Haystack Consulting

Rapport opgesteld voor NBTC | Belgische markt

Van overwogen naar aanbevolen

Hoe Belgische organisatoren van bedrijfsevenementen bestemmingen kiezen en hoe zij Nederland zien

Rapport opgesteld voor

NBTC
Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen

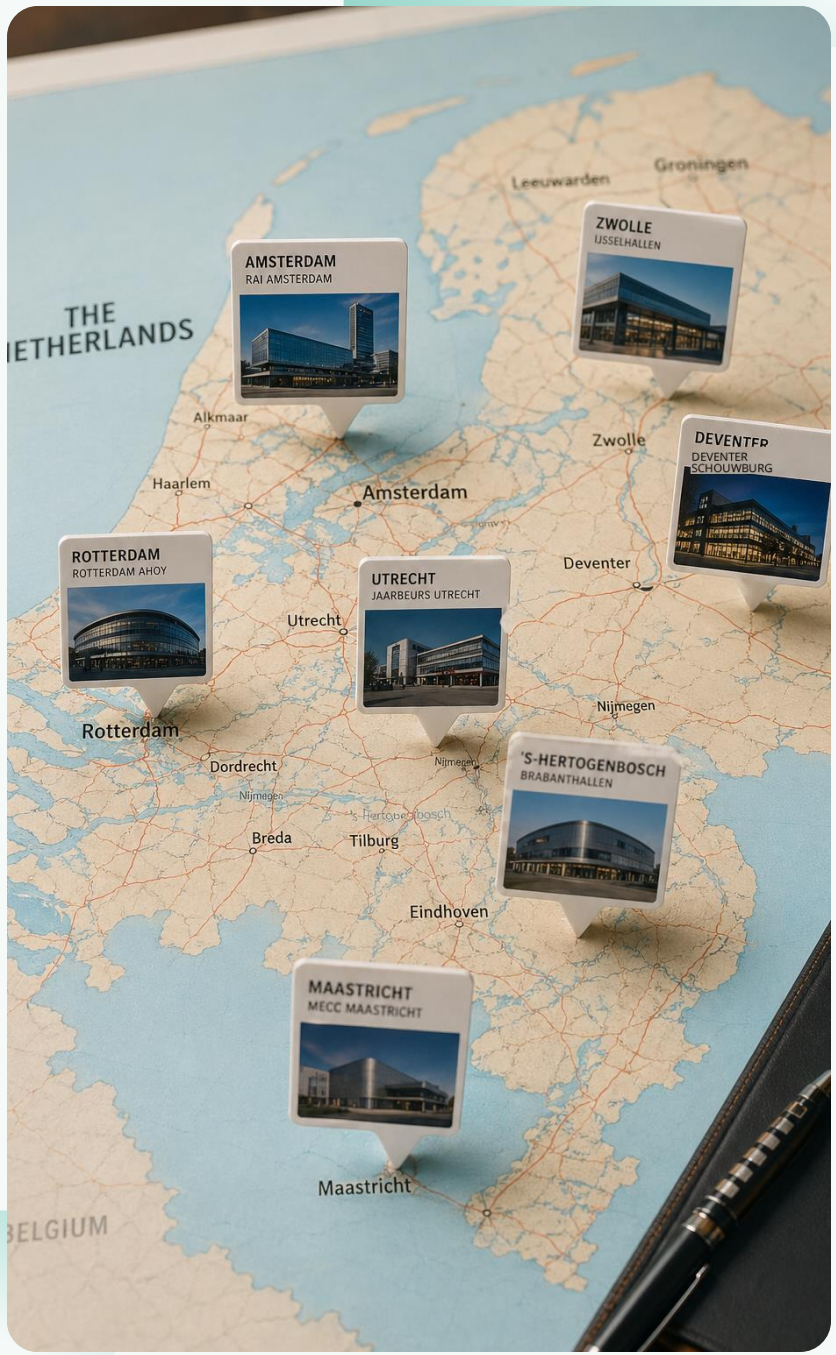
Door onze experts



Stefan Peeters
Stefan.Peeters@haystack-consulting.com



Valerie Lieffrig
Valerie.Lieffrig@haystack-consulting.com



Achtergrond en doelstellingen

Uw vraag aan ons

NBTC wil **meer inzicht krijgen in bedrijfseventplanners**, omdat zij een cruciale rol spelen bij de keuze van bestemmingen voor internationale bijeenkomsten, incentives, conferenties en evenementen (MICE).

Deze doelgroep **hecht** doorgaans **veel waarde aan factoren** zoals bereikbaarheid, infrastructuur, de kwaliteit van de locaties, duurzaamheidsprestaties en de algehele bezoekerservaring. Ook budgetefficiëntie, logistieke eenvoud en de beschikbaarheid van hoogwaardige dienstverleners spelen een rol. Het imago en het unieke karakter van de bestemming kunnen eveneens een sterke invloed hebben op de beslissing, zeker bij incentive-reizen.

Bedrijfsplanners **zoeken** vaak **een balans tussen praktische vereisten en de behoefte om deelnemers een ervaring te bieden die hen bijblijft.** Inzicht in hoe zij verschillende landen zien, helpt NBTC om concurrentievoordelen en verschillen in kaart te brengen. Het is belangrijk om **de bekendheid van Nederland** te beoordelen en de **associaties** die planners ermee hebben, zoals innovatie, bereikbaarheid en duurzaamheid. Ook is het relevant om te onderzoeken of Nederland als **onderscheidend genoeg** wordt gezien in vergelijking met andere Europese bestemmingen. Inzicht in hoe organisatoren bestemmingen selecteren en beoordelen, kan bijdragen aan een gerichte positionering en besluitvorming. Uiteindelijk helpen deze inzichten NBTC **om haar aanbod**, en met name **haar communicatie**, beter af te stemmen op de behoeften en verwachtingen van deze invloedrijke groep besluitvormers.

We hebben Belgische ervaren planners geïnterviewd, verdeeld over taal, leeftijd en ervaring met Nederland

De aanpak

01 Het samenstellen van een virtual audience

02 Dynamische interviews
Hetzelfde script voor iedereen, plus vervolgvragen

03 Kwalitatieve analyse
Thema's gerangschikt op basis van hoe vaak en hoe sterk ze terugkomen



De steekproef

Criteria	Beschrijving
Locatie	België, georganiseerd voor Belgische deelnemers
Taal	50% Franstalig, 50% Nederlandstalig
Leeftijd	30-60 jaar oud
Ervaring	Hoofd Evenementen, Evenementendirecteur, Senior Evenementenmanager
Ervaring	5+ jaar ervaring in evenementenplanning
Functie	Planners bij bureaus en in eigen beheer
Beslissingsbevoegdheid	Beslist of beslist mee over de bestemming
Type evenement	Meerdaagse bedrijfsevenementen in het buitenland
Omvang van het evenement	Klein (tot 300), middelgroot (301-750), groot (750+)
Sectoren	Farmaceutische sector, financiële sector, technologie, media, productie, consumptiegoederen
Nederland	Iedereen heeft het de afgelopen 3 jaar overwogen; 50% heeft geboekt, 50% heeft nog nooit geboekt
Uitgesloten	Verenigingscongressen, organisatoren die uitsluitend incentive-reizen organiseren

Nederland is geloofwaardig, maar moet zich per opdracht bewijzen

0 | Samenvatting

1. **Een soepele reis wint het van een korte afstand**
   Planners bekijken de volledige reis, van elk Belgisch vertrekpunt tot aan de deur van de locatie. Een nabijgelegen bestemming verliest nog steeds als de laatste overstap onduidelijk is of als er vertragingen te verwachten zijn.

2. **Het hele programma moet kloppen**
   Capaciteitscijfers alleen zijn niet overtuigend. Planners controleren hoe mensen zich tussen de zalen verplaatsen, hoe snel de zalen kunnen worden omgebouwd en of er hotelkamers in de buurt zijn.

3. **De totale kosten moeten kloppen**
   Een reis naar het buitenland brengt extra overnachtingen, maaltijden, vervoer en verblijfsduur met zich mee. Planners kiezen de prijs die ze kunnen verdedigen ten opzichte van de budgethouder of de klant, niet de laagste offerte.

4. **Een opvallende locatie moet zich bewijzen**
   Een sterk beeld kan een interne sponsor snel overtuigen. Maar planners stellen het pas voor als zaalindeling, referenties of een locatiebezoek aantonen dat het zal werken.

5. **Onbekende locaties ontbreekt het aan bewijs, niet aan aantrekkingskracht**
   Planners zijn nieuwsgierig naar nieuwe bestemmingen. Zonder een concrete locatie of een collega die er al eens een evenement heeft georganiseerd, vallen ze terug op wat ze al vertrouwen.

De kans voor NBTC

Eerlijk advies, afgestemd op de opdracht

- Twee of drie opties die aan de opdracht voldoen
- Routes van deur tot deur vanuit België
- Bevestigde zalen op de gewenste data
- Een volledig kostenoverzicht
- Eén contactpersoon die problemen tijdig signaleert

Voeg voor minder bekende locaties echte foto's en een referentie toe.

Senior gatekeepers die bepalen wat er wordt besproken

1 | Profiel van de doelgroep

Planners bepalen de shortlist, en elke mindset vereist ander bewijs

Profiel	Functie	Organisatie	Evenementen	Nederland
	Hogere besluitvormers	Intern en via een bureau	Meerdaags, in het buitenland	Iedereen heeft het overwogen; sommigen hebben geboekt

Mindset			
	Soepele organisatoren Kleine tot middelgrote bijeenkomsten: **Zij hebben een plan van deur tot deur nodig, de totale kosten en een zaal die geschikt is.**	**Grootschalige organisatoren** Groepen van 800+: **zij controleren de bruikbare capaciteit, het ombouwen van zalen en kamerblokken, en brengen altijd een bezoek ter plaatse.**	**Deelnemers die een beleving zoeken** Leiderschaps- en sales evenementen: **ze willen een locatie met karakter en bewijs dat het werkt voordat ze het voorstellen.**
Andere factoren die een rol spelen	**Extern bureau versus in-house** Externe bureaus zetten hun reputatie bij de klant op het spel, dus hebben ze sterker bewijs nodig voordat ze een voorstel doen.	**Thuisbasis** Vanuit het oosten van België loopt de weg naar Rotterdam door het drukke verkeer van Antwerpen, dus Duitse steden of Maastricht kunnen als voorspelbaarder worden ervaren.	**Taal:** **Franstalige planners** hechten meer waarde aan de sfeer (zie hoofdstuk 4).

Voor NBTC Lever overtuigend bewijs op maat: aankomstplannen per Belgische regio, capaciteit voor 800+ personen aantonen, unieke uitstraling en beleving tonen, kant-en-klaar materiaal voor evenementenbureaus

Zorg dat de basis klopt; het type evenement bepaalt de rest

2 | Doelen en behoeften rondom evenementen

Elke planner toetst dezelfde drie basisprincipes

1



De eerste werkdag

Een korte treinreis betekent weinig als de laatste overstap verwarrend is of de groep moe en te laat aankomt. Planners controleren de reis van deur tot deur, soms lopen ze de route zelf af tijdens een locatiebezoek.

2



Een programma dat werkt voor de volledige groep

Een gepubliceerde capaciteit is geen bewijs dat plenaire sessies, werkgroepen, maaltijden en hotelkamers goed op elkaar aansluiten. Ombouwmomenten, gangen en hotelblokken kunnen een aantrekkelijke bestemming in een risico veranderen.

3



Een beslissing die ze kunnen verdedigen

Sponsors, klanten, financiën en inkoop zullen vragen stellen over reistijd, accommodatie, maaltijden en extra's. De prijs van de locatie alleen is zelden doorslaggevend.

Bij alle drie staat de geloofwaardigheid van de planner op het spel: wat er ter plaatse misgaat, valt op hen terug.



Voor NBTC: Stel elk Nederlands voorstel op rond deze drie risico's en laat zien hoe elk risico wordt afgedekt.

Bovenop de basis legt elk type evenement eigen accenten

Verkoopbijeenkomst

- Energie en erkenning
- Open plenaire bijeenkomst, avondlocatie voor de hele groep
- Iedereen in één hotel

Bij zeer grote groepen gaat een vlotte doorstroming boven de sfeer

Leiderschap / management

- Privacy en een omgeving waar mensen met elkaar praten
- Iedereen op één locatie
- De omgeving is belangrijker

Kleine groepen bieden meer keuzevrijheid

Training

- Indeling, akoestiek, daglicht
- Betrouwbare AV-apparatuur en rustige break-outruimtes
- Kosten per persoon

Een opzichtige locatie kan afleiden

Voor elk type evenement geldt: bereikbaarheid en een functionele locatie staan voorop; de sfeer kan de doorslag geven bij een twijfelgeval, maar kan nooit een evenement redden dat niet goed verloopt.

Voor NBTC : stel twee pakketten samen: een trainingspakket dat per trein bereikbaar is, en een sales- en leiderschapspakket dat de avond en de sfeer laat zien.

Planners kiezen geen locatie: ze zoeken waar het plan kan mislopen

3 | Besluitvormingsproces voor de keuze van het land

De shortlist begint met vertrouwen en eindigt met het bewijs dat het plan standhoudt

Besluitvormingsproces: van eerste idee tot interne goedkeuring

1

Begin met wat ze vertrouwen

Eerdere evenementen, persoonlijke contacten en tips van collega's vormen de basis voor de eerste shortlist. ChatGPT levert soms ideeën op, maar wordt nooit als bewijs beschouwd.

2

Reconstrueer het echte evenement

Van een lijst steden tot de daadwerkelijke groep: waar mensen vertrekken, hoe ze de deur van de locatie bereiken, of de ruimtes op elkaar aansluiten, wat het allemaal kost.

3

Controleer bij de bron

Telefoongesprekken, schriftelijke voorstellen, referenties van collega's en locatiebezoeken.
Locatiebezoeken zijn tests, geen formaliteiten: ze brengen sterke punten, knelpunten en lange loopafstanden aan het licht.

4

Verdedig het voorstel intern

Sponsors, klanten, financiën, inkoop of HR geven hun mening. De planner moet achter het voorstel staan, of het intrekken.

Minder bekende Nederlandse steden stranden hier vaak: er is geen concrete locatie of referentie van collega's om mee te beginnen

Bekende Nederlandse opties winnen of verliezen hier meestal, wanneer het plan wordt getoetst aan de echte groep

Voor NBTC : Wees aanwezig in beide fases: zorg dat je in de vertrouwde startgroep terechtkomt en lever vervolgens bewijs dat de toetsing en de beslissingsvergadering doorstaat.

Elk criterium wordt getoetst aan één opdrachtomschrijving, niet aan de bestemming in het algemeen

Bereikbaarheid, aansluiting bij het programma en de totale kosten bepalen de keuze; het karakter geeft alleen de doorslag bij twijfelgevallen

Zeven selectiecriteria, gerangschikt naar hoe vaak en hoe doorslaggevend ze de keuzes van de planners hebben beïnvloed

Basisvoorwaarden
Eerst beoordeeld; als een optie niet voldoet, valt deze af

Beslissende factoren
Geven de doorslag bij een nek-aan-nekrace, maar redden nooit een plan dat niet werkt

Voorwaardelijke factoren
Tellen alleen mee als de opdracht dit vereist

1	**Bereikbaarheid en verbindingen**	Beoordeeld van deur tot deur; de aankomstplannen waren bepalend voor 2 van de 4 afgewezen Nederlandse opties.
2	**Kwaliteit van de locatie en het hotel**	Plenaire zalen, break-outruimtes en hotelkamers moeten op schaal aansluiten; hierdoor ging een grote verkoopbijeenkomst verloren.
3	**Prijs en prijs-kwaliteitverhouding**	Planners beoordelen wat het in totaal kost om de groep naar het buitenland te brengen; de goedkoopste offerte wint zelden.
4	**Onderscheidend vermogen**	Karakter zet de toon, maar moet bij de klant passen en zich bewijzen.
5	**Culturele en zakelijke aantrekkingskracht**	Geeft het evenement een verhaal en beantwoordt de vraag “waarom niet België?”; weegt zwaarder voor sales en leidinggevenden.
6	**Duurzaamheid en ESG**	Komt steeds vaker voor in de opdrachtomschrijving, maar is zelden doorslaggevend; het speelde één keer een rol, bij een groot intern evenement.
7	**Veiligheid en stabiliteit**	Kwam in deze interviews niet naar voren als doorslaggevende factor.

Voor NBTC: laat elk Nederlands voorstel beginnen met de drie basisprincipes (vervoer van deur tot deur, aansluiting op het programma, totale kosten). Voeg karakter toe als doorslaggevende factor en houd bewijsmateriaal over ESG bij de hand.

Dichtbij is slechts een uitgangspunt: de bereikbaarheid wordt beoordeeld tot aan de deur van de locatie

Criterium 1: bereikbaarheid en verbindingen



Vier bevindingen

Waar de groep vertrekt, verandert het beeld.
Dezelfde Nederlandse stad kan eenvoudig of riskant lijken, afhankelijk van waar in België mensen vandaan reizen en hoe.

Het laatste stuk is doorslaggevend.
Een soepele treinreis kan op het station in het honderd lopen: taxi's, een shuttlebus of een wandeling met bagage in de regen.

Voorspelbaar wint het van snel.
Een betrouwbare, langere reis heeft de voorkeur boven een kortere die vertraging kan oplopen. Het busverkeer rond Antwerpen gaf de doorslag voor een bepaalde optie vanuit Rotterdam.

Eén plan voor de hele groep.
Een Duits alternatief won door één enkel, betrouwbaar plan voor aankomst en hotel aan te bieden, niet door voor iedereen sneller te zijn.

De groep moet bij aankomst klaar zijn om deel te nemen, zonder dat de planner het eerste uur brandjes moet blussen.

Voor NBTC: vervang „gemakkelijk vanuit België" door aankomstplannen per trein en touringcar per vertrekplaats, inclusief de laatste overstap en wat er gebeurt als er vertraging is.

Een capaciteitscijfer is geen bewijs: organisatoren testen hoe het hele programma verloopt

Criterium 2: kwaliteit van locatie en hotel

> *Een mooi capaciteitscijfer zegt me niets over hoe lang het ombouwen van een zaal werkelijk duurt.*

> *Een plattegrond laat niet zien dat het plafond in die verbindingsgang laag is, of dat er maar acht mensen tegelijk in de lift passen.*

Ombouw van zalen

Als de plenaire zaal de eetzaal wordt: wie past deze aan, hoe lang duurt het, waar wachten de gasten?

Verplaatsingen

Een grote groep zonder vertragingen van de plenaire zaal naar de break-out-sessies brengen: gangen, liften, lange loopafstanden.

Kwaliteit van de zaal

Zichtlijnen vanaf de achterste rij, akoestiek, de plaatsing van deuren en pilaren.

Groepsaccommodatie

Voldoende hotelkamers in de buurt, op de daadwerkelijke data, naast de vergaderruimte.

Op grote schaal heeft één klein minpuntje in de indeling direct gevolgen voor iedereen, daarom controleren ze tijdens locatiebezoeken of de plattegronden kloppen.

Voor NBTC: toon programmaspecifieke indelingen, getimede rondleidingen en eerlijke informatie over beperkingen vóór het locatiebezoek, niet erna.

Planners kiezen de totale kosten die ze kunnen verdedigen, niet de laagste offerte

Criterium 3: prijs en prijs-kwaliteitverhouding

Offerte voor de locatie + Slaapkamers + Maaltijden en gastvrijheid + Transfers + Belastingen en audiovisuele apparatuur + Reistijd van deelnemers

Totale kosten
waarop klanten en de financiële afdeling hun oordeel baseren

In het buitenland komen er kosten bij

In Brussel gaan sommige collega's 's avonds naar huis. In het buitenland heeft iedereen een bed, reiskosten en verblijfskosten nodig.

De totale kosten wegen zwaarder dan de goedkoopste offerte

Een managementbijeenkomst in Rotterdam won omdat de totale kosten het best te verantwoorden waren, niet op basis van de laagste offerte.
Last-minute extra's kunnen een op het eerste gezicht betaalbare optie de das omdoen.

Extra uitgaven moeten gerechtvaardigd zijn

Meer betalen is te verdedigen als het nuttige tijd samen of een onvergetelijke ervaring oplevert. De naam Amsterdam alleen rechtvaardigt de tarieven niet.

Voor NBTC: Lever volledige kostenramingen die organisatoren aan de financiële afdeling kunnen voorleggen: wat is inbegrepen, wat is nog onbevestigd en wat zijn de waarschijnlijke extra's.

Karakter doet een optie opvallen; alleen bewijs zorgt dat ze wordt goedgekeurd

Criteria 4 & 5: onderscheidend vermogen en culturele en zakelijke aantrekkingskracht

Wordt opgemerkt

- Een locatie met karakter
- Een stad die deel uitmaakt van het verhaal van het evenement
- Een antwoord op de vraag “waarom niet België?”

Wordt goedgekeurd

- Plattegronden en capaciteiten
- Foto’s van vergelijkbare evenementen
- Referenties of een locatiebezoek
- Een back-up plan

“

‘Niet veilig’ [een bijzondere locatie] mag niet betekenen dat je gokt op het slagen van het evenement.”

Organisator, leiderschapsevenement

Voor NBTC: Ondersteun elke onderscheidende locatie met bewijs: foto’s van vergelijkbare evenementen, plattegronden, capaciteiten en een back-up plan.

Duurzaamheid is alleen van belang als de opdracht daar bewijs van vereist; veiligheid kwam nooit ter sprake

Criteria 6 & 7: duurzaamheid & ESG, veiligheid & stabiliteit

Duurzaamheid en ESG

- Maakt steeds vaker deel uit van opdrachtomschrijvingen van klanten of bedrijven
- Zelden de reden om een bestemming te kiezen
- De uitzondering
- Wat telt, is bewijsmateriaal dat planners intern kunnen hergebruiken, niet een label

Veiligheid en stabiliteit

- Wordt niet genoemd als reden om een bestemming te kiezen of uit te sluiten
- als vanzelfsprekend beschouwd voor Nederland en nabijgelegen alternatieven
- Het is de moeite waard om dit in vervolgonderzoek te toetsen alvorens te concluderen dat het niet van belang is

> *Niet alleen een groen logo in een presentatie.*

Geen van beide factoren levert een boeking op, maar het ontbreken van bewijs op het gebied van duurzaamheid kan er een kosten wanneer de opdracht daar om vraagt.

Voor NBTC: zorg dat je bewijs van duurzaamheid in een bruikbare vorm bij de hand hebt, zoals reisplannen per trein en gedocumenteerde praktijken van de locatie, voor opdrachten die daar om vragen. Breng het niet als eerste ter sprake.

Beide groepen willen bewijs: Nederlandstalige organisatoren kijken eerst naar logistiek, Franstalige organisatoren van sfeer

Nuances tussen Franstalige en Nederlandstalige planners

Franstalige planners

- **Zwaarst wegen:** karakter, sfeer en de avondsetting
- **Succes:** een evenement dat mensen zich herinneren, „onopvallend moeiteloos“
- **Bewijs:** foto’s, capaciteit en een back-up plan

Nederlandstalige organisatoren

- **Belangrijkste factoren:** bereikbaarheid per trein, loopafstand, voorspelbare reistijd
- **Succes:** een evenement waarbij niemand de reis opmerkt
- **Bewijs:** samenhangende antwoorden, verkende routes en een volledige kostenraming

Wat beide groepen delen Beide groepen toetsen dezelfde drie basisprincipes: bereikbaarheid, aansluiting op het programma en totale kosten, en willen bewijs zien voordat ze een voorstel doen.

Voor NBTC Voor Nederlandstalige organisatoren: leg de nadruk op logistiek: treinverbinding, looptijden, samenhangende antwoorden en volledige kosten. **Voor Franstalige organisatoren**: leg de nadruk op sfeer en het avondprogramma, ondersteund door plattegronden en een back-up plan.

Barrières hebben minder te maken met Nederland dan met ontbrekend bewijs

5 | Belemmeringen en drempels

Nederlandse opties lopen vast wanneer het plan niet kan worden onderbouwd, zelden vanwege het land zelf

Barrières en drempels

Logistieke complexiteit

De laatste overstap, de voorspelbaarheid van de bussen en aankomsten vanuit verschillende Belgische regio's.

Programmarisico op grote schaal

Doorstroming tussen ruimtes, het ombouwen van zalen en hotelboekingen op de betreffende data.

Budgetrisico

Verborgen extra's, de totale kosten vergeleken met een verblijf in België, de tarieven en beschikbaarheid in Amsterdam.

Onbekendheid

Minder bekende steden waarvan men alleen de naam kent: geen locatie, geen referentiepunt om zich een beeld van het evenement te vormen.

Gefragmenteerde antwoorden:

je wordt doorverwezen naar verschillende leveranciers en moet hun antwoorden zelf op elkaar afstemmen.

Elke hindernis vergroot het persoonlijke risico van de planner, zowel tijdens de beslissingsvergadering als ter plaatse.

> *Ik verdedig liever een iets minder charmante keuze dan dat ik me tijdens het evenement de hele tijd moet verontschuldigen voor de verplaatsingen.*

Voor NBTC: Verlaag de drempel door het verificatiewerk over te nemen dat planners nu zelf doen.

Geloofwaardig en dichtbij, maar geen enkele belofte volstaat op zich om Nederland te dragen

Nederland is al een geloofwaardige optie, maar bekendheid leidt niet vanzelf tot boekingen

Positionering van Nederland ten opzichte van concurrerende bestemmingen

Wat al werkt

- **Dichtbij:** een bestemming die gemakkelijk ter sprake komt
- **Bereikbaar per trein:** rechtstreekse treinen en locaties op loopafstand van het station
- **Geschikte locaties en professionele uitvoering:** concrete, consistente antwoorden voor omvangrijke programma's
- **Aanbod:** van karakteristieke loodslocaties tot efficiënte vergadersteden

Waar het een uitdaging vormt

- **Dichtbij ≠ eenvoudig:** de reis ziet er in elke Belgische regio anders uit
- **Duitse steden:** Keulen en Düsseldorf wonnen met één duidelijk, betrouwbaar plan
- **Amsterdam:** erkenning wordt tenietgedaan door prijs, drukte en beschikbaarheid
- **Andere steden: er is wel** interesse, maar het is moeilijk om je een haalbaar evenement voor te stellen

De nabijheid brengt Nederland in beeld; alleen een plan dat voor deze groep standhoudt, houdt het in de race.

Voor NBTC: Ga verder dan algemene beweringen zoals „bereikbaar" of „onderscheidend" en lever bewijs dat geldt voor één specifieke opdracht.

Elke Nederlandse stad heeft een eigen belofte en heeft een andere bewijskloof

Positionering: de Nederlandse steden in de beleving van organisatoren

Amsterdam

Belofte
sterke naamsbekendheid die belanghebbenden enthousiast maakt.

Ontbrekende onderbouwing
Prijs, drukte, beschikbaarheid en afleiding maken het voor veel opdrachten moeilijk te rechtvaardigen.

Rotterdam

Belofte
Het meest besproken: karakteristieke locaties, rechtstreekse treinen, de mogelijkheid om grote programma's te realiseren.

Ontbrekende onderbouwing
Wint of verliest op details: doorstroming op grote schaal, voorspelbaarheid van het wegverkeer, sfeer. Noch 'creatief', noch 'efficiënt' is op zichzelf voldoende.

Maastricht

Belofte
Dichtbij en aantrekkelijk, en kan mogelijk enkele verkeersknelpunten vermijden.

Ontbrekende onderbouwing
De laatste overstap, en een locatie die de groep aankan.

Utrecht & Eindhoven

Belofte
Echte nieuwsgierigheid, een verfrissend alternatief voor bekende plekken.

Ontbrekende onderbouwing
Planners kunnen zich nog geen geschikte locatie voorstellen of een collega die daar een vergelijkbaar evenement heeft georganiseerd.

Voor NBTC: Laat de opdracht, en niet een vaste hiërarchie van steden, bepalen welke Nederlandse stad wordt getoond, en vul de specifieke ontbrekende onderbouwing daarvan op.

Altijd in beeld, maar niet altijd op de definitieve shortlist

7 | Bekendheid met en overweging van Nederland

Nederland komt snel in beeld, maar verliest terrein wanneer het plan op de proef wordt gesteld

Bekendheid en overweging: waar Nederland in beeld komt en weer verdwijnt

Bekend	Overwogen	Op de shortlist	Aanbevolen
Een bekende, aannemelijke optie. Amsterdam, Rotterdam en Maastricht zijn het meest aanwezig; andere steden zijn vooral bij naam bekend.	Komt in beeld wanneer nabijheid, bereikbaarheid per trein en vertrouwde ervaringen uit het verleden aan de eisen voldoen.	Alleen als de planner zich een haalbaar evenement kan voorstellen. Minder bekende steden vallen vaak hier af.	Wanneer de reis, de opbouw van het programma, de totale kosten en de lokale antwoorden de toets der kritiek doorstaan.
Komt in aanmerking	Komt in aanmerking	Valt hier af	Bereikt wanneer het bewijs standhoudt

Waar het binnenkomt:
al vroeg, via plaatsen die planners al vertrouwen en een korte, vaak spoorwegvriendelijke reis vanuit België.

Waar het tekortkomt
Laat, bij de verificatie: een laatste overstap, een doorstroming tussen zalen of een kost die voor deze groep niet haalbaar is. Wordt zelden meteen afgewezen.

Voor NBTC : lever bewijs eerder aan, voordat planners hun gebruikelijke bestemmingen vastleggen, en niet pas wanneer ze ernaar informeren.

Bekendheid is zowel een voordeel als een last voor Nederland

Bewustwording: de paradox van de bekendheid

Bekend

De bekendheid van Amsterdam trekt de aandacht, maar organisatoren hebben moeite om dit om te zetten in een reden om meer te betalen voor een bepaald evenement.

Minder bekend

Utrecht en Eindhoven wekken om de tegenovergestelde reden nieuwsgierigheid op, maar organisatoren kunnen zich daar geen haalbaar evenement voorstellen zonder foto's, capaciteitsgegevens en concrete ruimtes.

Ervaring beperkt de lijst

Organisatoren keren terug naar locaties waar alles soepel verliep, zelfs als een nieuwe locatie misschien spannender is. De shortlist begint met wat ze al vertrouwen.

Het obstakel is vaak niet een negatief imago, maar een gebrek aan bewijs dat sterk genoeg is om ervaring te verdringen.

> *"Ik word het wel een beetje beu om steeds weer dezelfde vertrouwde locaties aan te bevelen.*

Voor NBTC: Maak minder bekende steden aantrekkelijker door hun karakter te koppelen aan vergelijkbare evenementen, echte foto's, capaciteiten en een locatiebezoek.

De kans: eerlijk advies op maat van de opdracht die een Nederlandse optie verdedigbaar maakt

8 | Kansen om het voorstel te versterken

Stuur twee of drie opties die bij de opdracht passen, geen bestemmingsbrochure

Kans: een op de opdracht gebaseerd planningsvoorstel

Uit de opdrachtomschrijving van de planner

- Groepsgrootte
- Data
- Herkomst van de deelnemers
- Programma
- Budget
- Gewenste sfeer

...tot twee of drie plausibele opties voor steden en locaties, waarbij voor elke optie het volgende wordt weergegeven:

Reis van deur tot deur

Trein- of busroutes vanaf de relevante Belgische vertrekpunten, de laatste transfer, bekende wegwerkzaamheden of lastige aansluitingen.

Aansluiting op het programma

Beschikbaarheid van plenaire zalen en breakout-ruimtes op specifieke data, bruikbare indelingen, nabijgelegen hotelkamers, ruimte voor maaltijden en avondprogramma's, omschakeltijden.

Verantwoordbare totale kosten

Wat is inbegrepen, wat is nog onbevestigd en mogelijke extra's zoals transfers, audiovisuele apparatuur en belastingen.

Hoe het zal aanvoelen

Foto's van vergelijkbare evenementen en het deelnemerstraject, voor opdrachten waarbij ervaring van belang is.

Het vervangt het verificatiewerk dat planners nu zelf doen: het werk dat bepaalt of een Nederlandse optie in aanmerking blijft komen.

Eén aanspreekpunt controleert elke optie en geeft planners een duidelijk oordeel over de geschiktheid

Kans: eerlijke lokale coördinatie

1. Eén contactpersoon controleert de onderdelen

- Brengt de antwoorden over de locatie, het hotel en het vervoer samen in plaats van de aanvraag door te sturen naar meerdere leveranciers
- Controleert de knelpunten: het reserveren van kamers op de gewenste data, de ruimte voor 's avonds in verhouding tot de opstelling van de vergadering, wegwerkzaamheden
- Is duidelijk over wat schriftelijk is bevestigd en wat niet
- Geeft snel antwoord, met een weloverwogen visie in plaats van een generieke lijst

2. Organisatoren krijgen een duidelijk oordeel

Geschikt

Mogelijk onder voorwaarden

Niet geschikt

Planners horen liever ***"deze stad is niet de beste keuze"*** dan dat ze ernaar worden geduwd.

Een onuitvoerbaar voorstel kost hen tijd en geloofwaardigheid; openhartigheid houdt Nederland in de race voor de volgende opdracht.

Voor NBTC: Test één verantwoordelijke coördinator die elke optie controleert en een oordeel geeft over geschiktheid, mogelijk onder voorwaarden of ongeschiktheid. Ga na of dit beter werkt dan een langere shortlist.

Help planners om met vertrouwen aanbevelingen te doen, in plaats van koste wat kost te overtuigen

Nederland heeft geen behoefte aan meer bekendheid; het heeft bewijs nodig dat planners kunnen verdedigen

Conclusies: wat we hebben geleerd

1	**Planners hebben de touwtjes in handen**	Als een bestemming niet op hun shortlist staat, krijgt de klant deze nooit te zien.
2	**De basis beslist; karakter geeft de doorslag bij twijfel**	Bereikbaarheid, aansluiting bij het programma en de totale kosten komen op de eerste plaats. Karakter maakt pas het verschil als aan deze voorwaarden is voldaan.
3	**Nederlandse opties vallen af op basis van feiten, niet op basis van imago**	Ze vallen af wanneer niet kan worden aangetoond dat de reis, de indeling van de ruimtes of de kosten voor deze groep werken.
4	**Minder bekende steden ontbreekt het aan bewijs, niet aan aantrekkingskracht**	Planners zijn nieuwsgierig, maar zonder een concrete locatie of een referentie van collega's vallen ze terug op wat ze kennen.

NBTC wint door voor elke opdracht bewijs te leveren voordat de shortlist wordt samengesteld

Aanbevelingen: vijf aanpassingen voor NBTC

Verandering	In de praktijk
Van het beantwoorden van vragen → **naar het leveren van bewijs voordat de shortlist wordt samengesteld**	Leg bewijsmateriaal aan planners voor voordat zij hun gebruikelijke bestemmingen kiezen, niet pas nadat zij een aanvraag hebben ingediend.
Van beweringen over bestemmingen → **naar bewijs dat specifiek is voor de opdracht**	Vervang beweringen als 'toegankelijk' of 'onderscheidend' door bewijs dat geldt voor één groep op één reeks data.
Van veel leveranciers → **naar één aanspreekpunt**	Eén persoon brengt de antwoorden over de locatie, het hotel en het vervoer samen en signaleert problemen in een vroeg stadium.
Van meer leads → **naar eerlijke geschiktheidsbeoordelingen**	Beoordeel elke optie als ‘geschikt’, ‘mogelijk onder voorwaarden’ of ‘ongeschikt’, in plaats van een lange lijst te geven.
Van eerst Amsterdam → **naar de stad die aan de opdracht voldoet**	Laat de opdracht bepalen welke Nederlandse stad je laat zien, en vul de informatiebehoefte voor die stad in.

Volgende stap: Test de aanpak met echte opdrachten (bekende versus minder bekende steden, trein- versus busgroepen, kleine bijeenkomsten versus grote verkoopevenementen) om te ontdekken welk bewijsmateriaal een Nederlandse optie van ‘interessant’ naar ‘klaar voor de shortlist’ brengt.

Belgische organisatoren boeken leveranciers die bewijzen dat het plan werkt, van deur tot deur en van zaal tot zaal

Aanbevelingen voor locaties, hotels en lokale partners | Belgische markt

Locaties

De vraag van de organisator aan u
loopt het hele programma vlot voor de volledige groep

Breng het volledige programma in kaart
Plenaire sessies, werkgroepen en diner, met getimede overgangen en aangegeven waar gasten wachten.

Geef beperkingen van tevoren aan
Gangen, liften, pilaren en zichtlijnen, vóór het locatiebezoek.

Geef de aankomst weer
De looproute vanaf het station en de uitstapplaats van de bus.

Onderbouw met bewijs
Foto's van vergelijkbare evenementen en een back-up plan.

Hotels

De vraag van de organisator aan u
Zijn er op die data kamers in de buurt van de locatie, tegen een acceptabele prijs?

Reserveer kamers op de betreffende data
een kamerblok in de buurt van de locatie, bevestigd voor de daadwerkelijke data.

All-in offerte
slaapkamers, maaltijden en belastingen, plus wat nog niet bevestigd is.

Geef de afstanden weer
looptijd naar de locatie en naar het station.

Lokale partners

De vraag van de organisator aan u
Is er één contactpersoon die de antwoorden op elkaar afstemt en in een vroeg stadium aangeeft wat niet zal werken?

Geef één samenhangend antwoord
Locatie-, hotel- en vervoersantwoorden in één antwoord.

Geef een duidelijk oordeel
Geschikt, mogelijk onder voorwaarden, of ongeschikt.

Plan aankomsten per regio
Trein en touringcar vanuit elke Belgische regio, inclusief laatste transfer.

Pas de klemtoon af op de taal
Logistiek staat voorop voor Nederlandstalige planners, sfeer voor Franstalige planners.

Samen Stuur één samenhangend voorstel dat een planner kan verdedigen tegenover de budgethouder of de klant: aankomst, programma-aansluiting en totale kosten.

Haystack Consulting

Sensationeel op het gebied van innovatie en branding



© Haystack Consulting - Alle rechten voorbehouden.