



Aaaaha! the Actor Factory

Inspirerende ontmoetingen mogelijk maken

Ideeën opdoen. Nuttige contacten verzamelen. Ervaringen uitwisselen. Oplossingen vinden. Daarvoor zijn beurzen, congressen, borrels en andere events. Maar vreemd genoeg blijven we dan het liefst in een hoekje met een clubje goede bekenden staan. Waar blijft de interactie?

Bij de entree van HRM Live, een vakbeurs voor HR professionals die eind april in Utrecht werd gehouden, keken de bezoekers in eerste instantie wat raar op. Men checkte in bij een flight desk, de naam werd genoteerd en men ontving een boarding pass. Onder begeleiding van een vrolijke piloot stapte men vervolgens in kleine groepjes de beursvloer op om in korte tijd vijf stands te bezoeken. Op elke stand hield iemand een kort praatje van een à twee minuten. "Dat leverde dus vijf verhalen op waarin je je als bezoeker verder kon verdiepen als je dat wilde", zegt de bedenker van dit concept, Erik Peekel (Aaaaha! the Actor Factory). "Met die vijf bezoekjes realiseren we een verdubbeling van het aantal stands dat men normaalgesproken bezoekt, want uit onderzoek blijkt dat een bezoeker van een vakbeurs gemiddeld 5,7 stands bezoekt. Weinig, hè? De reden is vermoedelijk angst. Want als je eenmaal met zo'n standhouder in gesprek raakt, hoe kom er dan er weer fatsoenlijk van af? Wat wil hij je in de tussentijd aansmeren? Met zo'n korte flight tour, zo'n ludieke rondleiding met een piloot, kun je luchtig en snel een aantal stands bezoeken en ideeën opdoen. Onze acteurs halen mensen even uit hun bestaande patronen en hopelijk volgt er daarna een inspirerende ontmoeting."

Hebben mensen zo'n duwtje in de rug nodig bij een beursbezoek?

"Mensen zijn lui en angstig en hebben daarom baat bij iemand die ze in contact brengt met anderen. Bij ons ligt de focus op het faciliteren van contacten tussen mensen. Het zijn de acteurs die het verschil maken, die vertrouwen wekken."

Is het de rol van een beursorganisator deze ontmoetingen tussen bezoekers mogelijk te maken?

"Absoluut! Als je op zoek bent naar producten en diensten, dan vind je die wel op internet. De traditionele functie van een beurs – de vraag- en aanbodzijde bij elkaar brengen – verdwijnt meer en meer. De uitdaging voor beursorganisatoren is nu het faciliteren van ontmoetingen. Interactie. Niet alleen tussen standhouder en bezoeker maar vooral ook tussen bezoekers onderling. Bezoekers van een vakbeurs worstelen vaak met dezelfde problemen. Wat is er dan interessanter om van anderen te horen welke hobbels zij hebben genomen en hoe ze dat hebben gedaan? Beursbezoekers willen ervaringen uitwisselen en mogelijke oplossingen bespreken. Een vakbeurs wordt steeds meer een netwerkbijsamenkomst."

"Mensen zijn lui en angstig en hebben daarom baat bij iemand die ze in contact brengt met anderen"

Op dezelfde beurs verzorgde je ook een speed date lounge. Centraal stond daarin niet het contact tussen bezoeker en standhouder maar tussen bezoekers onderling.

"We vroegen beursbezoekers of ze zin hadden in een goed gesprek. Zo ja, dan nodigden we ze uit in de lounge. Daar brachten we ontmoetingen tussen bezoekers onderling op gang met stellingen die op tafel lagen. De gelijkwaardigheid van de gesprekspartners was belangrijk voor het succes. De deelnemers praatten met vakgenoten. Er werd niet getracht ze een product te verkopen. Hadden mensen genoeg van het gesprek, dan vertrokken ze gewoon weer of zochten ze een nieuwe gesprekspartner. Allemaal heel vrijblijvend. Supersimpel ook."

Ik zie het trouwens ook bij workshops: ook daar wordt interactie, het uitwisselen van ervaringen steeds belangrijker. Er is natuurlijk nog veel eenrichtingsverkeer, maar gelukkig wordt ook hier de inbreng van de deelnemers steeds belangrijker."

Dat past wel bij het nieuwe marketing-denken. Het uitwisselen van ervaringen heeft dankzij internet een enorme vlucht genomen. De consument staat centraal, en krijgt een steeds grotere invloed op de ontwikkeling van producten en diensten.

"Interactie, daar gaat het om. Vorig jaar zomer organiseerden we voor Corus een spelshow ter gelegenheid van 90 jaar staalindustrie in IJmuiden. >>



De opdracht was een jubileumviering waarin zoveel mogelijk facetten uit de historie aan de orde kwamen, van veranderingen in het productieproces tot en met veiligheidseisen en organisatiestructuur. We hebben uiteindelijk 250 shows gegeven voor groepen van circa vijftig personen. Via historische foto's en vragen van de spelleider kwamen veel verhalen los van de deelnemers. Het echte lief en leed van de mensen die daar werken en werkten kwam naar boven. Ze vertelden zelf hun verhaal, creëerden als het ware hun eigen beleving. Wij faciliteerden dat door een goede voorbereiding en de juiste setting. Onze acteurs waren de aanjagers."

“Het is de verantwoordelijkheid van de gastheer om een bijeenkomst interessant te maken voor zijn gasten”

Je verliest een deel van de controle als je de deelnemers zo'n belangrijke rol geeft. Ben je niet bang dat negatieve emoties de boventoon gaan voeren?

“Als je bij mensen iets los wilt maken, kun je niet zonder interactie. Dan geef je automatisch een deel van de controle uit handen. Niet elk bedrijf zal daar voor open staan, niet elk manager vindt dat even makkelijk. Van de andere kant: onze spelleiders kunnen negatieve ervaringen binnen een opbouwende structuur plaatsen.”

Mensen serieus nemen, is dat het geheim?

“Je bekommeren om de deelnemers van events, dat is het eigenlijk. Of het nu gaat om een beurs, een congres, een borrel of ik weet niet wat. Waarom zou iemand tijd vrijmaken om naar een relatieborrel te komen als degene die hem uitnodigt amper tijd voor hem heeft? Ik vergelijk een event vaak met een verjaardag. Als je daar niemand kent is het toch fijn als de jarige job of een van zijn vrienden je onder de hoede neemt en wegwijs maakt? Het is de verantwoordelijkheid van de gastheer om een bijeenkomst interessant te maken voor zijn gasten. Om ze in contact te brengen met andere mensen. Ik hoop dat steeds meer opdrachtgevers die verantwoordelijkheid oppakken. Het is leuk om ontmoetingen te faciliteren! Echt, het geeft superveel energie.” •