaartjes ordenen in alfabetische volgorde
	Water voorzien voor de sprekers
	Apparatuur in de conferentieruimte controleren <ul style="list-style-type: none"> ○ Computer met presentaties ○ Projectoren en schermen ○ Kabels en stopcontacten ○ Microfoons en geluidsinstallatie: mensen beschikbaar om microfoons uit te delen ○ Airconditioning en verlichting ○ Tolkapparatuur (indien van toepassing)
	Tevredenheidsenquête om je evenement te evalueren (indien ter plaatse uitgedeeld aan het einde van het evenement)
	Voldoende toiletten beschikbaar
	Gescheiden afvalbakken beschikbaar in de conferentieruimte
	Activiteiten in lijn met communicatieverplichtingen (EU/programma-vlaggen)

Na het evenement

	Documenten met betrekking tot het evenement en foto's worden gepubliceerd op de website (zorg ervoor dat je het beeldrecht van de deelnemers respecteert)
	Er worden bedankmails gestuurd naar alle deelnemers en sprekers
	Verwerken van de tevredenheidsenquêtes en gegevens
	Alle kosten betalen



Interreg

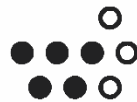


Cofinancé par
l'Union Européenne
Medegefinancierd door
de Europese Unie

France - Wallonie - Vlaanderen



Autorité de gestion • Beheerautoriteit



Wallonie - Bruxelles
International.be

Partenaires • Partners



Suivez-nous • Volg ons

www.interreg-fwvl.eu

