

Het voorbereiden van promotiemateriaal voor het evenement

Pak een notitieblok, ga met je medeorganisatoren en/of helpers rond de tafel en plan ieders rol en taken zorgvuldig. Aan het volgende moet je denken:

Promotiekanaal: welke promotiekanaal ga je gebruiken? Heb je als kamer een account op Facebook, Twitter, Instagram of andere social media kanalen en heeft het zin deze te gebruiken voor de promotie van je evenement?

Promotie hulpmiddelen: je kunt alle bovenstaande social media kanalen gebruiken, maar je kunt ook kijken naar management hulpmiddelen zoals HootSuite, Buffer en TweetDeck voor hulp bij het monitoren van je social media.

Promotie taken: is er één persoon die alle social media kanalen bijhoudt? Of is er één persoon die de promotie opzet en een ander voor het beantwoorden van alle vragen? Beslis nu wie welke taak heeft.

Maak een overzicht van benodigde media: foto's, video's, blog posts, Facebook posts. Maak een overzicht van alle media die je denkt nodig te hebben voor de evenementpromotie voor, tijdens en na je evenement.

Contactlijst: e-mail contactlijsten, gerelateerde Facebook groepen, Twitter communities en belangrijke mensen binnen jouw gemeenschap. Verzamel alle mogelijke contacten, zodat je ze bij de hand hebt wanneer je ze nodig hebt.

PR-pakketten: maak PR-pakketten voor journalisten met een persbericht over het evenement, hoge kwaliteit foto's en wanneer mogelijk videomateriaal.

Promotie voorafgaand aan het evenement

Er zijn veel dingen die je kunt doen om mensen te laten beslissen om naar je evenement te gaan tijdig voordat je evenement begint. Het creëren van een evenement is daar de start van, maar hoe verder? Gelukkig zijn er een aantal bewezen technieken om ervoor te zorgen dat je evenement bekendheid krijgt:

Deel je evenement: start met het delen van het evenement op de social media kanalen die je gebruikt en het versturen van e-mail uitnodigingen naar je bestaande contactlijst.

Laat anderen je evenement delen: vraag je Kamer en vrienden het evenement te delen op hun eigen social media. Ken je belangrijke personen die betrokken zijn bij het evenement? Vraag of zij je evenement willen delen. Oftewel; vraag alle personen die betrokken zijn bij jouw evenement; sprekers, bandleden etc. je evenement te delen met hun social media.

Bepaal jouw ster: ken je een bekendheid die gerelateerd aan jouw evenement kan worden en een groot social media netwerk heeft? Probeer in contact te komen, stuur een uitnodiging voor je evenement en krijg diegene zover om over jouw evenement te praten.

Plan content: plan de content die geplaatst kan worden tijdens je evenement. Dit zorgt ervoor dat je tijdens het evenement zelf tijd hebt om nieuwe content te verzamelen.

Herinnering posts: post foto's, interviews met gasten of testimonials van voorgaande evenementen om publiek aan te trekken en ze te laten herinneren hoe awesome je evenement was.

Gratis ticket actie: start een social media actie en geef gratis tickets voor je evenement weg aan de winnaar. Dit is een geweldige manier om extrabetrokkenheid tot je evenement te creëren en de bekendheid van je evenement te boosten. Bijvoorbeeld een Like, Deel en Win actie.

Promotie op de dag van het evenement

De dag van je evenement is aangebroken en je zult je handen vol hebben aan het verwelkomen van gasten en het managen van alle mensen die betrokken zijn bij je evenement. Toch moet je ervoor zorgen dat je jouw evenement promoot voor de in de toekomst geïnteresseerden en je moet er ook voor zorgen dat je gasten betrokken blijven. Heb jij één of meerdere personen om je social media te managen? Zo niet, wees dan niet gevreesd; met een duidelijk doel ben jij nog steeds in staat het een en het ander zelf te doen. Dit is het plan:

Check de techniek: wil je dat mensen praten over je evenement? Zorg er dan voor dat ze verbinding kunnen maken met een WiFi netwerk en dat ze weten hoe ze verbinding kunnen maken. Verspreid flyers op verschillende plaatsen met informatie over het WiFi netwerk.

Krijg mensen aan het praten: gebruik dezelfde flyers om je gasten informatie te geven over jouw social media en vraag ze te praten over het evenement. Misschien kan het stellen van een leuke ijsbrekervraag hierbij helpen. Heb je een speciale #hashtag die je gebruikt, communiceer deze dan ook hierin.

Check-in beloning: voeg een beloning toe (gratis koffie, snack, armband etc.) die de gasten krijgen wanneer ze inchecken op jouw evenement met Facebook of Instagram.

Leg succesverhalen vast: maak foto's of video's van de artiesten en gasten en vraag ze te vertellen wat ze vinden van het evenement. Een deel van het materiaal kan meteen gebruikt worden en de rest kan bewaard worden voor de promotie van toekomstige evenementen.

Post 'actie' foto's: creëer spontane posts met foto's van wat er op dat moment op het evenement gebeurt. Kondig elke artiest of spreker aan met een foto en een korte omschrijving. Dit kun je al van te voren voorbereiden en klaar zetten.

Monitor social media: om een gesprek te creëren moet je reageren op posts van anderen. Antwoord op vermeldingen en los problemen die zich voordoen zo snel mogelijk op.

Promotie na afloop van het evenement

Hoera! Je evenement was een succes, het maakt niet uit hoe groot of klein. Wat moet je nu doen om de interesse te behouden en ervoor te zorgen dat mensen naar je volgende evenement komen? Dit is wat je kunt doen:

Publiceer slides: als er tijdens je evenement een presentatie gegeven is, gebruik dan SlideShare om de slides te delen, je volgers zijn er wellicht naar op zoek en sommige mensen die niet bij je evenement aanwezig waren zijn misschien geïnteresseerd in het onderwerp.

Post evenement media: video's, blogpost en foto's, post het allemaal. Tag mensen die erbij waren of er vanaf moe(s)ten weten.

Gebruik testimonials: gebruik de testimonials die je verzameld hebt op het evenement om interesse op te wekken voor je volgende evenement.

Zeg 'dankjewel' en verstuur een 'Bedankt' bericht naar je gasten via e-mail of in een Facebook post. Bedank ze voor de deelname, deel links van al het bovenstaande en vraag om feedback om uit te vinden hoe hun ervaring met het evenement was. Vergeet ook niet je sponsoren te benoemen als je deze had voor je evenement.

Houd je social media in de gaten: mensen zullen berichten plaatsen over je evenement ook wanneer je evenement al is afgelopen. Zorg ervoor dat er over je evenement gepraat blijft worden.