

Versterk je netwerk en expertpositie

Werf nieuwe klanten

Vier je lustrum of ander feest

Boost je impact & omzet

Organiseer een top event

70 inspirerende TIPS

Auteur: Nelleke de Wit

Wat je kunt verwachten

Hey, wat tof dat je een event of congres gaat organiseren! In dit 'e-book' vind je alle benodigde informatie voor de organisatie van een strak en inspirerend event dat de expertstatus van jouw bedrijf ondersteunt, je netwerk zal vergroten en onvergetelijk is voor het publiek!

Want stel je eens voor: Je event is een geweldige hit; deelnemers gaan vol energie naar huis en hebben het er nog maanden over. Zaadjes worden geplant voor nieuwe samenwerkingen en de tijd erna levert het event jou of de organisatie waar je werkt nog steeds nieuwe leads, klanten en/of samenwerkingspartners! Klinkt goed?

Het vraagt wel iets van je, namelijk een specifieke aanpak met bepaalde elementen die veel eventmanagers over het hoofd zien, maar die wél bepalend zijn voor het succes en de opbrengst van jouw event. In dit document nam ik ál die elementen op, puttend uit mijn jarenlange ervaring in het organiseren van events en trainingen, met als hoogtepunt trainingen met 800 deelnemers, waarvan eentje in Theater Flint in Amersfoort! Maar ook voor grotere of kleinere events bevat dit E-book waardevolle tips.

Tips over:

- ✓ Optimale voorbereiding en planning
- ✓ Aantrekkelijk programma en inspirerende sprekers
- ✓ Geweldige locatie en catering
- ✓ Uitmuntende voorbereiding met betrokken partijen
- ✓ Hoe je volle zalen trekt
- Optimale beleving op de dag Zelf
- ✓ Verschilmakende details en persoonlijke touches
- ✓ Tips voor een succesvol aanbod on stage
- ✓ Maximale oogst na het event

- ✓ **BONUS 1: Ideeën voor inspirerende sprekers**
- ✓ **BONUS 2: Checklist voor afspraken met dagvoorzitter**

Succes bij de organisatie van jouw fantastische event! Enne... zoek je nog een goede **dagvoorzitter**, of een **eventmanager** (na het lezen van de tips begrijp je dat beiden een goed idee is): Je weet mij te vinden ;-). Bij het onderdeel 'tenslotte' vind je mijn contactgegevens. Veel inspiratieplezier!

Optimale voorbereiding en planning

1. Zorg voor een helder doel van het event

Voor wie is het event en wat wil je ermee bereiken voor je publiek? Inspiratie, kennisoverdracht en/of netwerken? Een helder doel zorgt ervoor dat het veel makkelijker is om deelnemers te vergaren voor je event. Ook geeft het een leidraad voor de sprekers die je uitnodigt en het wordt een stuk makkelijker het event als één geheel te presenteren aan je publiek.

2. Stel een toegewijd team samen met een heldere taakverdeling.

Let erop dat ieder teamlid die dingen doet waar hij/zij goed in is en energie van krijgt, zodat er motivatie is. Maak duidelijke afspraken over wie wanneer wat klaar heeft. Huur eventueel een eventmanager in, als je weinig tijd hebt naast je reguliere werkzaamheden. Zoals je in dit E-book zult lezen, komt er een hoop op je af en kan het rust geven als je dit alles overlaat aan een eventmanager.

3. Indien van toepassing: Bedenk een passende prijs

Wanneer je een jubileum, of andersoortig bedrijfsfeest organiseert is dit wellicht niet van toepassing. Wanneer je een zakelijk event organiseert zou ik je aanraden entree te vragen. Bij gratis events loop je namelijk de (bewezen grote) kans dat mensen zich te snel aanmelden en alsnog afhaken, of niet komen opdagen. Wanneer het event een investering vraagt, is de kans een stuk groter dat mensen daadwerkelijk komen en je niet met een lege zaal zit, waarvan je wel de kosten moet voldoen.

De hoogte van je prijs is afhankelijk van het doel van je event en de gewenste groepsgrootte. Wil jij een zo vol mogelijke zaal en ben je nog relatief onbekend bij je doelgroep? Houd de prijs dan zo laag mogelijk, om de drempel te verlagen. Vraag wél altijd iets, om te voorkomen dat mensen niet komen opdagen tijdens het event.

Werk je liever met een kleine groep, dan kun je gerust meer vragen. De motivatie om te komen en mee te doen zal hoger zijn, omdat mensen ook bereid waren een hoger bedrag te

betalen. Is je event een kennismaking met jouw dienstverlening? Zorg dat het wél kostendekkend is om het risico te minimaliseren, maar houd de prijs laag.

Extra tip: Hoe ik Theater Flint binnen twee weken met 800 deelnemers vulde (en erna nóg eens 800): Ik noemde het event een 'training', waardoor mijn publiek er onbewust al veel waarde aan toekende. Vervolgens noemde ik die training tijdens het event zelf 'gratis', maar vroeg wel 'alleen' een bijdrage in de locatie-/cateringkosten, zodat men geïmmiteerd was daadwerkelijk te komen én ik minder financieel risico liep. Het woord 'gratis' blijkt in NL nog steeds magisch...

4. Zorg dat het budget helder is

Wat mag het event kosten? En wie houdt dat bij? Hoe erg is het als het eventueel iets meer (of minder) is? Houd het budget direct vanaf de start goed bij, zodat je niet achteraf voor verrassingen komt te staan. Vergeet niet om bij een commercieel event de eventuele marketing- of advertentiekosten in te calculeren. Op zoek naar een voorbeeldbegroting zodat je niets vergeet? Je vindt deze in mijn [Toolkit voor Topevents](#). Hierover verderop meer.

5. Check of de datum niet samenvalt met andere voor de deelnemers vergelijkbare of belangrijke events, of vakanties

Oeps, toch vervelend als er om de hoek al een ander vergelijkbaar event wordt gehouden waar jouw potentiële deelnemers worden verwacht, of wanneer een groot deel van je doelgroep met vakantie is...

6. Check of er vergunningen benodigd zijn voor je plannen

Wanneer je een borrel houdt; mag er alcohol worden geschonken op de locatie? En verwacht je geluidsoverlast, of voorzie je een verkeersinfarct? Zorg dat je helder hebt welke vergunningen je nodig hebt en vraag deze tijdig aan.

7. Zorg voor een gedetailleerd draaiboek

Het hebben van een gedetailleerd draaiboek zorgt ervoor dat iedereen precies weet wat hij of zij wanneer moet doen, en welke benodigdheden wanneer nodig zijn, zodat je als

eventmanager tijdens het event alleen nog maar lekker achterover hoeft te leunen en 'standby' hoeft te staan voor alle partijen. Een uitgebreid en gedetailleerd format van een draaiboek vind je in de genoemde [Toolkit voor Topevents](#). Aan het einde van dit PDF vind je daar meer over.

8. Werk met een dagvoorzitter

Een dagvoorzitter heeft de leiding over het programma gedurende het event. Een grote valkuil is om zomaar iemand op het podium te zetten die 'wel representatief' is, of om er als eventmanager zelf te gaan staan. Dagvoorzitterschap is een vak: Het vraagt om training en een grondige voorbereiding om sprekers zó aan te kondigen dat het publiek direct op het puntje van de stoel zit, de energie in de zaal hoog te houden, eventuele emoties en/of weerstand vanuit het publiek te managen en de tijd zó te bewaken dat het publiek, maar ook de techniek, de podiummeester en de catering en dergelijke precies weten waar zij aan toe zijn.

Professionele dagvoorzitters hebben daarnaast een uitgebreide toolbox aan tactische interventies achter de hand voor het geval een spreker te snel klaar is, of juist uitloopt, de techniek in de soep loopt, of de emoties in de zaal flink oplopen door een verhitte discussie. Ook een panelgesprek of de afname van een interview vragen om een grondige voorbereiding om de doelen die je ermee hebt ook daadwerkelijk te behalen. Wanneer het heel simpel lijkt? Dan heb je een goede dagvoorzitter te pakken ;-).

Ben jijzelf de spreker, of trainer tijdens je event? **Het werken met een dagvoorzitter zal je expertstatus boosten:** Hoe tof is het als jij op een inspirerende wijze wordt geïntroduceerd door een dagvoorzitter die zonder enige gêne jouw kwaliteiten zal benoemen?

Een goede dagvoorzitter vind je voor €1.500-€10.000. Benieuwd naar de mogelijkheden van de enthousiaste en betrokken dagvoorzitter Nelleke de Wit? Die vind je [HIER](#).

9. Regel een ticket-, of registratiesysteem

Of het nu gaat om een betaald event, of niet, zorg altijd dat het publiek zich moet aanmelden, om te voorkomen dat je met een lege zaal zit, of juist te weinig stoelen hebt. Laat mensen zich aan het begin van de dag registreren, of melden bij een balie, om te voorkomen dat ze een volgend event alsnog niet opgeven en gewoon komen, of juist afhaken. Werken met scanners en qr-codes gaat tegenwoordig heel gemakkelijk.

10. Huur een professionele videograaf en fotograaf in

Laat een impressie van de dag maken die je als promotie kunt gebruiken voor een volgend event. Ben je zelf de spreker? Laat je keynote integraal filmen en verkoop de opname als masterclass. Van de geluidsopnames kun je een podcast maken. Laat van de beelden ondertitelde snippets maken, die je kunt gebruiken voor je marketing op social media. De foto's kun je gebruiken voor je website. Het zal je expertstatus direct vergroten en is daarmee een effectieve investering in je bedrijf!

11. Ben je zelf de spreker? Regel een kapper en visagist

Kom stralend voor de dag! Zeker op beeld is goede visagie geen overbodige luxe, maar een must. Maak er een feestje van voor jezelf.

Aantrekkelijk programma en inspirerende sprekers

12. Nodig inspirerende sprekers uit die passen bij het doel van het event

De ene spreker is de andere niet. Check goed welke spreker past binnen het doel van jouw event. Kies sprekers die een autoriteit zijn in hun vakgebied en het publiek kunnen boeien. Hoeveel ervaring heeft de spreker? Zijn er video's te vinden van de spreker? Laat niet het prijskaartje leidend zijn, maar de kwaliteit! Een goede en professionele spreker kost al gauw tussen de €2.000-€13.000 euro.

En ben je zelf de spreker van jouw event? Zorg voor een inspirerende keynote die is opgebouwd uit korte snippets die je later kunt gebruiken voor social media.

Bonustip: Boek eens NIET een spreker via de grote bureaus, maar laat je verrassen door nieuw talent en nieuwe verhalen. Zo help je hen ook aan bekendheid, zonder een grote fee neer te leggen voor een bureau. Check eens de website van sprekerscoaches om nieuwe gezichten te ontdekken, of check de BONUS achterin dit E-book waarin je naast doorgewinterde sprekers, ideeën vindt voor inspirerend spreek talent dat al wel de eerste sporen heeft verdiend met een aansprekende keynote.

13. Zorg voor een afwisselend programma

Alleen sprekers uitnodigen kan prima, mits het een gevarieerd en inspirerend gezelschap is. Je kunt ook overwegen om ter afwisseling een panelgesprek of -discussie op te nemen in het programma, of een interview. Zorg dan wel voor een goede dagvoorzitter om te zorgen dat de juiste vragen aan bod komen en je je doelen met de onderdelen bereikt.

14. Werk je met een panel? Nodig maximaal drie aansprekende panelleden uit

Werken met meer dan drie panelleden maakt de kans groter op een onsamenhangend gesprek, omdat iedereen aan bod moet komen. Zorg dat ze alle drie vanuit een *andere* invalshoekhoek denken, die idealiter ietwat schuren met elkaar. Dat zorgt voor een boeiend gesprek, omdat meerdere nuances aan bod komen. Een geoefend dagvoorzitter zal dit op professionele wijze voorbereiden en in goede banen leiden.

Laat panelleden niet zichzelf voorstellen, om geen kostbare tijd te verliezen. Zorg dat de regie bij de dagvoorzitter blijft. Over het algemeen ligt de voorkeur van publiek bij sprekers (boven een panelgesprek). Plan een panelgesprek daarom ergens tussendoor en niet als laatste programmaonderdeel, om te voorkomen dat de zaal al leegloopt terwijl het event nog niet is afgelopen.

15. Betrek het publiek

Interactie zorgt ervoor dat de energie in de zaal hoog blijft. Plan Q&A-sessies in of integreer een quiz in het programma. Ook hier is een goede dagvoorzitter van groot belang voor het behalen van je doelen met de verschillende onderdelen. *(NB. Stel GEEN app o.i.d. beschikbaar voor live vragen; het is indirect een uitnodiging voor digitale afleiding...)*

16. Voeg entertainment toe aan het programma

Voeg een verrassend element toe, zoals een muzikale act, inspirerende video's of een theatrale opening. Het houdt het publiek scherp en zorgt voor hoge energie in de zaal. Zeker als de rest van het programma wat minder interactie vraagt, is dit een goed idee.

17. Maak ruimte in het programma om te netwerken

Afhankelijk van het doel van het event en je doelgroep kan de mogelijkheid om te netwerken een belangrijke trekker zijn voor je event. Maak hier voldoende ruimte voor, organiseer na afloop bijvoorbeeld een borrel en plaats netwerkkolommen waar deelnemers die dat willen elkaar gedurende het event al kunnen ontmoeten.

Geweldige locatie en catering

18. Zoek een inspirerende locatie

Welke locatie is passend voor jouw event? Bedenk wat je als bedrijf wilt uitstralen. Ga je voor kwaliteit in je business, dan is in het verlengde daarvan een kwalitatief hoogwaardige locatie aan te raden. Een congres op hoog niveau vraagt om een professioneel podium en dito entourage. Maak van je event een fijne dag uit.

19. Check de kwaliteit van de techniek

Werkt de locatie nog met een ouderwetse beamer, of is er geïnvesteerd in moderne techniek? Hoe moderner, hoe kleiner de kans op hick-ups tijdens je event. Zorg zelf voor een goede laptop en extra koppelstukjes/stekertjes ed. zodat je zeker weet dat je de techniek kunt aansluiten.

20. Check de bereikbaarheid

Is er voldoende parkeergelegenheid? En is dat gratis, of moet men ervoor betalen? Hoe goed is de locatie bereikbaar met het Openbaar Vervoer?

21. Vraag naar de mogelijkheden voor lunch en zorg dat die passend zijn voor de doelgroep.

Een locatie die alleen Hollandse lunch met broodjes kroket serveert, is wellicht iets minder geschikt voor een event met als thema 'Vegan Lifestyle'. Sowieso is het verstandig een lunch te regelen met relatief weinig koolhydraten, om een after lunch dip bij je publiek te voorkomen.

22. Wil je gaan voor duurzaam en gezond?

Kies dan voor lokale, seizoensgebonden en gezonde opties. Je publiek zal je dankbaar zijn.

23. Vraag naar de mogelijkheid dieetwensen door te geven.

In hoeverre is het mogelijk dieetvoorkeuren en allergieën, vegetarische en veganistische diëten aan te vragen?

24. Regel snackstations gedurende de hele dag.

Voorzie in lichte hapjes en drankjes gedurende de dag. Weer snelle koolhydraten om een dip in de energie te voorkomen.

25. Check de wijze van uitserveren van de lunch, koffie en thee.

Bij grote groepen zijn meerdere uitgiftestations gewenst (niet iedere locatie doet dit automatisch, dus check dit echt!). Koffieautomaten kunnen zorgen voor enorme rijen, waardoor je pauzes enorm kunnen uitlopen. Vraag de locatie te werken met meerdere buffetten en met *kannen* koffie en thee. Zorg dat de catering soepel verloopt om lange wachtrijen te voorkomen.

26. Check de capaciteit van toiletten

Voldoende toiletten zijn een must om te voorkomen dat je pauzes uitlopen vanwege een megarij voor het toilet...

27. Neem zo lang mogelijk alleen een optie op de locatie, terwijl de inschrijving voor je event al wel loopt

Zo kun je eventueel nog een grotere of kleinere locatie regelen afhankelijk van de animo. Een halfvolle zaal is niet leuk en een tekort aan plekken is zonde, zeker wanneer je event is bedoeld om nieuwe klanten te interesseren voor jouw dienstverlening. Vraag om een doorlopende optie, totdat er een volgende aanvraag voor de locatie binnenkomt. Dan kun je op dat moment beslissen wat je doet.

Uitmuntende voorbereiding met betrokken partijen

28. Plan tweemaal een overleg in met je dagvoorzitter

Het eerste overleg is voor de vaststelling van het doel van de bijeenkomst en het doorspreken van het globale programma en de sprekers en de doelen daarbij. Op basis daarvan kan de dagvoorzitter zich grondig voorbereiden en inlezen in de sprekers ed. Het tweede gesprek is net voor het event, voor de puntjes op de 'i'. Bij de bonussen achterin dit pdf vind je een checklist voor je overleg met de dagvoorzitter.

29. Maak goede afspraken met de sprekers

Alleen het doornemen van het thema en de spreektijd is niet genoeg. Om jouw event één geheel te laten zijn, is het van belang dat je sprekers op elkaar laat aansluiten wanneer je werkt met meerdere sprekers. En vergeet alle praktische details niet! Een uitgebreide checklist voor de te maken afspraken met je spreker(s) vind je in de [Toolkit voor Topevents](#) (meer info aan het einde van dit PDF).

30. Maak gedetailleerde afspraken met je locatie

Bedenk hoe jij het wilt, zie het voor je en vraag vervolgens of dat mogelijk is. Vaak bieden locaties standaardarrangementen aan, maar is er veel meer mogelijk wanneer je erom vraagt. In de [Toolkit voor Topevents](#) vind je een checklist met alle onderwerpen en details die je te bespreken hebt met de locatie. Plan tijdig een afspraak in met de locatie, zodat deze eventueel nog de tijd heeft voldoende personeel ed. te regelen.

Hoe je volle zalen trekt

31. Zorg voor heldere branding van je event of congres

Zorg dat het thema en de boodschap consequent zijn in alle communicatie. Laat ook het beeldmateriaal op elkaar aansluiten en zorg voor een mooi geheel.

32. Stuur tijdig de uitnodiging

Doe dat niet drie weken tevoren; dan heeft iedereen de agenda al vol. Is het een commercieel event? Start dan uiterlijk drie maanden tevoren met de marketing. Herhaal de uitnodigingen meerdere malen. Meestal hebben mensen meerdere berichten nodig voordat zij tot actie overgaan en zich aanmelden.

33. Zorg dat het doel duidelijk is voor je publiek

Wat kan zij verwachten van het event? Wat maakt dat zij jouw event echt niet mogen missen? Maak duidelijk wat deelname je publiek oplevert.

34. Werk met early bird tickets:

Moedig vroege inschrijvingen aan met korting. Je voorkomt dat je met een halfvolle zaal zit wanneer je al wel tijdig een locatie moet vastleggen.

35. Zet Social media campagnes in om je zaal vol te krijgen

Maak een buzz rondom het event met teasers en behind-the-scenes content. Maak goed duidelijk wat het event het publiek oplevert: "What's in it for them" en wees niet te bang voor herhaling. Tag je sprekers in de berichten en vraag hen de posts te delen met hun eigen netwerk.

36. Gebruik E-mailmarketing

Gebruik gepersonaliseerde mails om deelnemers te informeren en enthousiasmeren. Neem ook hierin op wat het event het publiek oplevert, om de kans op inschrijvingen te maximaliseren. Verstuur meerdere mails waarin je iedere keer een andere invalshoek gebruikt, waarde deelt én je aanbod voor het event doet.

37. Denk na over interessante samenwerkingen

Werk samen met relevante influencers of mediapartners waarbij sprake is van 'kruisbestuiving'. Creëer een win-winsituatie waardoor je uiteindelijk veel meer mensen bereikt door inzet van die extra kanalen.

38. Stuur een bevestigingsmail van de aanmelding.

Je voorkomt dat deelnemers net voor het event gaan mailen met allerlei praktische vragen. Je zult versteld staan welke logische praktische info vaak wordt vergeten, maar die voor de meeste vragen zorgen. Daarom stel ik ook daarvoor de checklist die ik altijd gebruik, ter beschikking in de [Toolkit voor Topevents](#).

39. Stuur na aanmelding tussentijds extra mails om te enthousiasmeren

Waarom moeten mensen écht komen? Wat missen ze als ze alsnog afzeggen? Zorg dat het event zó aantrekkelijk is, dat men er wel bij móet zijn. Daarmee voorkom je afmeldingen op het laatste moment.

40. Zet meerdere kanalen naast elkaar in voor je marketing

Gebruik een mix van bovenstaande mogelijkheden om je zaal zo vol mogelijk te krijgen. De mogelijkheden versterken elkaar; wanneer je én een enthousiaste mail krijgt en je ziet het event hier en daar op social media voorbijkomen, vergroot dat de kans op deelname aanzienlijk.

'Mijn' volle zaal van 800 deelnemers (en later nog eens 800) was het gevolg van de grootte van mijn mailinglist (Zo'n 10.000 subscribers), het inzetten van meerdere kanalen, online adverteren én ik maakte er een extra aantrekkelijk 'dagje uit' van, door ter afwisseling een bekende band uit te nodigen. NB: Adverteren kostte toendertijd superweinig, dat is nu helaas anders, waardoor het je alleen met een megamailinglist en dito expertpositie zal lukken binnen twee weken zoveel aanmeldingen te hebben.

Heb jij dat nog niet, maar wil jij ook je zaal z.s.m. vol krijgen? In de [online Toolkit voor Topevents](#) deel ik de strategie die op dit moment heel goed werkt (succes afhankelijk van het

aantal volgers en subscribers dat je al hebt, maar ook bruikbaar voor als je er minder hebt).
Inclusief stappenplan, formats en voorbeelden van mijn events.

Optimale beleving op de dag zelf

41. Zorg voor een warm welkom.

Zorg voor gastvrije hosts bij de entree. Bij veel events zijn dit fans die dit vrijwillig op zich nemen. Geef wel duidelijke instructies, zodat ze weten wat de verwachting is. Een ervaren eventmanager weet hoe hij/zij dit in goede banen moet leiden.

42. Faciliteer goede bewegwijzering

Maak het gemakkelijk om locaties, zalen en voorzieningen te vinden. Kleine tip, maar wordt vaak (letterlijk :-D) over het hoofd gezien: Zorg dat eventuele bordjes hoog genoeg hangen, zodat ze altijd zichtbaar zijn, ook als het druk is en er drommen mensen in de ruimte aanwezig zijn.

43. Zorg dat bezoekers zich moeten registreren

Gebruik een snel en soepel inchecksysteem, bijvoorbeeld via QR-codes. Dit zorgt ervoor dat bezoekers zich realiseren dat aanmelden belangrijk is en een volgende keer ook niet op de bonnefooi komen aanwaaien. Ook maakt het de *no-shows* inzichtelijk die je na afloop kunt opvolgen door hen te laten weten wat voor geweldigs ze hebben gemist. Het kan nét die aanmoediging zijn waardoor ze een volgende keer wél komen. Bij kleinere events kun je dit ook gewoon organiseren met een papieren deelnemerslijst waarop je bijhoudt wie aanwezig is. Of je legt naamkaartjes neer die mensen zelf kunnen pakken. Kaartjes die overblijven geven je ook de benodigde info.

44. Verzorg een waardevolle goodie bag waarvan de inhoud aansluit op het thema.

Zorg dat daar items inzitten die mensen bewaren, zodat ze later (uiteraard met een grote glimlach!) terugdenken aan jouw fantastische event. Je kunt ook andere bedrijven vragen de inhoud ervan te sponsoren, in ruil voor promotie voor hun bedrijf. Ook een eventueel werkboek, of notitieboekje met pen kun je hierin doen.

45. Zorg voor de juiste verlichting en sfeer

Creëer een ambiance die aansluit bij het thema, bijvoorbeeld met lichtprojecties.

46. Denk na over een inspirerende inrichting van het podium.

Het oog wil ook wat en wanneer er foto's of video-opnames worden gemaakt, is het podium een belangrijk visitekaartje. Zorg bij een panel bv. voor mooie fauteuils voor een kwalitatief hoogwaardige uitstraling. Gaat het om een inhoudelijk programma? Over het algemeen geldt 'less is more' qua items op een podium, zodat de focus op de spreker(s) en de inhoud ligt. Vraag de locatie naar de mogelijkheden. Theaters hebben mooie vaak items op voorraad.

47. Faciliteer Netwerkkzones

Richt speciale ruimtes in waar deelnemers comfortabel kunnen netwerken. Ze zullen je zeer dankbaar zijn.

48. Faciliteer rustplekken

Heb je een (meerdaags) congres met veel mensen? Voorzie in stille zones voor deelnemers die even op adem willen komen.

49. Check de techniek van tevoren

Gebruik je sheets, of video's? Niets is zo storend als een haperend geluidssysteem. Controleer vooraf alle audiovisuele apparatuur (vergeet niet het geluid en volume te checken!) en zorg voor een eventuele back-up! voor als een microfoon het alsnog niet doet. Een goede eventmanager zal dit standaard doen, in overleg met de host, of techniekmedewerker van een locatie.

50. Zorg dat je publiek tijdig in de zaal zit bij aanvang en na pauzes

Dat kun je doen door vrijwilligers te instrueren om mensen tijdig richting de zaal te manen. Ook kun je met je publiek een bepaald signaal afspreken dat je af laat spelen zodra het tijd is de zaal in te gaan. Denk aan het zo hard afspelen van een bepaald (muziek)nummer, dat de conversaties automatisch staken, omdat men elkaar simpelweg niet meer kan verstaan. Je

kunt ook rondlopen met een bel, of een toeter. Maak er iets ludieks van en 'oefen' dat even tijdens de praktische mededelingen. Een dagvoorzitter weet precies hoe hij/zij dat aan moet pakken.

51. Respecteer het tijdschema:

Houd het programma strak om uitloop te voorkomen. Voorkom dat je met samengeknepen billen de controle verliest en werk daarom met een professionele dagvoorzitter. Die is hier namelijk op getraind en beschikt over een toolbox met respectvolle interventies voor het geval een spreker uitloopt, juist te snel klaar is, of de catering onverwacht nog niet zover is. Zorg dat je zelf ontspannen van het event kunt genieten!

Verschilmakende details en persoonlijke touches

52. Zorg voor naamkaartjes

Met naambadges maak je het een stuk makkelijker voor je publiek om contact te leggen met elkaar. Is het event ook geschikt voor netwerken? Voeg een functie of interesse toe op de badge om gesprekstarters te creëren.

53. Faciliteer fotomomenten:

Plaats fotowanden of interactieve decors voor leuke herinneringen én om op social media te plaatsen. Moedig je publiek aan de foto's op social media te plaatsen door er bijvoorbeeld een wedstrijd van te maken. Wie de leukste post maakt, ontvangt een waardevolle prijs. Zorg dat dit altijd win-win is voor je publiek.

54. Gebruik live visuals:

Gebruik live illustraties of visuele notulen om sessies samen te vatten in de aanloop naar een nieuw programmaonderdeel. Op deze manier neem je je publiek mee en faciliteer je een maximale internalisering van de inhoud. Je kunt hier professionele tekenaars voor inhuren.

55. Lokale tips

Geef bezoekers tips over bezienswaardigheden in de buurt en geef ze in de bevestigingsmail de tip om er een uitje van te maken en een hotel in de buurt te boeken. De kans dat ze daadwerkelijk naar je event komen én nog iemand meenemen, wordt daarmee een stuk groter.

56. Geef je spreker de kans zijn/haar dienstverlening te promoten

Als het goed is heb je goede sprekers uitgenodigd waar je 100% achterstaat. Geef hen de kans hun dienstverlening te promoten door bijvoorbeeld hun boek te noemen, of te laten verkopen tijdens de pauze. Ook kun je je spreker de tip geven om de eventuele sheets achteraf via een QR-code in een van de sheets te laten downloaden door het publiek, in ruil van een e-mailadres. Daar kan je publiek dan wel of niet zelf voor kiezen. Zit jouw spreker in dezelfde business als jij? Wees niet te bang voor concurrentie en ga vol voor 'geven', ook aan je sprekers. Vertrouw erop dat het in meervoud bij je terugkomt op een later moment. Een goed netwerk is immers goud waard.

Tips voor een succesvol aanbod on stage

Ben jijzelf de trainer, of spreker tijdens het event en wil je graag je publiek on stage een aanbod doen voor je dienstverlening? De volgende tips kunnen je daarbij helpen:

57. Wees transparant over het feit dat je een aanbod gaat doen

Het doen van een aanbod kan ongemakkelijk aanvoelen. Maar jouw intentie is om je publiek verder te helpen en je weet dat je kwaliteit levert. Wees dus onbevangen transparant. Laat de dagvoorzitter tijdens de praktische mededelingen aan het begin van het event vermelden dat het publiek aan het einde van de dag te horen krijgt welke stappen zij verder kan zetten, mochten ze meer willen.

58. Zorg dat de content van je event je publiek voorbereidt op je aanbod.

Ga tijdens je event in op alle pijn en het verlangen van je doelgroep. Leg jouw visie uit op wat er nodig is om daar te komen en waarom. Haal alle mogelijke belemmeringen die je publiek

zou kunnen ervaren weg en verwijst al een paar maal naar je dienstverlening waarvoor je aan het einde van de dag je aanbod wilt doen. Op deze manier maak je de 'grond gereed' voor het zaaien van jouw verkooppitch aan het einde van je event.

NB: Ikzelf paste dit meermaals toe met een prima conversie tot gevolg: 800 deelnemers in één event leverde mij toendertijd 30 nieuwe klanten op. De conversie is afhankelijk van hoe bekend de deelnemers in de zaal al zijn met jouw dienstverlening. In mijn geval waren de meesten nog onbekend met mijn visie en lag de instapprijs voor het event heel laag. Bij andere events lag de prijs van het event hoger en namen alleen deelnemers deel die al heel geïnteresseerd waren. De conversie (uitgedrukt in %) lag toen weer veel hoger, maar was absoluut gezien ongeveer gelijk. Bedenk voor jezelf wat passend is voor jou en jouw dienstverlening. Wil je een volle zaal, of werk je liever met een kleinere groep? (Zie tip 3).

59. Zorg voor een papieren werkboek bij je event

Geef dit bij registratie mee met de deelnemer. Neem een welkomstwoord op, waarin je al voorsorteert op het aanbod door de urgentie te benadrukken van het nemen van de in jouw ogen benodigde stap. Neem achter in het werkboek de informatie op over je aanbod. Zoom daar in op de pijn die de deelnemer kan ervaren, het verlangen én wat het product of dienst de deelnemer zal opleveren. Benoem eventueel de reguliere prijs. Op het podium kun je na afloop van het event, indien je dat wilt, een bepaalde deal aanbieden met een korting, of extra bonus. Of je dit wel of niet moet doen, is afhankelijk van het soort dienstverlening en het segment waarin je zit (een lager segment zal instappen op basis van prijs, een hoger segment op basis van kwaliteit). Door dit zo te doen zal jouw pitch niet zo uit de lucht komen vallen en maak je je publiek gedurende het event al 'lekker' voor je aanbod.

En wat ook nog zo is: Een werkboek gooien mensen niet zo snel weg, waardoor je af en toe door de handen van je publiek blijft gaan. Een werkboek van mij ontvangen als voorbeeld? Ik heb deze ter inspiratie toegevoegd aan de [Toolkit voor Topevents](#).

60. Zorg voor duidelijk zichtbare banners

Laat twee soorten banners drukken. Eén met social proof van deelnemers van de dienstverlening die je wilt aanbieden aan het einde van je event. Op de andere banners

benoem je alle benefits van het programma: Wat levert deelname de deelnemers op? Op deze wijze maakt je publiek al kennis met wat je aanbiedt en komt je pitch niet zo uit de lucht vallen.

61. Zorg voor een extra en verrassend cadeau tijdens het event

Heb je bijvoorbeeld een boek geschreven? Deel dat gratis uit (verreken het in de kostprijs van je event). De psychologische 'wet van wederkerigheid' maakt de kans dat je publiek jouw aanbod na afloop van het event overweegt direct een stuk groter.

62. Bouw je aanbod zorgvuldig op

De opbouw kan je aanbod maken of breken. Zorg dat je het net zo enthousiast brengt als de content tijdens je event, creëer verlangen en laat zien dat jouw product de ander écht verder zal helpen. Laat het een no-brainer zijn. In de [Toolkit voor Topevents](#) stel ik het stappenplan van 18 onderdelen van een succesvol aanbod dat ik altijd gebruikte, ter beschikking.

63. Zorg dat je publiek zich gelijk kan aanmelden

Smeed het ijzer wanneer het heet is. Maak je publiek duidelijk hoe zij zich kan aanmelden. Je kunt bijvoorbeeld een QR-code weergeven op de beamer, of een aanmeldformulier in je goodiebag stoppen.

64. Wees na je aanbod beschikbaar voor vragen

Blijf na de pitch nog even op, of bij het podium om vragen te beantwoorden en laat mensen weten dat je daarvoor beschikbaar bent. Zorg dat je aanwezig bent tijdens een eventuele borrel en maak persoonlijk contact met je doelgroep.

Maximale oogst na het event

65. Vraag om feedback

Houd een (korte!) enquête om de ervaringen van deelnemers te verzamelen. Ruim er zo mogelijk 10 minuten voor in tijdens je programma, zodat je de feedback direct en vers van de pers binnenkrijgt. Je kunt het feedbackformulier al in de goodiebag stoppen; lekker

efficiënt! Jezelf moeite besparen? In de [Toolkit voor Topevents](#) vind je een voorbeeldformulier dat je zo kunt overnemen.

66. Verzamel direct referenties

Vraag in diezelfde enquête wat het event heeft opgeleverd en of je de antwoorden mag gebruiken voor pr. Door het stellen van de **juiste** vragen zorg je ervoor dat de antwoorden bruikbaar zijn als referentie. Benieuwd welke vragen dat zijn? In de [Toolkit voor Topevents](#) vind je een voorbeeldformulier dat je zo kunt overnemen.

67. Deel content op social media

Deel foto's, video's en hoogtepunten op social media en via e-mail, om publiek na te laten genieten. De kans dat enthousiast publiek de berichten liket is groot, waardoor het event verder in hun netwerk wordt verspreid.

68. Bevorder netwerken

Stuur deelnemers een lijst met contactgegevens (met toestemming). Zij zullen je dankbaar zijn dat je zoveel geeft, ook als het niet per se direct in jouw belang is. Onderschat niet de keren dat men achteraf herinneringen ophaalt bij de vraag waar men elkaar ook alweer heeft ontmoet. De naam van jouw organisatie zal keer op keer vallen.

69. Evalueer met je team

Evalueer het event met je team en noteer verbeterpunten voor de volgende keer. Laat dit geen sluitpost zijn, maar een structureel onderdeel waarmee je je events keer op keer verbetert.

70. Stuur persoonlijke bedankjes

Stuur een persoonlijke bedankmail naar dagvoorzitter, sprekers en deelnemers en laat weten waarom je hen zo waardeert. Schrijf een referentie als je hen daarmee kunt helpen.

71. BONUS TIP: Doe direct na het event al een early bird aanbod voor een volgend event

Grote kans dat het publiek nog enthousiast is en direct aanmeldt voor een volgende keer!

Tenslotte

Hopelijk heb ik je maximaal geïnspireerd voor de organisatie van een FANTASTISCH event!

Wanneer je al deze tips toepast, dan kán het niet anders dan dat het één groot, superwaardevol feest wordt voor zowel jouw bedrijf als je publiek. Het belangrijkste tijdens een event is 'geven'. En doe dat overvloedig vanuit het vertrouwen dat het op termijn in meervoud naar je terugkomt.

Misschien voel je je ook ietwat overweldigd; dat kan ik dat mij enigszins voorstellen. Ik heb mij niet ingehouden en al mijn waardevolle kennis en ervaring over je uitgestort ☺. Mocht je nu juist denken: HELP; hoe ga ik dit allemaal regelen naast mijn reguliere werkzaamheden? Weet dat ik, naast het **dagvoorzitterschap** óók beschikbaar ben voor de **algehele organisatie** van jouw event, zodat jij de RUST kunt bewaren en je kunt concentreren op datgene waarvan jij blij wordt.

Ben jijzelf business owner, of spreker? Hoe zou het voor je zijn als jij, vers van de visagie en mooi gekapt, als VIP op jouw eigen event aankomt en ontspannen kunt genieten van iedere minuut met jouw publiek?

- ✓ Dat je erop kunt vertrouwen dat álles tot in de puntjes is geregeld tot in de kleinste details;
- ✓ Dat het direct wordt gefikst door je dagvoorzitter, mocht er onverhoopt iets anders lopen dan gepland;
- ✓ Dat jouw keynote, of workshop met verve wordt aangekondigd door een grondig voorbereide en enthousiaste dagvoorzitter die dat zo doet dat het publiek direct op het puntje van haar stoel zit?
- ✓ Dat je zó in de spotlights wordt gezet, dat je expertpositie niet langer im frase is?
- ✓ Dat die dagvoorzitter het vragenrondje begeleidt en precies weet hoe om te gaan met weerstand en/of emoties in de zaal...?

Ik zou het wel weten :-D ...

Benieuwd naar de mogelijkheden? Je kunt mij inhuren voor zowel **dagvoorzitterschap** als voor de **organisatie van je algehele event**, waarbij ik je alle zaken uit dit e-book (uiteraard in overleg en op maat) uit handen kan nemen. Wanneer je mij inhuurt als eventmanager ontvang je mijn dagvoorzitterschap er **GRATIS** bij.

Wel wil ik maar een beperkt aantal events doen per jaar, dus zorg dat je niet te lang wacht met contact opnemen:

Offerte aanvragen voor dagvoorzitter? Check [HIER](#) direct beschikbaarheid en ontvang automatisch een offerte.

Offerte aanvragen voor eventmanagement all-in? Check [HIER](#) direct beschikbaarheid en ontvang automatisch een offerte.

Liever zelf je event organiseren?

Graag wijs ik je nog op de [Toolkit voor Topevents](#), waarin ik al mijn formats en voorbeelden ter beschikking stel die mij hielpen van mijn events een succes te maken.

Waarom handig?

- ▶ Bespaar jezelf tijd en moeite | ▶ Bewaar het overzicht | ▶ Vergeet geen belangrijke details | ▶ Trek zoveel mogelijk deelnemers aan | ▶ Zet je deelnemers om in klanten |
- ▶ Zet een onvergetelijke belevenis neer!

Inclusief:

- ✓ Format begroting
- ✓ Format draaiboek
- ✓ Checklist afspraken met locatie (inclusief alle 24 belangrijke details die vaak over het hoofd worden gezien)
- ✓ Checklist afspraken met spreker(s) (Idem)
- ✓ Checklist bevestigingsmail (voorkomt onnodige vragen)
- ✓ Ideeën voor tussentijdse mails na aanmelden (stimuleert daadwerkelijk deelnemen)
- ✓ Voorbeeld feedbackformulier (waarmee je aantrekkelijk geschreven referenties ontlokt)

En ook nog:

- ✔ BONUS 1: Mijn marketingstrategie die ervoor zorgt dat je z.s.m. je event vol hebt (Incl. stappenplan, alle benodigde formats en voorbeeldmails)
- ✔ BONUS 2: Voorbeeld werkboek waarmee je van deelnemers klanten maakt.
- ✔ BONUS 3: De opbouw (18 stappen) van een succesvol aanbod on stage.

Wil jij een fantastisch event neerzetten? En/of wil jij met je event je expertpositie vergroten en van je deelnemers klanten maken? De waarde van al deze documenten is qua tijd, energie én wat het je (financieel) kan opleveren, enorm. Normaal gesproken €147, maar **(alleen) vandaag** met korting: Bestel de toolkit **HIER** voor slechts **€87** ex btw (Korting 1 dag geldig).

Cheers op jouw topevent!

Hartelijke groeten,



Nelleke

office@nellekedewit.com

BONUS 1: Ideeën voor inspirerende sprekers

De kwaliteit van de sprekers is bepalend voor de kwaliteit van je event. Verras jouw publiek met goede sprekers. Dat kunnen oude rotten in het vak zijn, maar denk ook eens aan nieuw talent met een keynote. Op YouTube zijn vaak impressies te vinden. Hieronder een lijst met inspirerende sprekers waar ik positieve ervaringen mee heb:

Over (werk)geluk

Merijn Ruis

Geeft presentaties over geluk. Wanneer je deze jongeman hebt gehoord, ga je gegarandeerd met een grote glimlach en gelukkiger naar huis. Mix van wetenschap en theatrale en muzikale intermezzo's.

Meer informatie: <https://www.merijnruis.nl/home/>

Lonneke van Dasler

Spreekt in haar 'Spoedcursus geluk' over stress, geluk en veerkracht. Cabaret met een waardevolle inhoud! Gegarandeerd een leuke sessie.

Meer informatie: <https://lonnekevandasler.nl>

Léon Vastenburg

Spreekt over werkgeluk. In een wereld die steeds veeleisender wordt, is het welzijn van je medewerkers essentieel. De druk om te presteren kan zijn tol eisen en medewerkers vinden het vaak moeilijk om dit aan te geven. Een gezonde balans tussen werk en privé is belangrijk om verzuim, vertrek en burn-outs te voorkomen. Hoe zorg je hiervoor? Als medewerkers goed in hun vel zitten, zijn ze productiever, creatiever en meer betrokken bij hun werk. Léon geeft in zijn keynote praktische tools en inzichten om zijn publiek te helpen beter op zichzelf te letten. Dit zorgt niet alleen voor een lager ziekteverzuim, maar ook voor een positieve werkomgeving waar iedereen zich goed voelt.

Meer informatie: <https://www.leonvastenburg.nl>

Patrick van Hees

Spreekt ook over werkgeluk. In zijn lezingen, workshops en masterclasses vertaalt geluksprofessor Patrick van Hees wetenschappelijke inzichten op een humoristische en laagdrempelige manier naar de praktijk van alledag. Met aanstekelijk enthousiasme vertelt hij hoe zijn gelukslessen werken. Hij schreef ondermeer het boek 'De Geluksprofessor'.

Meer informatie vind je [HIER](#)

Martijn Aslander

Op het podium brengt Martijn met hartstocht en humor de complexe impact van technologie op de samenleving in kaart. Weet alles over digitale fitheid en is auteur van ondermeer 'Ons werk is stuk'.

Meer informatie: <https://martijnaslander.nl>

Louis Baerts

Louis is al ruim 30 jaar professioneel goochelaar en magisch spreker, gespecialiseerd in werkgeluk. Zijn Magic Keynote "Werkgeluk, hoe krijg je het?" gaat over het vergroten van werkgeluk. Door middel van een interactieve show vol belevenissen behandelt Louis levens- en ondernemerslessen.

Meer informatie: <https://louisbaerts.nl/zakelijk/magic-keynote-werkgeluk/>

Over leiderschap

Joske Kuut

Gaat voor oordeelvrij leiderschap n.a.v. de moord op haar broer. Met haar persoonlijke verhaal 'Eigen schuld, dikke bult' zorgt zij voor bewustwording en zelfs gedragsverandering. Het verhaal zet mensen aan tot nadenken over hun eigen gedrag. Een verhaal dat sowieso raakt.

Meer informatie: <https://joskekuut.nl/>

Jitske Kramer

Jitske Kramer is corporate antropoloog, ondernemer en bestsellerauteur. Zij reist de wereld over om te leren van traditionele healers, leiders, verrassende innovators en willekeurige

voorbijgangers. Ze brengt haar kennis en ervaringen via ijzersterke lezingen en masterclasses naar de wereld van organiseren, samenwerken en leiderschap.

Meer informatie: <https://jitskekramer.nl>

Aike Borghuis

Auteur, ervaren spreker en leiderschapscoach voor oudste dochters vanuit het systemisch perspectief. Aike verzorgt presentaties en workshops waarin ze je bewust maakt van het verborgen leiderschap van oudste dochters.

Ook als je geen oudste dochter bent is de lezing waardevol, want we maken allemaal deel uit van familiesystemen en hebben oudste dochters in onze omgeving.

In haar interactieve lezingen deelt zij een eerlijk verhaal dat beweging creëert. Zij houdt haar publiek graag met humor een spiegel voor en geeft je praktische handvatten die je vandaag nog kunt toepassen.

Meer info: <https://oudstedochter.com/aike-als-spreker/>

Over gezondheid

Erik Scherder

Professor Erik Scherder is als hoogleraar Klinische Neuropsychologie verbonden aan de Vrije Universiteit. Hij spreekt over de thema's: Het brein en breinonderhoud, de relatie tussen beweging, gedrag en mentale gezondheid, werkstress en het geheugen. NB: Boek vroeg genoeg om een kans te maken op een inspirerende lezing van deze topspreker.

Meer info vind je [HIER](#).

Richard de Leth

De huidige mens wordt steeds moeier, dikker en zieker. Met welke kennis kunnen we ons tegen onze evolutionaire zwaktes weren en hoe kunnen we ons geluk en gezondheid verder versterken? De rol van voeding, beweging en de psyche wordt vanuit nieuwe invalshoeken belicht, op een humorvolle wijze. Aan het einde van zijn sessies volgen praktische tips om toe te passen in je leefpatroon: het resultaat zal een OERsterk leven zijn!

Uit ervaring is gebleken dat veel mensen na het volgen van Richard's lezing hun leefstijl met kleine stappen veranderen. Deze kleine gedragsveranderingen leiden tot meer energie en levenslust.

Meer informatie vind je [HIER](#)

Arie Boomsma

Arie Boomsma, bekend als televisiepresentator, schrijver en motivator. Met zijn ervaring in de media en zijn passie voor maatschappelijke thema's weet Arie Boomsma als geen ander zijn publiek te boeien. Zijn lezingen variëren van onderwerpen zoals persoonlijke ontwikkeling, diversiteit en inclusiviteit, tot gezondheid en welzijn. Arie's unieke benadering en openhartige stijl zorgen ervoor dat hij als spreker een onvergetelijke indruk achterlaat.

Meer informatie vind je [HIER](#)

Over ondernemerschap

Ansjel van Brakel

Deze ervaren ondernemer en Business Coach helpt je met haar keynotes in de flow te komen en jouw 'ExcuusTruus' te dumpen. Professioneel, enthousiast en betrokken.

Meer informatie: <https://www.ansjel.nl/spreker/>

Bart van den Belt

Als ex-goochelaar goochelt Bart op zó'n wijze met woorden dat hij ieder thema op humorvolle wijze behapbaar en praktisch maakt. Bart is te boeken voor meerdere onderwerpen. Gegarandeerd met een glimlach weer naar huis...

Meer informatie: <https://www.bartvandenbelt.nl/spreker/>

Over onderwijs

Lieselore van Dijkhuizen

Lieselore van Dijkhuizen is een expert op het gebied van onderwijsvernieuwing en ondernemerschap. Met haar achtergrond in het onderwijs en haar passie voor ondernemerschap weet ze als geen ander hoe deze twee werelden te verbinden. Ze bespreekt onderwerpen zoals onderwijsinnovatie, het belang van persoonlijke ontwikkeling

binnen het onderwijs en de rol van ondernemerschap in moderne educatieve systemen.
Haar lezingen bieden inspirerende inzichten en praktische tips, geschikt voor een breed scala aan evenementen.

Meer informatie vind je [HIER](#)

BONUS 2: Checklist voor afspraken met dagvoorzitter

1° gesprek:

- Doel event bespreken
- Thema bespreken
- Wie is het publiek
- Waarvoor komen zij; wat is hun doel?
- Is het een betaald event?
- Verwachtingen van dagvoorzitter (waarom juist deze gevraagd)?
- Eventuele feedback van een eerder event
- Programma doornemen
- Dagvoorzitter mag wel/geen feedback geven op het programma (heeft vaak veel ervaring, dus sta daarvoor open)
- Gevraagde sprekers/gasten
- Contactgegevens sprekers doorgeven
- Reden waarom deze zijn gevraagd
- Zoveel mogelijk informatie doorgeven over het event, de business en de sprekers
- Teksten dagvoorzitter moeten wel/niet langs de opdrachtgever
- Geplande momenten van interactie, of is de dagvoorzitter daar vrij in
- Dagvoorzitter loopt bij vragen wel/niet met eigen microfoon de zaal in (of is er crew die rondloopt met mic?)
- De stijl van communiceren: formeel (u-vorm), of informeel (je en jij)
- Dresscode aanwezig ja/nee/verwachtingen
- Eventuele 'issues' die nu spelen in het bedrijf en die mogelijk tijdens het event naar boven komen/invloed hebben op publiek
- Dankwoord door dagvoorzitter ja/nee
- Waar vindt de borrel/pauze/lunch plaats
- Wanneer wordt het definitieve draaiboek aangeleverd
- Tijdstip aanwezig en waar
- Is er een kleedkamer/catering aanwezig
- Ruimte beschikbaar waar dagvoorzitter zich kan terugtrekken om tussentijds teksten aan te passen n.a.v. actualiteit programma?
- Logo doorgeven
- Technische doorloop (hoelaat microfoon ed. inregelen)
- Handheld of headset gewenst?

- Datum plannen tweede afspraak

2e gesprek:

- Eventuele laatste wijzigingen in het programma en draaiboek
- Waar staan de bedankjes voor de sprekers
- Wie geeft ze aan, of pakt de dagvoorzitter ze zelf?
- Weet de spreker dat hij/zij op het podium moet blijven staan na afloop?
- De praktische mededelingen die de dagvoorzitter moet doen tijdens event
- Geef je mobiele nummer door, zodat je de gehele dag kan appen met elkaar in het geval van onvoorziene omstandigheden.