



# Hoe activeer je je doelgroep?

## Werkvormen en technologie voor een effectiever evenement

Jouw evenement is een krachtig communicatiemiddel. Je brengt je doelgroep samen en iedereen brengt zijn kennis, ervaring en ambitie mee. Dat potentieel blijft op veel bijeenkomsten onbenut, de ene spreker volgt op de andere spreker en de deelnemers moeten zelf maar bedenken wat ze er mee kunnen. Je bijeenkomst wordt effectiever wanneer je er een concrete uitdaging aan verbindt. Je zet je deelnemers aan het denken, brengt hen met elkaar in gesprek, oogst oplossingen en je zet aan tot actie. Maar hoe pak je dat aan?

Aaaaha! the Actor Factory presenteerde op de beurs Event 17 een aantal beproefde succesformules.

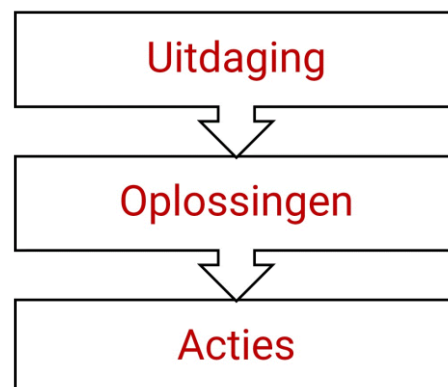
[Videoverslag \(1 min 32\)](#)

### Opbouw

Een effectief evenement hoeft niet langer dan 2 uur te duren, je start met een uitdaging en eindigt met concrete acties:

1. Start je bijeenkomst met een heldere **uitdaging**, die laat je introduceren door een inspirerende spreker.
2. Aansluitend breng je de deelnemers met elkaar in gesprek, je vraagt hen om **oplossingen** aan te dragen.
3. Tot slot vertalen de deelnemers de oplossingen in concrete **acties**, waarmee ze zelf aan de slag willen.

In deze whitepaper lees je welke werkvormen en technologie je daarbij kunt inzetten.



**07:07**

#### Tip 1: zet direct de juiste toon

Start je evenement met een [pakkende countdownfilm](#).

Onze creatieve producent, Maurits Ouweneel, zorgt niet alleen voor zo'n filmpje, maar ook voor inloop- en uitloopmuziek en een strakke aansturing van de techniek.



## 1. Uitdaging

Je start je bijeenkomst met een heldere introductie van de uitdaging, bijvoorbeeld:

- ✓ Hoe krijgen we in deze organisatie meer voldoening uit ons werk? (live medewerkerstevredenheidsonderzoek)
- ✓ Hoe kunnen we onze dienstverlening verbeteren?
- ✓ Hoe kunnen we onze leden betrekken bij de vereniging?
- ✓ Hoe kunnen we met elkaar samenwerken?
- ✓ Welke kansen biedt *Big Data* voor onze branche?

De uitdaging kun je laten inleiden door de directeur of door een externe spreker.

Uit de neurowetenschappen weten we dat pijn en plezier krachtige drijfveren zijn.

Om de deelnemers in beweging te krijgen helpt het dus om een droombeeld te schetsen of juist een angstbeeld: wat gebeurt er als we nu niet in actie komen?

### Videocartoon

Met een videocartoon maak je ontwikkelingen en hun samenhang duidelijk. Onze cartoonist maakt zijn animatie vooraf samen met jullie team van inhoudelijke specialisten, op gebeurt in een workshop.

[Klik hier](#) voor een videocartoon die we maakten voor het RIBW meerjarenplan (decentralisatie in de zorg).

Zie ook [livecartoons.nl](http://livecartoons.nl)

### Videoquiz

Een quiz is geschikt om mensen te activeren en te betrekken. Vaak maken we vooraf een filmpje op locatie, in het filmpje laten we collega's, klanten of willekeurige voorbijgangers vragen beantwoorden over de uitdaging. Tijdens de quiz stoppen we het filmpje op een aantal momenten. De deelnemers beantwoorden de vragen op hun mobiele telefoon. De presentator laat zo nu en dan weten wie er aan kop gaat, aan het einde wordt direct de winnaar bekend gemaakt. [Klik hier](#) voor een videoquiz die we maakten voor het Nationaal Verkeersveiligheid Congres.

### Walk-your-talk

In de werkvorm Walk-your-talk vraag je de deelnemers om een plek in de ruimte te kiezen die het eigen standpunt weergeeft. Men hoeft niet zwart-wit te kiezen uit *eens* of *oneens*, de ene kant van de ruimte is *0% eens*, de andere kant van de ruimte is *100% eens*, in het midden staat men op *50% eens*. Rond klantgerichtheid kun je bijvoorbeeld vragen 'Hoe klantgericht vind jij onze organisatie?' Zodra de deelnemers een plek hebben ingenomen vraagt de gespreksleider een drietal deelnemers om hun keuze toe te lichten aan de hand van een praktijkvoorbeeld. Op deze manier breng je de uitdaging tot leven.

**Hoe activeer je  
je doelgroep?**

Werkvormen en technologie voor een effectiever evenement



## Case – Samen met medewerkers de organisatie verbeteren - BOAL

BOAL is een productiebedrijf met een extrusiefabriek in De Lier. Aluminium wordt daar aangeleverd als palen, die worden verwarmd en door een matrijs geperst en op de gewenste lengte afgekort. De fabriek levert halffabrikaten voor bijvoorbeeld ramen, deuren, zonwering en trappen.

Alle medewerkers werden via live communicatie betrokken bij het verbeteren van de organisatie. Het directieteam bepaalde vooraf kernwaarden en de medewerkers bedachten hoe zij daar zelf aan kunnen bijdragen.

In vijf rondes ging men in kleine groepjes met elkaar in gesprek in de Tafellakensessies. In iedere ronde wisselden de groepjes naar een volgende tafel en een volgende kernwaarde. Aan één van de tafels werd bijvoorbeeld besproken wat je zelf kunt veranderen om klantgerichter te werken, aan een andere tafel ging het over samenwerken. Alle oplossingen kregen een plek op het tafelkleed, op die manier konden volgende groepen er op verder bouwen. Aan elke tafel zat een directielid als gespreksleider. Een illustrator vertaalde de oplossingen ter plekke in tekeningen, dat gaf een nog helderder beeld.

Vooraf werd een filmpje gemaakt waarin collega's uit de organisatie per kernwaarde vertellen waarom zij die belangrijk vinden. Dat filmpje werd aan de start van de bijeenkomst vertoond.

Na afloop heeft het management ervoor gezorgd dat zoveel mogelijk actiepunten uit de sessies zijn gerealiseerd. De eenvoudige opzet had een groots effect. Medewerkers voelen zich betrokken en er zijn veel zinvolle verbeteringen doorgevoerd.

### Sessies

- 13.00 presentatie van de uitdaging met het filmpje en een interview met directieleden door externe moderator
- 13.20 tafellakensessies, 5 gespreksrondes, live cartoonist loopt rond
- 14.20 wrap-up, acties zijn meegenomen door de directie
- 14.30 einde



**Hoe activeer je je doelgroep?**

Werkvormen en technologie voor een effectiever evenement



## 2. Oplossingen

Zodra de uitdaging helder is neergezet laat je de deelnemers oplossingen bedenken. Hun ideeën bespreken ze vervolgens met elkaar. Met hun mobiele telefoons sturen de deelnemers hun oplossingen in.

### Superbrainstorm

De Superbrainstorm is een mix tussen een speeddate sessie en een talkshow. De deelnemers spreken elkaar één op één. Zij delen hun ervaringen en wisselen ideeën met elkaar uit. In iedere ronde krijgt men een andere vraag mee. Na afloop van elke ronde vraagt de gespreksleider een paar deelnemers om hun oplossing te presenteren, vervolgens wisselt iedereen van gesprekspartner. [Klik hier](#) voor een filmpje over de Superbrainstorm.

### Tafellakensessies

In de Tafellakensessies gaan de deelnemers in groepjes met elkaar in gesprek. Zij delen kennis en ervaring met elkaar en zij schrijven steekwoorden op het tafellaken. Na 20 minuten wisselt elke groep door naar een andere tafel en naar een ander onderwerp. Aan die volgende tafel vat de gespreksleider de ideeën samen die al op het tafelkleed staan, de volgende groep gaat daar dan over verder denken. Na drie rondes wordt aan elke tafel één oplossing gekozen, die oplossingen worden kort gepresenteerd.

[Klik hier](#) voor een filmpje over de Tafellakensessies.

### Technologie

Laat deelnemers hun oplossingen inzenden met hun mobiele telefoon. Wij gebruiken daarvoor Sendsteps, dat is een add-in voor PowerPoint. Met deze technologie kan iedereen stemmen over stellingen, deelnemen aan een quiz en ideeën insturen. De output verschijnt direct in de PowerPoint presentatie. Na afloop heb je alle berichten direct beschikbaar in een PDF-document. Andere tools zijn BuzzMaster, Kahoot, PresentersWall, Sqiffer, Lumi Insight en MeetingSphere.



#### Tip 2: externe moderator

Een professionele moderator adviseert bij het samenstellen van een effectief programma. Een externe moderator kan prikkelen en uitdagen, doordat hij/zij geen belangen dient in de organisatie. Overzicht van [goede moderatoren](#).

# Hoe activeer je je doelgroep?

Werkvormen en technologie voor een effectiever evenement



### 3. Acties

Tot slot laat je deelnemers in groepjes bedenken hoe zij zelf kunnen en willen bijdragen. Zij werken dat uit tot een concrete actie, waarmee ze zelf aan de slag kunnen.

#### Pitch competitie

De deelnemers nemen het tegen elkaar op in kleine teams. Elk team krijgt een eerder bedachte oplossing mee en werkt die verder uit. Hoe kan men zelf invulling geven aan die oplossing, zonder dat het veel moeite of geld kost? Ieder team maakt een moodboard en een pitch. Tot slot presenteert elk groepje zijn actieplan en wordt één winnend team gekozen. Met die actie gaat iedereen aan de slag. Onze illustrator vertaalt alle acties direct in pakkende beelden. Voordat de pitch competitie start geeft onze overtuigexpert zijn flitscollege 'De kunst van het overtuigen', daarin zet hij een aantal praktische tips op een rij.

#### Wandverslag

De kunstenaars van het Wandverslag werken alle acties uit in woord en beeld. Hun werk resulteert in een manshoog kunstwerk, dat krijgt een plek in het bedrijfsrestaurant. Zo houd je de acties levend.

Veel voorbeelden op [wandverslag.nl](http://wandverslag.nl)



#### Tip 3: Boomwhacker Energizer

In een mum van tijd creëer je samen één opzwevend ritme. Een krachtige energizer maakt veel energie vrij en zorgt voor een goed vertrekpunt voor een actieve sessie. [Klik hier](#) voor een filmpje van de Boomwhacker energizer. Kijk ook op [creativeteambuilding.nl](http://creativeteambuilding.nl)

## Hoe activeer je je doelgroep?

Werkvormen en technologie voor een effectiever evenement

## Tips van vakgenoten

De deelnemers aan de masterclass stuurden hun tip in om je doelgroep te activeren:

- ✓ Stel de juiste, open vragen
- ✓ Denk vanuit de gezamenlijke probleemstelling, zorg dat men zich herkent in de uitdaging
- ✓ Denk vanuit de belangen van de doelgroep en niet vanuit de belangen van de organiserende partij
- ✓ Let op de praktische toepasbaarheid: wat kan iedereen ermee?
- ✓ Weet wat de doelgroep beweegt en speel daarop in
- ✓ Zorg dat je duidelijk voor ogen hebt wat je wilt bereiken en wanneer je tevreden bent
- ✓ Bepaal doel en doelgroep
- ✓ In teams iets actiefs doen
- ✓ In kleine groepjes beginnen, daarna opschalen
- ✓ Luister echt naar wat mensen te zeggen hebben
- ✓ Sta open voor de punten en geef blijk van zelfkennis
- ✓ Eerst geven dan vragen
- ✓ Zorgen voor een goede en veilige sfeer
- ✓ Humor
- ✓ Interactieve technieken die hiërarchie uitschakelen
- ✓ Mensen eerst zelf de mogelijkheid geven input te geven door bijvoorbeeld op geeltjes te schrijven. Dan pas in groep bespreken
- ✓ Maak de deelnemers onderdeel van het event, dus geen toehoorder maar participant
- ✓ Laat de deelnemers zelf een filmpje maken en ga hierover met elkaar in gesprek
- ✓ Verbinden en enthousiasmeren
- ✓ Deelnemers goed mixen
- ✓ Armbandjes met verschillende kleuren waarmee je de deelnemers willekeurig in groepen verdeelt
- ✓ Zorg voor een goede customer journey
- ✓ Deel vooraf relevante content en ga het gesprek alvast aan, opdat men al kan 'warmdraaien'
- ✓ Mensen vooraf vragen om een vraag of een case in te sturen die je gaat behandelen
- ✓ Fijne actieve sfeer creëren, gaaf filmpje, goede muziek
- ✓ Een herkenbare tune die hele dag terugkomt, herinnert je aan de sessie als je het nummer daarna op de radio hoort!
- ✓ Sluit af met concrete resultaten die onmiddellijk tot actie aanzetten
- ✓ Ga lachend de borrel in
- ✓ Zorg dat je ambassadeurs kweekt
- ✓ Enquête van te voren uitzetten en resultaten bespreken tijdens het event
- ✓ Live enquête
- ✓ Activeer je doelgroep in de eerste 10 minuten! Start direct actief
- ✓ Laat mensen elkaar over hun grootste succes vertellen
- ✓ Deel een doel- of probleemstelling met je buurman of buurvrouw
- ✓ Vragen om te reflecteren met de buurman/buurvrouw op de net gehoorde lezing: hoe ga jij dit toepassen in jouw praktijk?
- ✓ Voorstelronde: laat iedereen zijn sleutelbos erbij pakken en aan de hand van de sleutels die daar aan hangen zich voorstellen
- ✓ Respect tonen door persoonlijk contact
- ✓ Begin je bijeenkomst met een opmerkelijk/prikkelend verhaal/beeld/filmpje
- ✓ Betrek je doelgroep bij je organisatie
- ✓ Delen van eigenaarschap van het probleem

**Hoe activeer je  
je doelgroep?**

Werkvormen en technologie voor een effectiever evenement

- ✓ Reserveer voldoende tijd om vragen te stellen aan de sprekers
- ✓ In kleine groepjes aan de slag laten gaan met een casus. Laat ze de informatie ophalen i.p.v. dat het aan ze gezonden wordt
- ✓ Een gezamenlijke opdracht geven
- ✓ Post-it sessie
- ✓ Tafellakensessies
- ✓ Superbrainstorm
- ✓ Ronde tafels rondom een bepaald thema of onderwerp
- ✓ Rollenspel
- ✓ Experiment met room setup (fishbowls, world café, campfires etc.)
- ✓ Webinars toepassen
- ✓ Filmpje als uitnodiging versturen vooraf
- ✓ Workshops
- ✓ Goede moderator
- ✓ Energieke voorzitter / gespreksleider
- ✓ Catchbox in publiek gooien
- ✓ Combi stemkastjes en 'microfoon onder neus'
- ✓ Sendsteps
- ✓ Mentimeter
- ✓ BuzzMaster
- ✓ Gratis quiztool Getkahoot.com
- ✓ Stellingkaarten
- ✓ Laat live een mindmap maken
- ✓ Filmpje laten maken over wat er besproken is
- ✓ Vloggen op de dag zelf
- ✓ Matchmaker als er verschillende doelgroepen zijn
- ✓ Netwerken als onderdeel in je programma en niet alleen tijdens de borrel
- ✓ Persoonlijk en toegankelijk maken
- ✓ Speel een spel dat hen bewust maakt van een probleem en oplossing
- ✓ Ga daar waar je doelgroep is
- ✓ Verrassen, samen verbinden
- ✓ Activiteiten
- ✓ Speel een quiz
- ✓ Talking Dinner
- ✓ Met K'NEX samen bruggen bouwen
- ✓ Samen iets bouwen (Lego auto in elkaar zetten, Marshmallow challenge)
- ✓ Kijkdozen laten maken en tentoonstelling voor collega's en klanten



**Leestip: Het evenement dat niemand wil missen**

Erik Peekel schreef deze eventmanagementboek-bestseller met veel verfrissende tips.

Meer informatie op [Managementboek.nl](http://Managementboek.nl)

**Hoe activeer je  
je doelgroep?**

Werkvormen en technologie voor een effectiever evenement



- ✓ Zorg voor afwisseling tussen hoofd en fysiek: samen muziek maken, koken, lachen, uit je comfort zone, wandelen in de natuur, tekenen, dansen, bewegen, iets bijzonders eten
- ✓ Energizer, met gekke bewegingen. Simon says...
- ✓ iets anders doen dan verwacht
- ✓ Door iets te geven waar je direct mee aan de slag moet
- ✓ Wol-act
- ✓ Yes we connect een tool om mensen te laten netwerken en te verbinden
- ✓ Victor Mids van Mindf\*ck inhuren
- ✓ Op een leuke manier uitdagen om in de actie-stand te komen
- ✓ Het activeren zie ik meer na afloop: hoe houd je de contacten warm en duurzaam



### **Brainstorm over jouw evenement**

Mijn collega's of ik komen graag vrijblijvend bij je langs.  
Niet voor een verkooppraatje, maar voor een inhoudelijke brainstorm.  
We verbinden onze ervaring en creativiteit aan jouw uitdaging.

[Plan een afspraak](#)

© **Aaaaha! Bureau voor live communicatie** | Koninginnegracht 38 | 2514 AD Den Haag  
T 070 – 392.1140 | E [info@livecommunicatie.nl](mailto:info@livecommunicatie.nl) | W [livecommunicatie.nl](http://livecommunicatie.nl)

**Hoe activeer je  
je doelgroep?**

Werkvormen en technologie voor een effectiever evenement