



**The  
LIVE  
Company.**

**>>> Van storytelling  
naar storydoing**

**D&B**

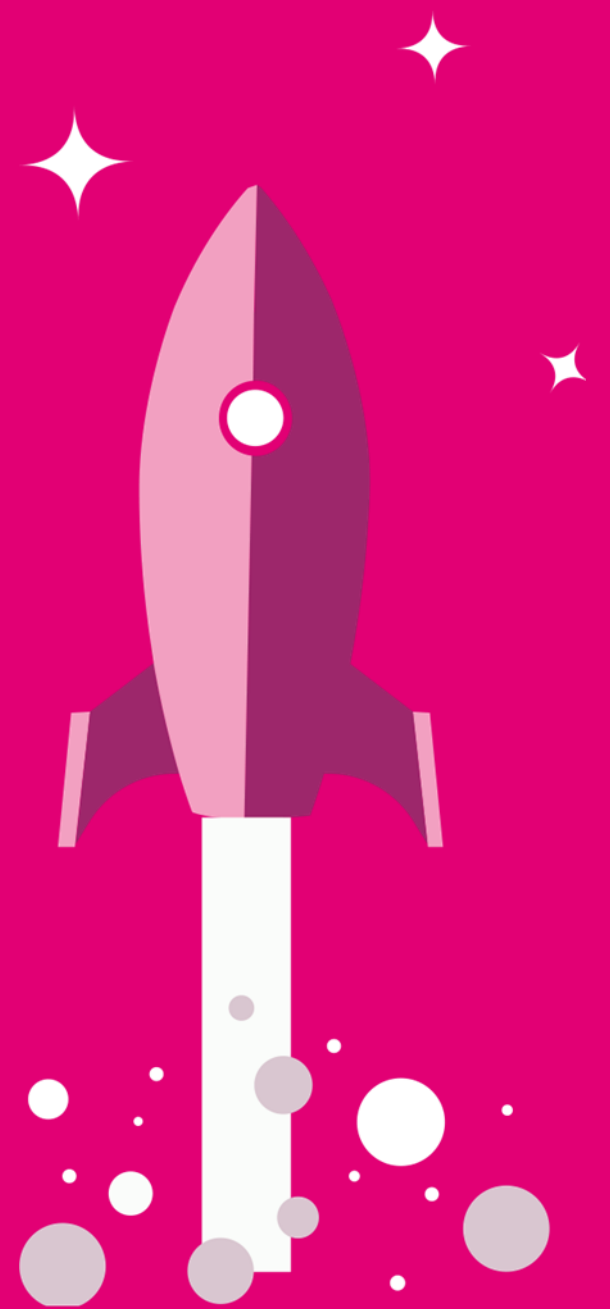
Living your brand &  
getting your results

## Omzet zakelijke evenementen 2020 (x € 1 mio)

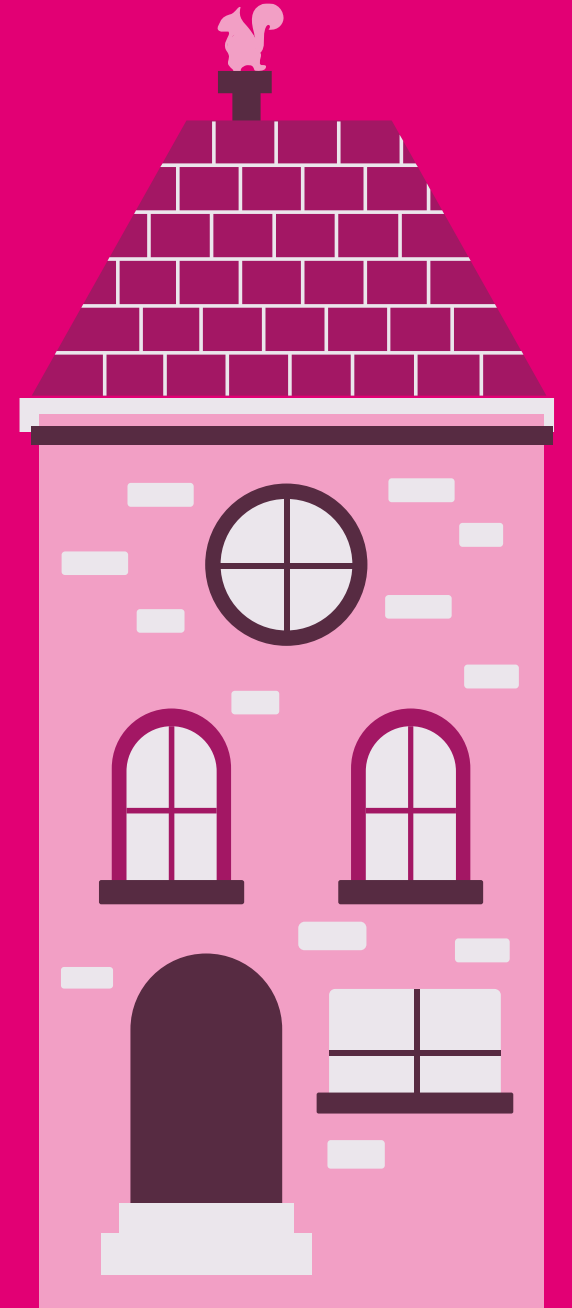
Vak- en publieksbeurzen	€	1.740
Congressen en vergaderen	€	2.730
Bedrijfsevenementen	€	750
<b>Totaal</b>	€	<b>5.220</b>

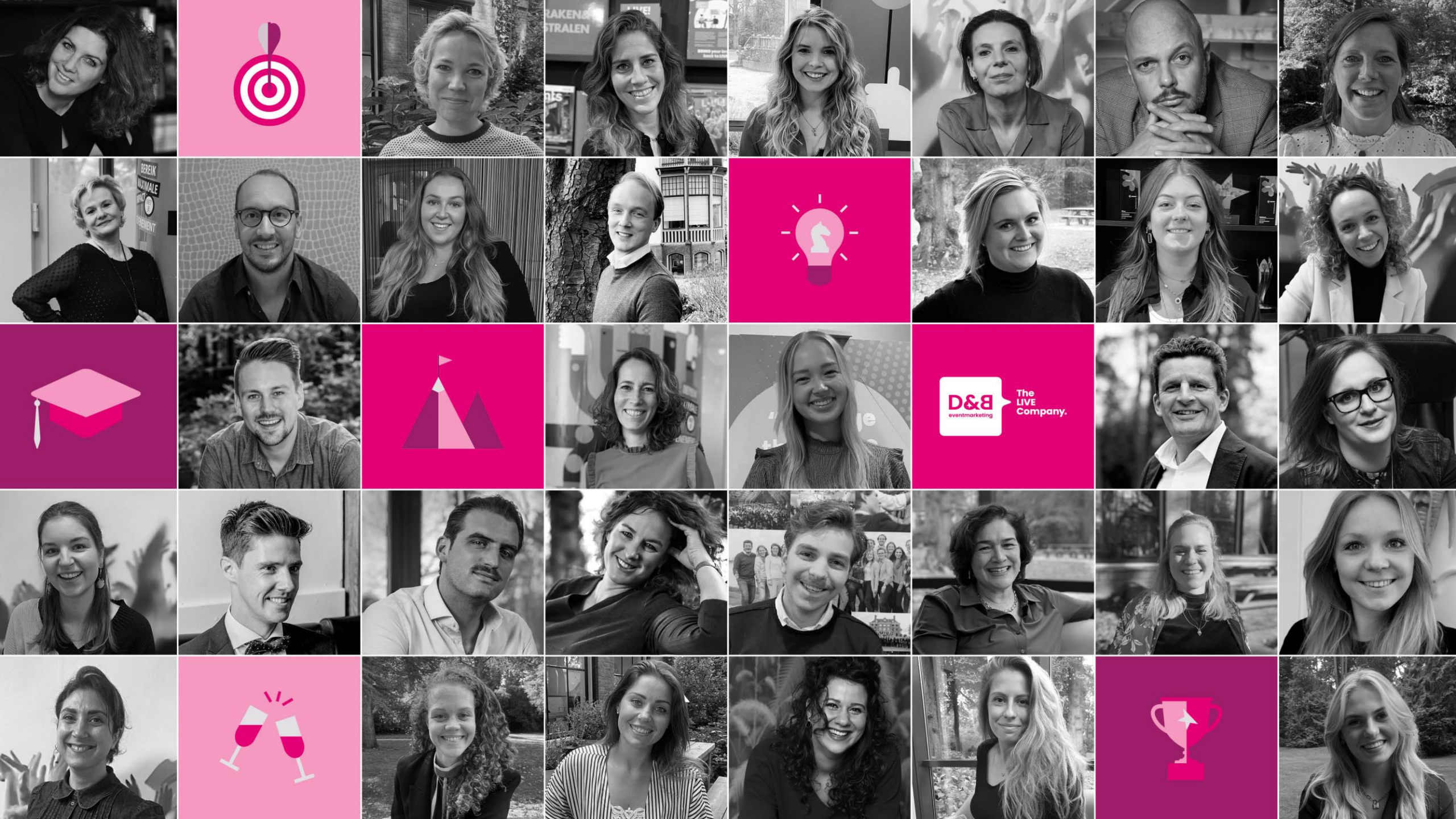
**»» 2022/2023: x 1,5?**

# Events dé accelerator van storytelling



**In Hilversum staat  
het D&B Eventhuis.**





# Bijdragen in de branche en maatschappij

- Actief binnen IDEA en Event Platform
- Les geven eventopleidingen (BUAS, HvA, HU, HKU, InHolland, Eventacademy, MIEM, etc.)
- Master classes voor relaties
- Boeken uitgeven (Live!, bijdrage aan Handboek Strategische Eventmarketing)
- Kennis delen (Pink Papers)
- Bijdragen aan goede doelen (Amsterdam City Swim (ALS), Fonds Gehandicapten Sport, Helen Dowling Instituut, Right to Play, Plastic Soup Foundation, Scouting Nederland)





A hand is shown holding a stream of glowing blue particles, which appear to be falling or being released. The background is dark, making the bright blue particles stand out. The hand is positioned on the right side of the frame, with the fingers gripping the stream. The overall mood is one of hope and potential.

**Organisaties helpen  
om dromen en  
ambities te realiseren  
en impact te maken.**

**Event als  
onderdeel van een  
campagnematige  
aanpak.**



**Als onderdeel  
van je strategie.**



**Als boost  
voor je ambitie.**





**Maak  
impact!**

**Relatie  
marketing**



**Internal  
Branding  
& events**



**Jubilea**



**Congressen**



**Specials**



**Online  
events**

# KLM - 100 JAAR LUCHTVAART

Jubileumcongres 'Onderweg naar een duurzame toekomst'.



# LELY - FUTURE FARM DAYS

6-Daags internationaal jubileumevent als aanjager voor innovatie.





# KPN - OPENING 'DE LINK' - ROTTERDAM

Met een spectaculaire lasershow over de Erasmusbrug werd het nieuwe kantoor van KPN officieel geopend.



# EY – ENTREPRENEUR OF THE YEAR 25 JAAR

Jaarlijkse awardshow waar ondernemend Nederland elkaar ontmoet en het ondernemerschap viert.



# NEDERLANDSE LOTERIJ - TOP RETAIL AWARDS

Awardshow voor de top 50 beste retailers van Nederlandse Loterij



# BOL.COM - MEDEWERKERSEVENT - THE BATTLE OF THE TITANS

Een uitdagende dag, geladen met de blauwe bol.com identiteit, waarbij teamwork het sleutelwoord was.



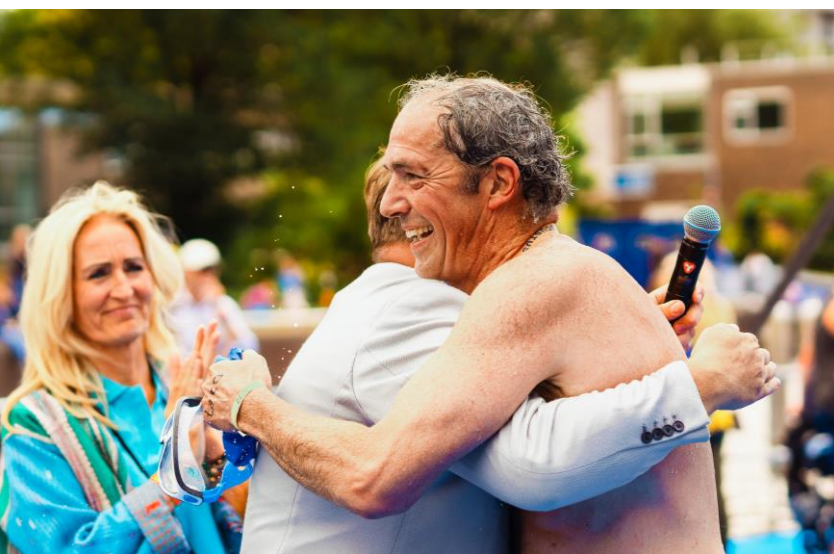
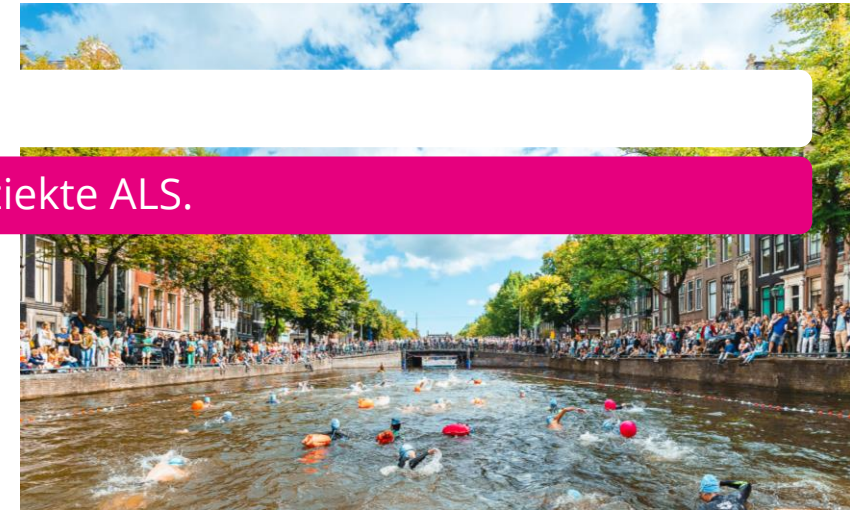
# FONDS GEHANDICAPTENSPOORT - NATIONAAL GALA VOOR DE GEHANDICAPTENSPOORT

Met als thematiek 'Vuur & Vlam' werd € 500.000,- voor de gehandicapten sport opgehaald.



# AMSTERDAM CITY SWIM

Samen zwemmen we in de grachten om zoveel mogelijk geld op te halen voor de ziekte ALS.





# Onze doelstelling

We helpen merken en organisaties met het behalen van hun lange termijn marcom doelstellingen, door het (campagnematig) inzetten van live en digitale experiences.



Al 14 jaar het bureau voor digitale experiences

Events & experiences, virtual worlds en creatieve content

Circa 40 specialisten, van verhalenvertellers tot developers en technical artists

Utrecht



Al 40 jaar het bureau voor LIVE communicatie

Onderscheidende events en eventcampagnes

Circa 40 eventprofessionals, van projectmanagers en creatief strategen tot videomakers en designers

Hilversum



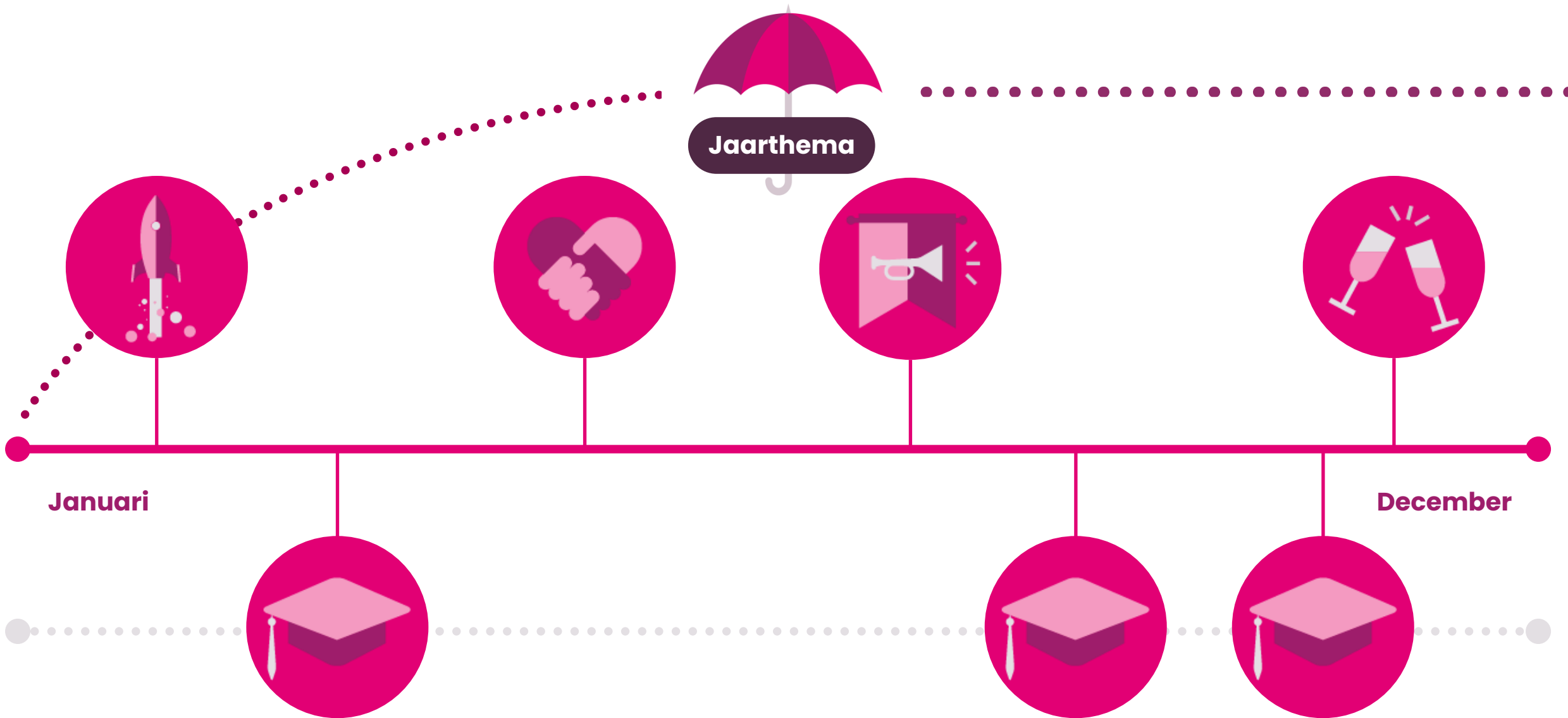
A hand holding a microphone against a background of bokeh lights. The background is dark with numerous out-of-focus light spots in shades of purple, pink, and red, creating a bokeh effect. The hand is positioned on the right side of the frame, holding a microphone. The overall mood is vibrant and celebratory.

**Hoe zorg je voor een  
eventstrategie met  
langdurige impact?**

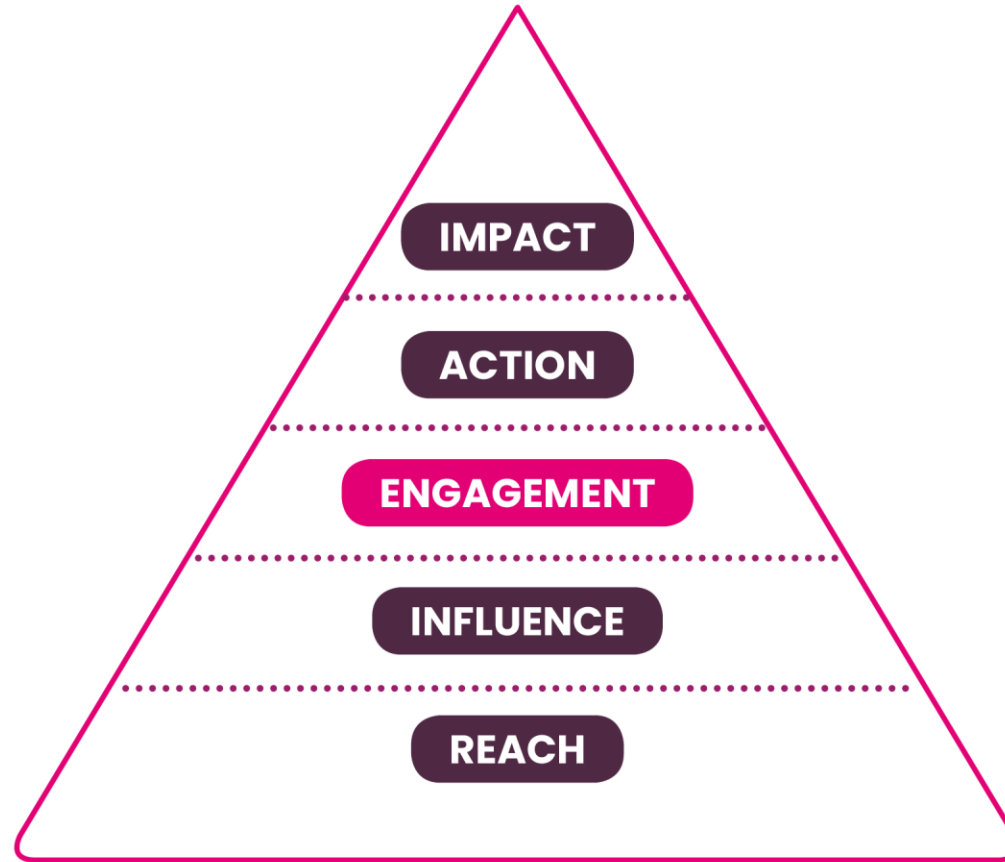
# Hoofd > Hart > Handen



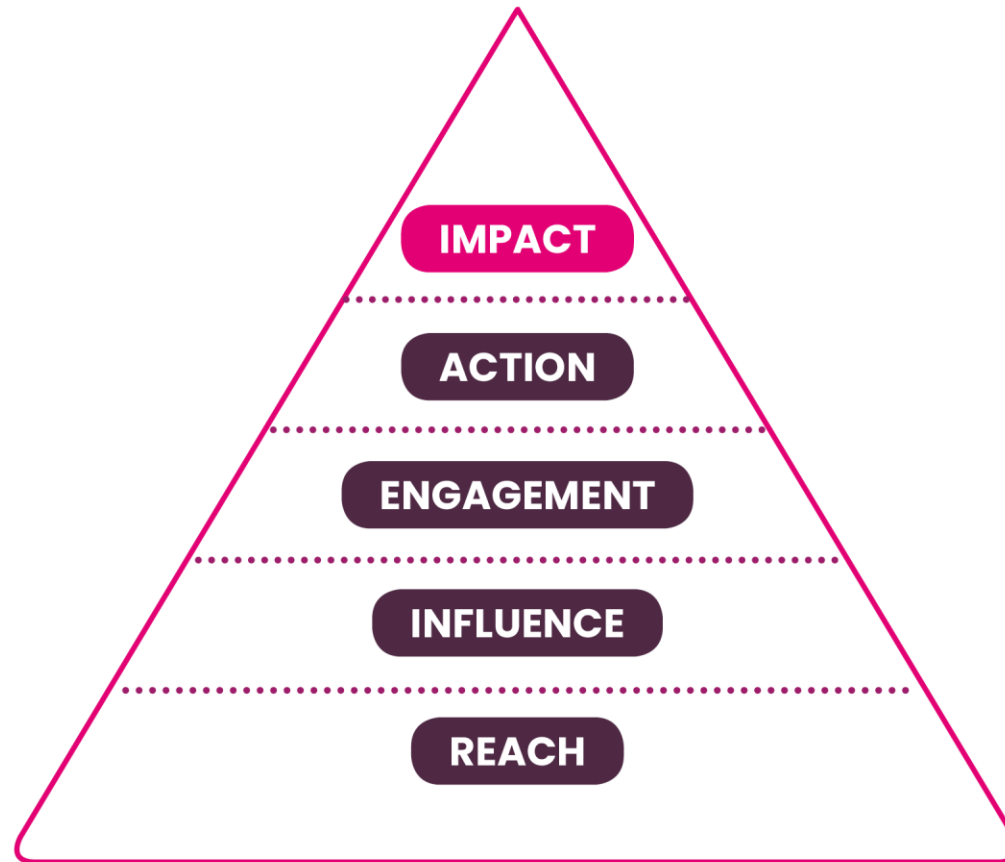
# Eventstrategie



# De vraag verschuift



# De vraag verschuift





**D&B**  
Meten = Weten



**Wat moeten deelnemers anders doen naar aanleiding van het evenement om waarde te creëren?**



**D&B**  
Meten = Weten

**10**

jonge  
talenten in  
6 maanden

**15%**  
nieuwe klanten



**2% minder**  
ziekteverzuim

**90%** kent  
de visie  
van het bedrijf



A glowing red question mark is centered in a dark hallway with graffiti on the walls. The text "Hoe kom je achter de échte vraag?" is overlaid on the question mark.

**Hoe kom je achter  
de échte vraag?**





**VS**



# Vraag achter de vraag

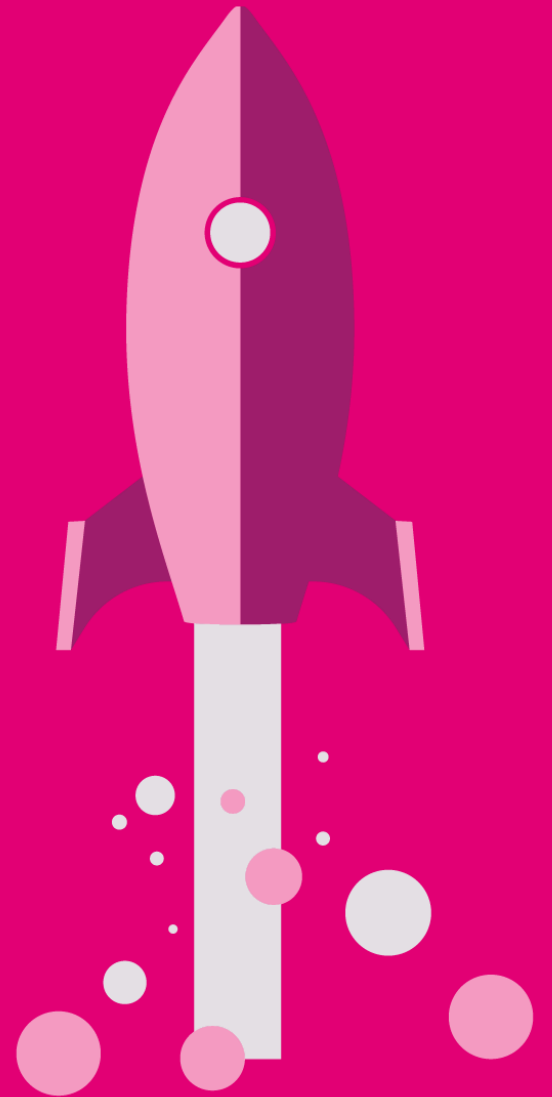
- Wat moeten mensen anders doen/voelen/denken?
- Waar maken we het verschil t.o.v. onze grootste concurrent?
- Waar blijkt dit uit?
- Wat is de stip op de horizon?
- Wat doen we al aan binding richting...?
- Wat leeft er momenteel?
- Is er al een communicatiecampagne?
- Omschrijf de cultuur. Verschil tussen afdelingen?
- Wat maakt ons nu trots om voor xxx te werken?
- Waarom willen onze relaties/medewerkers dit event écht niet missen?
- Waar heeft men het nu nóg over?



# Chief Event Officer



**Strategische  
eventmarketing:**  
van mijlpaal naar  
springplank voor  
de toekomst.



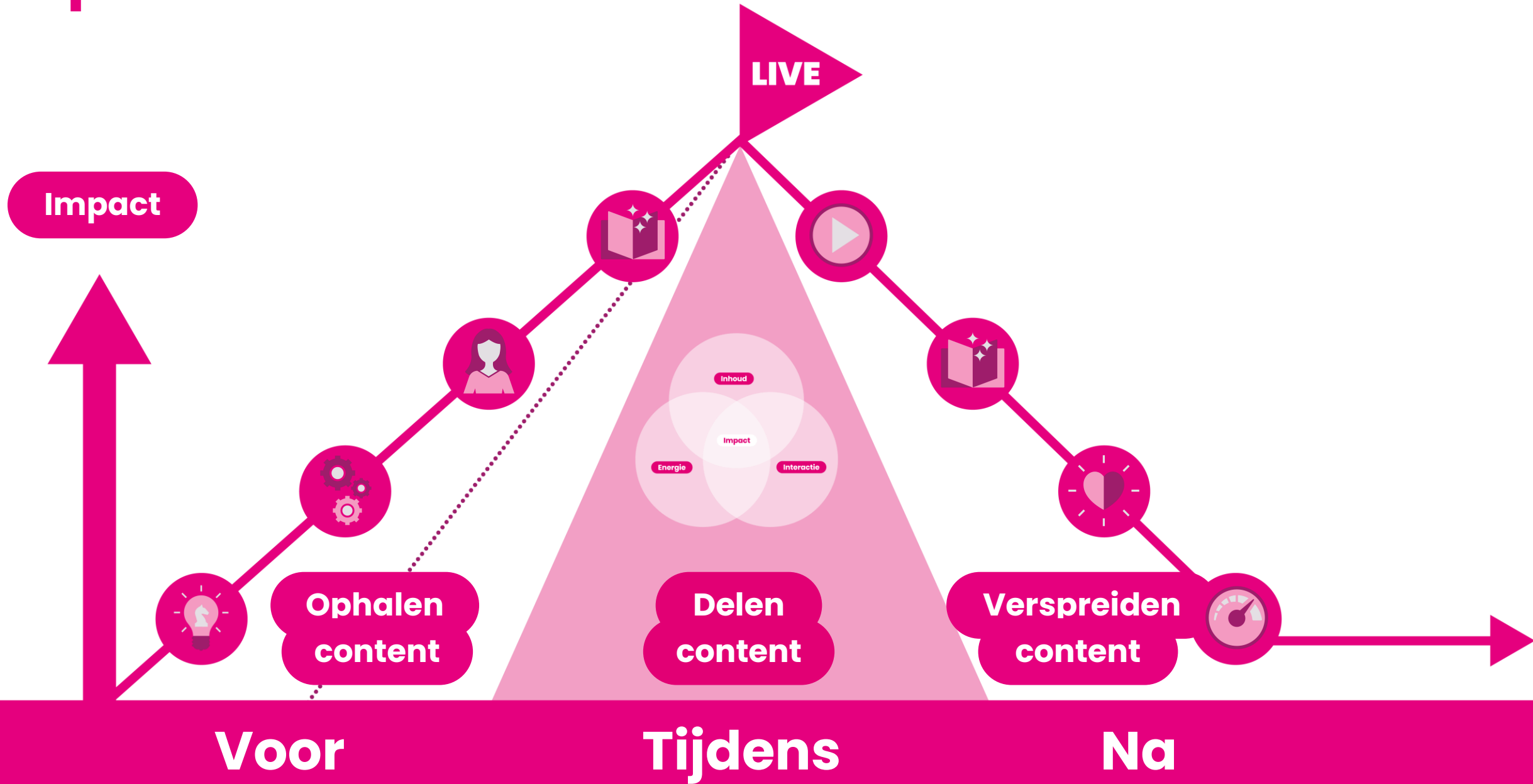
**Mijlpaal  
Terugblik  
Feest  
Project**

**startpunt  
vooruitkijken  
communicatie  
strategie**

A hand holding a microphone against a background of bokeh lights. The background is dark with numerous out-of-focus light spots in shades of purple, pink, and red, creating a bokeh effect. The hand is positioned on the right side of the frame, holding a microphone. The overall mood is vibrant and celebratory.

**Hoe zorg je voor een  
eventstrategie met  
langdurige impact?**

# Impactmodel<sup>®</sup>





Brainstorm  
met collega's



Kennisbehoefte  
als input  
programma



Persoonlijk  
contact



Call to action



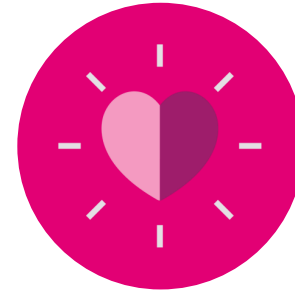
Take-outs op  
maat



Kennis  
vastleggen



White papers



Geschenk  
persoonlijk  
brengen



Metten =  
Weten

**Voor**

**Tijdens**

**Na**



EY Entrepreneur Of The Year

**Are you unstoppable?**  
Here's to the unstoppable transforming our world.

Founded and produced by

**EY**  
Building a better working world

The better the question. The better the answer. The better the world works.

EY Entrepreneur Of The Year

**Where do you get the strength to ignore a million no's?**  
Here's to the unstoppable transforming our world.

Building a better working world

The better the question. The better the answer. The better the world works.

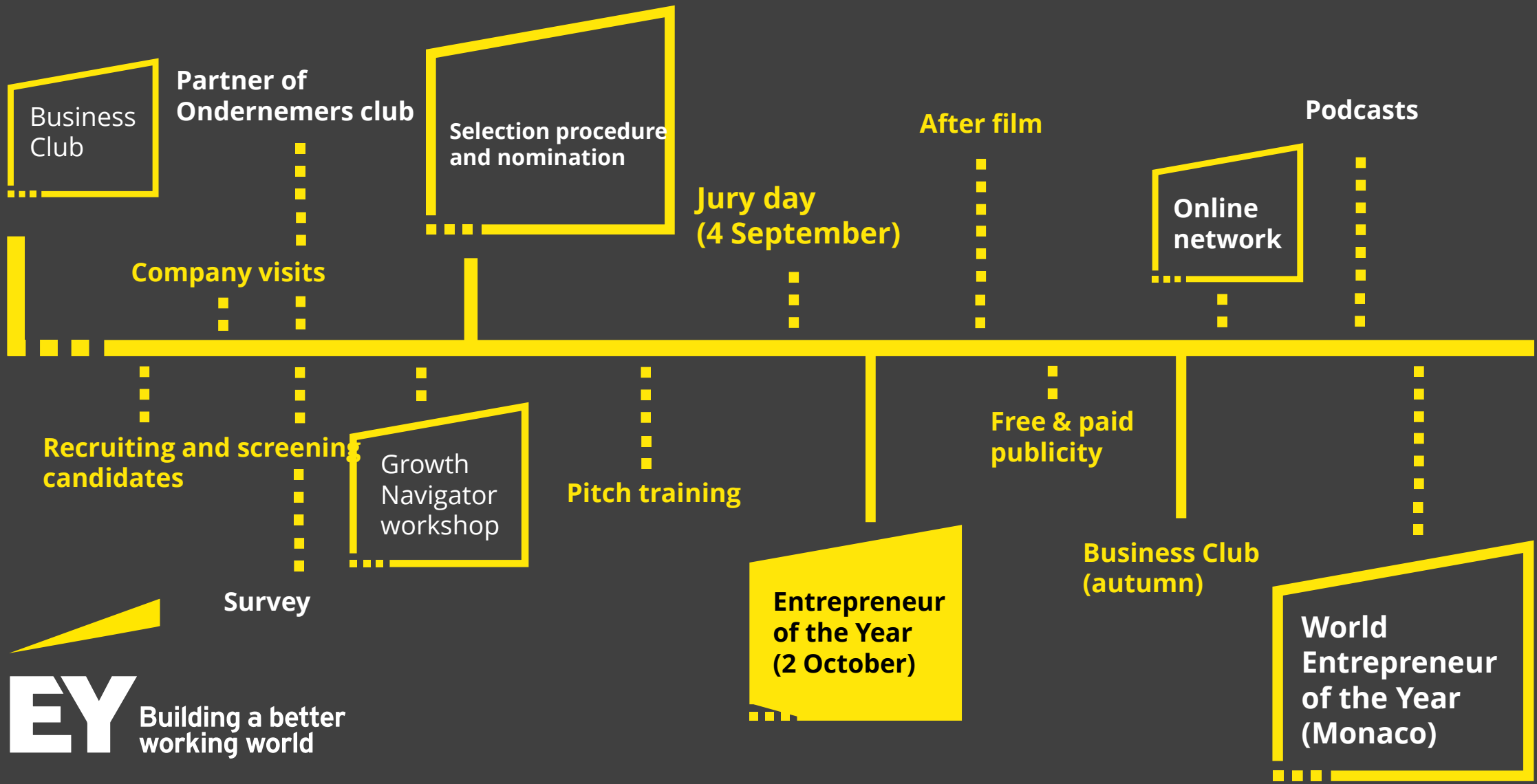
EY Entrepreneur Of The Year

**The Unstoppables**

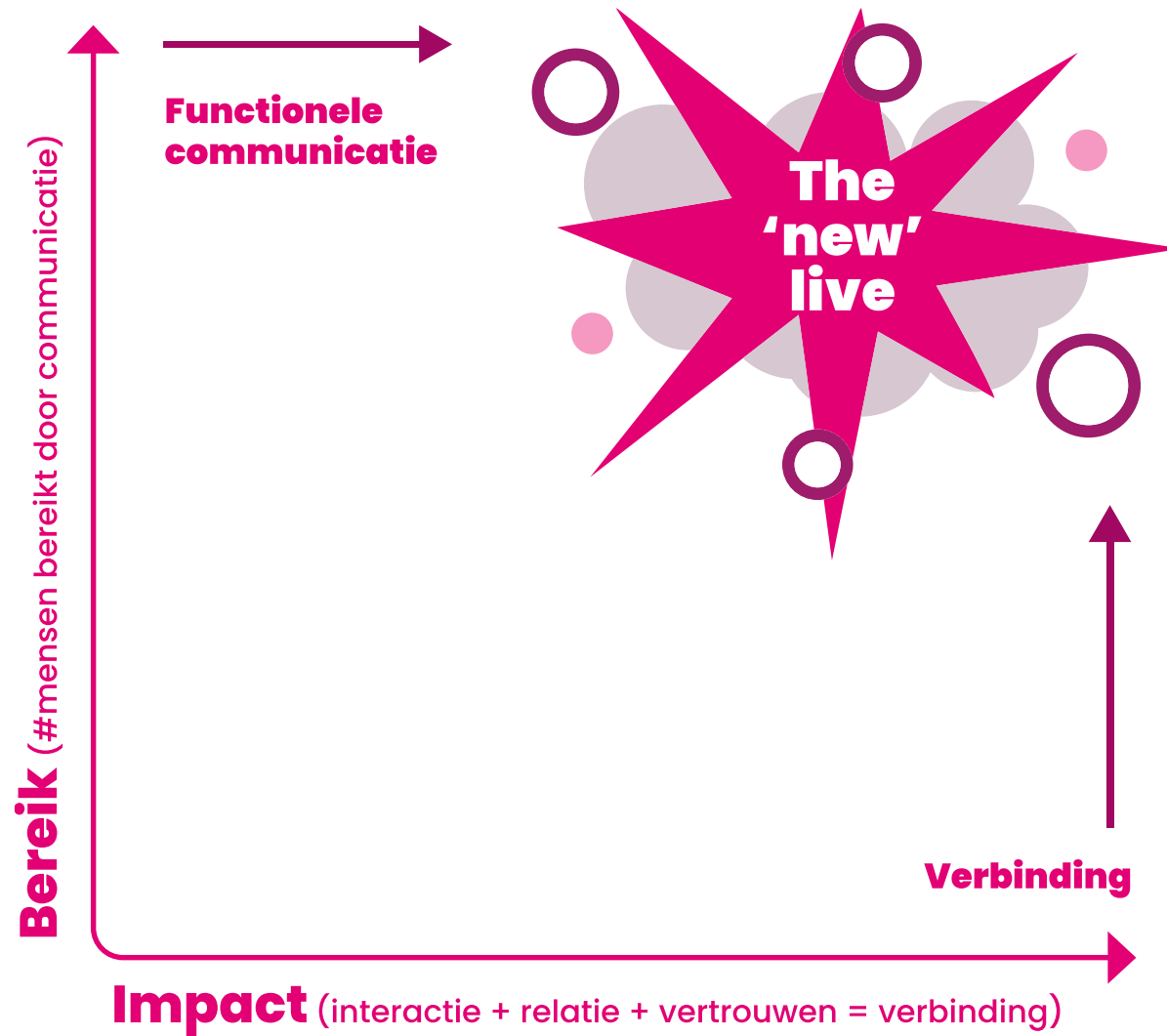
**EY**  
Building a better working world

**Finale  
EY Entrepreneur  
Of The Year 2019**

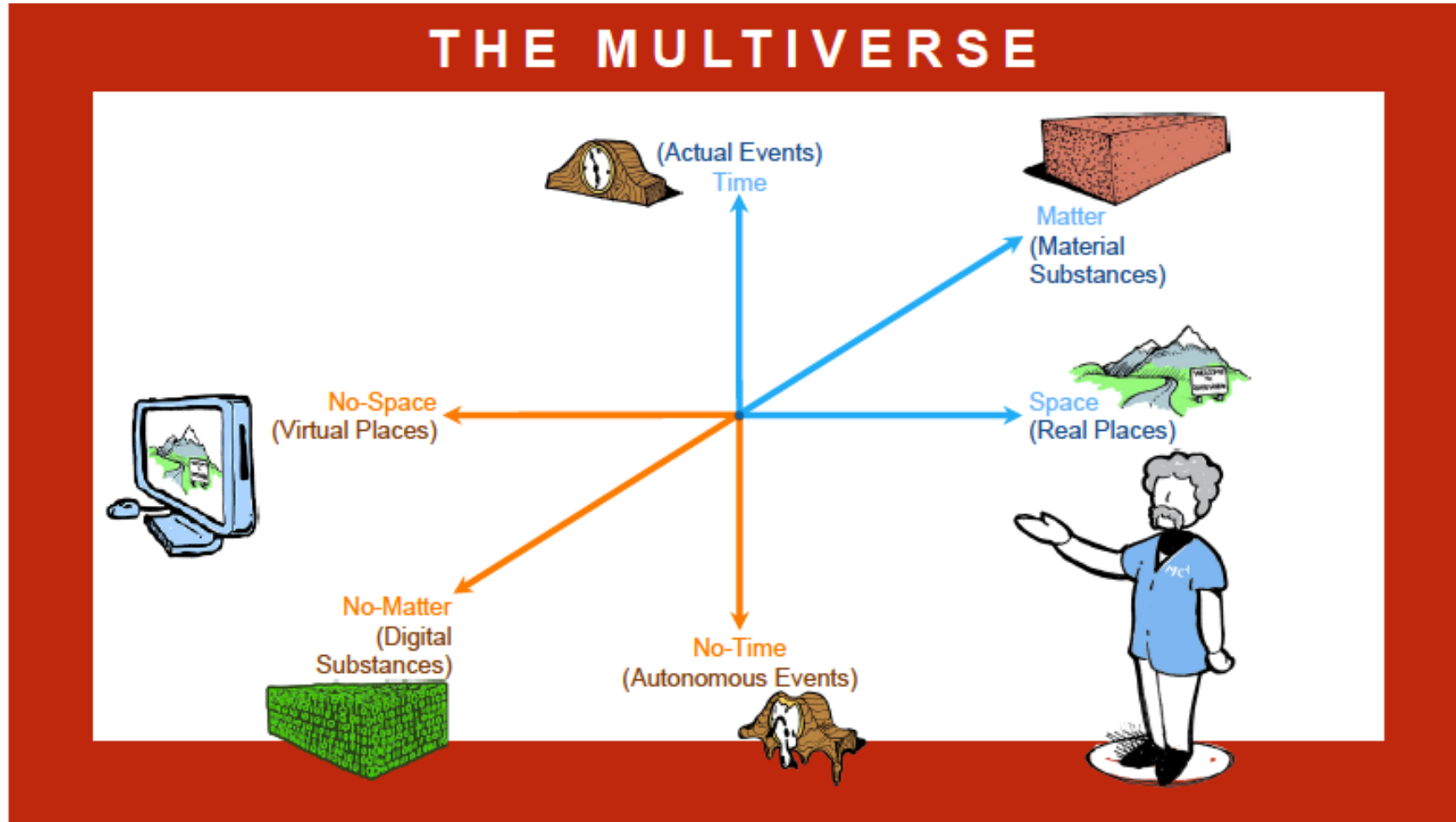
2 oktober 2019  
Theater Amsterdam



# D&B Impactmodel NXT <sup>®</sup>



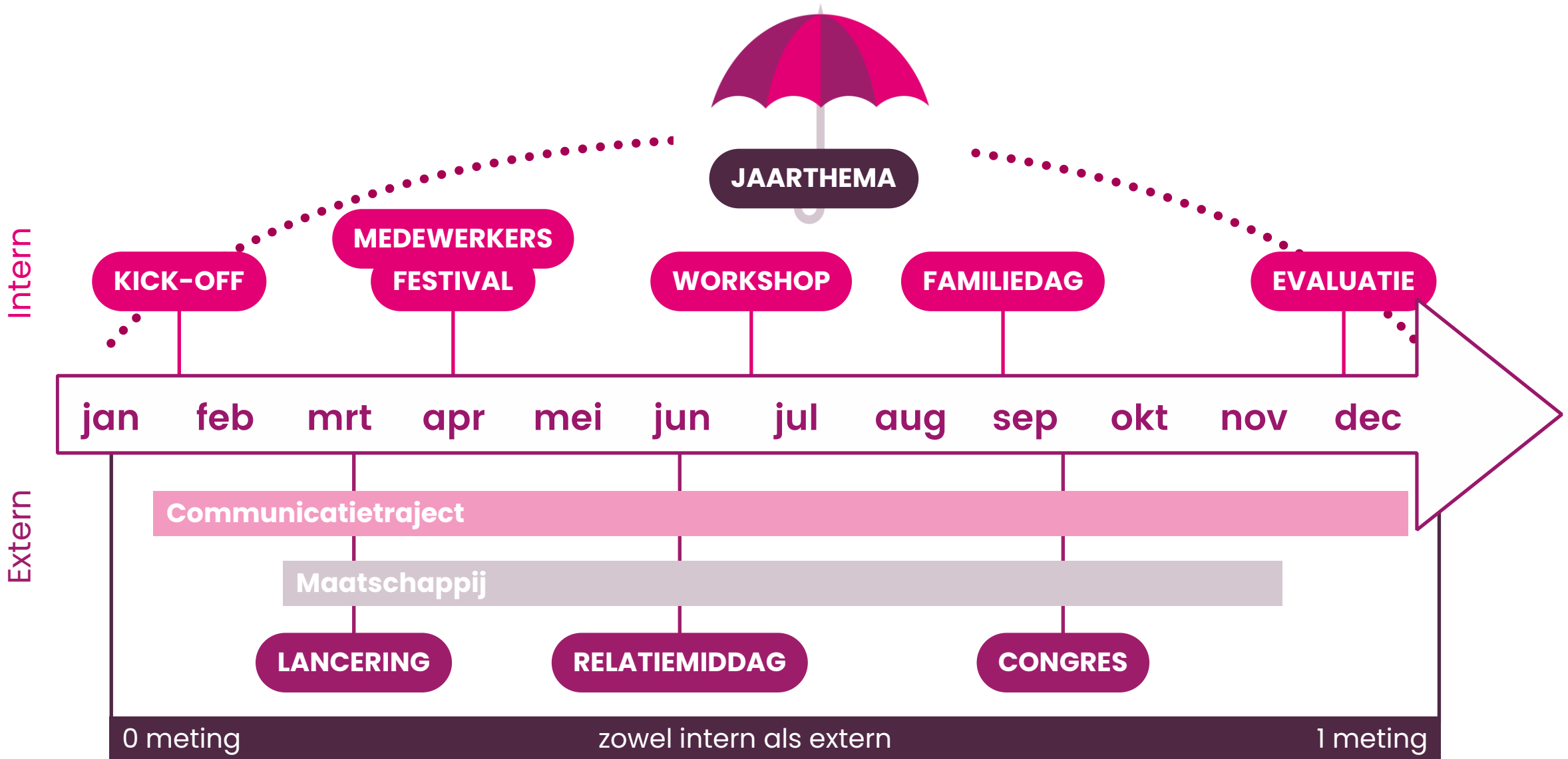
# Model Joe Pine



A hand holding a microphone against a background of bokeh lights. The background is dark with numerous out-of-focus light spots in shades of purple, pink, and red, creating a bokeh effect. The hand is positioned on the right side of the frame, holding a microphone. The overall mood is vibrant and celebratory.

**Hoe zorg je voor een  
eventstrategie met  
langdurige impact?**

# Event als onderdeel van een campagne-matige aanpak



# CR&ATING TOMORROW

ARCADIS & KNHM 125 JAAR

VOORBEREIDING  
 VANAF  
 NAJAAR 2011

WHAT'S NEXT:  
 HEALTHY  
 PLANET



WHAT'S NEXT:  
 URBAN DELTA'S



WHAT'S NEXT:  
 CONNECTIONS



FINALE  
 BIJeenKOMST



JANUARI

APRIL

SEPTEMBER



NOVEMBER 2012  
 LAUNCH ONLINE PLATFORM  
 WWW.CREATINGTOMORROW.COM



STUDENTEN  
 CHALLENGE  
 HEALTHY  
 PLANET



STUDENTEN  
 CHALLENGE  
 URBAN DELTA'S



STUDENTEN  
 CHALLENGE  
 CONNECTIONS



FINALE  
 STUDENTEN  
 CHALLENGE

# Notaris, met recht het mooiste beroep

## KNB 175 JAAR

Juridische Poort  
'Toekomst van het  
Notariaat'



Nieuwe  
Notarissendag  
'Stap in de toekomst'



Jubileumclub

17/5  
KNB-uitje



Studentenchallenge  
'Belehrung op afstand'



Jubileumboek  
'Notaris met recht  
het mooiste beroep'

Kandidaten-  
symposium  
'De gelukkige  
kandidaat'



Oud-notarissenlunch

Kick-Off



Regiobijeenkomsten  
'Fraudepreventie'



KNB Live!

Publieksactie  
50+ beurs



Publieksactie  
'De notaris is jarig  
en trakteert'

2018 januari februari maart april mei juni juli augustus september oktober november december 2019

Verjaardagskaart voor leden





# S.P.O.R.T. KALENDER



DE KRACHT VAN  
TEAM NLO



# DE S.P.O.R.T.-WAARDEN



**Samen**



**Passie**



**Ondernemend**



**Resultaatgericht**



**Transparant**

# Resultaten

Alle medewerkers  
kennen en handelen  
naar SPORT-waarden



Zijn nu onderdeel  
van HR systematiek  
binnen de organisatie

NLO IS NU ECHT

**1**

ORGANISATIE

Zijn de SPORT-waarden meer  
gaan leven afgelopen jaar?

**JA** 105/83%

**NEE** 21/17%

Ik heb tijdens de evenementen collega's  
ontmoet die ik daarvoor niet kende:

Mee eens

Neutraal

Helemaal  
mee eens



Medewerkers zijn trots  
om bij NLO te werken  
3.92  
gemiddelde beoordeling

**CASE TOMINGROEP, STRATEGISCHE UITDAGING:**

# **VAN SOCIALE WERKPLAATS NAAR VOLWAARDIGE SOCIAL ENTREPRENEUR**

**Extern: imago verandering | Intern: organisatie ontwikkeling**



JUBILEUM



TOP 140





200 ingezonden TOP ideeën,  
waarvan al 100 gerealiseerd,  
zoals de Tomin Foodtruck



 **15%**  
Verhoging  
arbeidsproductiviteit

Bezoek  
banenmarkt  
flink gestegen



**1.600 medewerkers leven TOP**

**9,0**

Het medewerkers event  
werd in de effectmeting  
beoordeeld met een:

TROTS OP TOMINGROEP:

**8,8**

GEMETEN ONDER ALLE MEDEWERKERS

Eigen medewerkers  
werven:

**30**

nieuwe medewerkers

Investering in  
2017 en 2018

€225.000,-

Implementatie in HR strategie



# 10 take-outs:

1. Succesvol evenement of eventstrategie start met de vraag: waarom?
2. Formuleer heldere en concrete doelstellingen.
3. Een event is een middel om een doel te bereiken.
4. Segmenteer je doelgroepen.
5. Besteed aandacht aan de fases voor en na het event.
6. Live communicatie beperkt zich niet tot één afdeling.
7. Neem genoeg tijd om aan strategische eventmarketing te bouwen.
8. Betrek relevante interne en externe stakeholders bij de ontwikkeling van je event(s).
9. Neem collega's van andere afdelingen mee in de ontwikkelingen van je event. En blijf communiceren.
10. Gebruik je event als contentgenerator.



# Gouden Giraffes



Creatief 2013

Oeuvreprijs 2015

Interne Events 2016

Interne Events 2018

Relatie & Community  
Events Fysiek 2021

Relatie & Community  
Events Online 2021

# D&B Pink Papers

Verzamel ze allemaal...

● **Relatiemarketing**

● **Hybride events**

● **Neurmarketing**

● **Online events**

● **Meten = Weten**

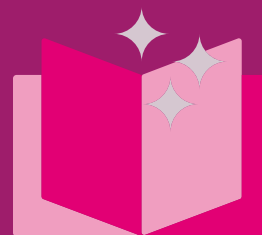
● **Cultuurboost**

● **Internal Branding**

● **Congressen**

● **Community Matters**

● **Verbinding tijdens crisis**



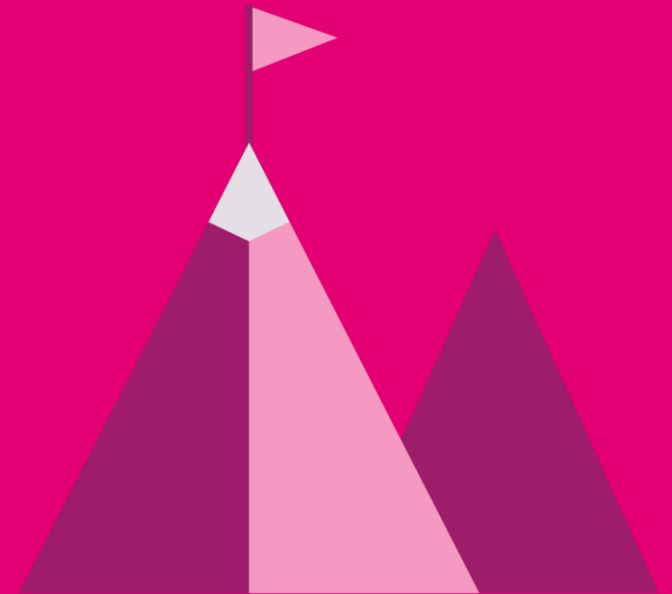
**Download de Pink Papers  
op onze website!**

[www.db-eventmarketing.nl/whitepapers](http://www.db-eventmarketing.nl/whitepapers)



**Maak  
impact!**

# **Aan de slag:** Gemeenschappelijke case





# Tijd voor champagne

Bouw je eigen eventcampagne



Teken hier het logo van jouw merk

naam:  
D&B Living your brand & getting your results



Van Hengellaan 25  
1217 AR, Hilversum  
035 303 2000  
www.db-eventmarketing.nl  
masterclass@db-eventmarketing.nl

1. Wat is de ambitie van jouw organisatie?



2. Wat is de probleemstelling/ belangrijke vraag?



### 3. Doelgroepen en doelstellingen



Naam:

Gem. leeftijd:

Omschrijving:

Doet:

Doet:

Denkt:



Naam:

Gem. leeftijd:

Omschrijving:

Doet:

Doet:

Denkt:



Naam:

Gem. leeftijd:

Omschrijving:

Doet:

Doet:

Denkt:



Naam:

Gem. leeftijd:

Omschrijving:

Doet:

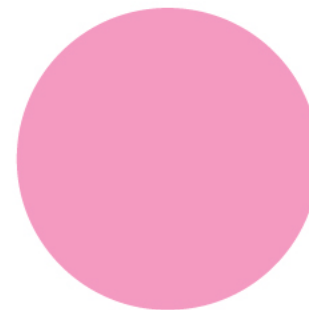
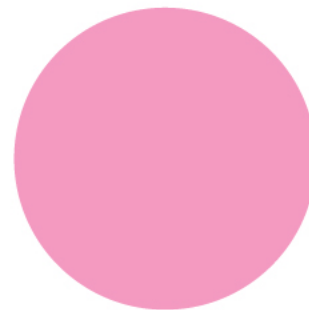
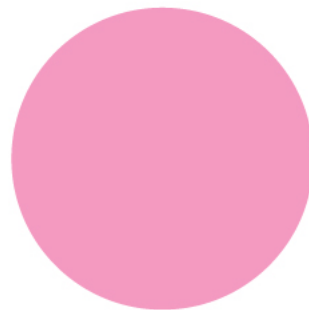
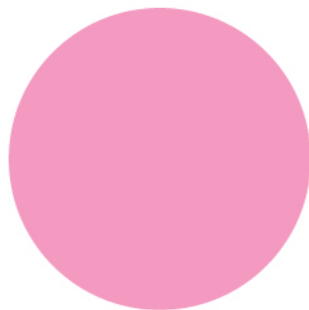
Doet:

Denkt:

## 2. Wat is de probleemstelling/ belangrijke vraag?



## 5. Signatuur



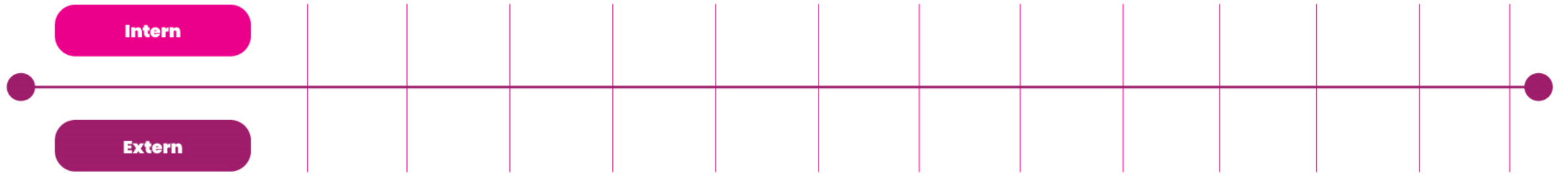
## 6. Hoe komt de eventkalender eruit te zien?

Hieronder vinden jullie inspiratie voor de eventkalender:

- 0-meting & 1-meting
- Kick-ON
- Brainstorm met de klankbord groep
- White papers
- Medewerkers video
- Persoonlijk geschenk
- Medewerkers event
- Masterclasses
- Podcasts
- Limited edition product lanceren
- Samenwerking met een goed doel

## 6. Jubileumcampagne

---



**D&B**

Living your brand &  
getting your results