



Een event verslaan via social media, mindmap of tekst

[Artikel](#) – 4 februari 2013 door [Rob Visser](#)

Thema's: [Social Media](#), [Eventmanagement](#), [Vaardigheden](#)

Topics: [eventplanning](#), [schrijven](#)

[Maak favoriet](#)

[Afdrukken](#)

[Share on linkedin](#) [Share on facebook](#) [Share on twitter](#)

- [Artikel](#)
- [Samenvatting](#)

Van een event voor je doelgroep kun je op allerlei manieren verslag doen. Niet alleen achteraf in het relatieblad, maar ook simultaan of direct na afloop via Facebook of Twitter. Het soort verslag kan variëren van een journalistiek verslag tot een sfeerimpressie, een reeks tweets of een gedegen mindmap. Wat zijn de voor- en nadelen van deze alternatieven?

Een bedrijf dat een event organiseert voor klanten kon vijftien jaar geleden volstaan met een korte aankondiging in het relatieblad. Met de toenemende professionalisering in de bedrijfsjournalistiek werd het gangbaar om ook een verslag te maken: een tekstverslag of een reportage. Als de bijeenkomst erg inhoudelijk van aard is, met allerlei argumentaties, nuances en conclusies, kan het goed zijn een mindmap te maken. Sinds de opkomst van sociale media vragen andere doelgroepen vooral om betrokkenheid door leuke tweets of gezellige berichten op Facebook. Al met al ontstaat een scala aan mogelijkheden dat vraagt om een bewuste keus op basis van mogelijkheden en succesfactoren.

Wat je moet kunnen

Simultane verslagvormen vragen net als een verslag achteraf om journalistieke vaardigheden. Dit betekent dat je beschikt over abstract denkvermogen om snel de kern van een betoog op te pikken. Natuurlijk heb je gevoel voor wat een lezer wil weten, maar ook heb je de gezonde eigenwijsheid om te denken dat jouw weergave van wat er wordt gezegd inderdaad relevant is. Daarnaast ben je in staat woorden te kiezen waar de betreffende spreker zich in herkent en die tegelijk zowel informatief als aantrekkelijk zijn voor de lezer. Die combinatie is niet altijd vanzelfsprekend: sommige sprekers bedienen zich van vaktermen of ze ontwijken gevoeligheden die voor anderen juist heel interessant zijn. In dat laatste geval kun je de krenten uit de pap halen of (achteraf) om toelichting vragen.

Bereid je goed voor

Daarnaast is een goede voorbereiding van belang, vooral op de volgende punten:

- Vraag vooraf of je een deelnemerslijst kunt krijgen, uiteraard met correct gespelde namen. Ook vermelding van de persoonlijke pagina's van de deelnemers op Twitter en Facebook is handig om de deelnemers te steunen bij het netwerken, maar ook voor de tweets en berichten die jij gaat maken.
- Als je live verslag doet via sociale media, heb je natuurlijk een internetverbinding nodig, al dan niet draadloos.
- Regel dat een fotograaf regelmatig naar je toe komt om foto's af te staan die je naar Twitter of Facebook kunt uploaden. Als de bijeenkomst niet te hectisch verloopt kun je zelf tussendoor even wat foto's schieten.
- Bespreek van tevoren met de organisator of dagvoorzitter de structuur van de bijeenkomst en de belangrijkste begrippen die ter sprake zullen komen, met hun spelling en betekenis.
- Vraag direct na afloop de dagvoorzitter of opdrachtgever om samen in enkele minuten drie conclusies uit de discussie te selecteren en neem deze op in het verslag.
- Vraag de opdrachtgever vooraf in hoeverre het gewenst is dat aanwezigen die deelnemen aan de discussie worden genoemd. Dit kan eervol voor hen zijn, maar het kan ook de noodzaak scheppen om het betreffende citaat nog aan hen voor te leggen. Een andere afweging is dat anonimiteit van uitspraken enerzijds een bepaalde onbevangenheid geeft: het gaat niet meer om wie het zegt, maar om de inhoud. Tegelijk geeft het noemen van namen wel weer een bepaald commitment: wie een uitspraak doet, bijvoorbeeld een toezegging, is erop aanspreekbaar en dat komt de helderheid ten goede.

Kies je voor een tekstueel verslag, mindmap of social media?

Tekst is het domein van de linker hersenhelft die dempend werkt voor de creativiteit. Die wordt juist gestimuleerd door het gebruik van mindmaps, al hebben die door hun sterke structuur ook weer een bepaalde hardheid, een soort eenduidigheid die verstarrend kan werken. Alsof een bepaald brokje informatie 'alleen maar daar' kan staan. In dat opzicht kan tekst dan juist wat meer meeslepend zijn. Door de zinspelende en de cadans van de woorden ontstaat een bepaalde gelaagdheid van betekenissen die bij de lezer emoties kunnen wekken en daarmee ook betrokkenheid. Dit voordeel van tekst wordt wel eens onderschat. Een tekst heeft per definitie veel minder structuur dan een mindmap en is daarmee ook minder efficiënt om te lezen.

Ten opzichte van tweets en FB-berichten heeft een tekstverslag veel meer lengte. Dat is een drempel voor de leesbaarheid, maar de lezer die prijs stelt op diepgang en volledigheid neemt graag plaats onder een douche van honderden woorden of meer. Tussenkoppen zijn natuurlijk een belangrijk instrument om de lezer structuur te bieden.

Twitter en Facebook hebben gezamenlijk als enorm voordeel dat het live karakter betrokkenheid en creativiteit schept: degenen die meelesen vormen met elkaar tijdelijk een community. Sommigen zitten in de zaal, maar ook wie aan de andere kant van het land zit voelt zich verbonden. Daar tegenover staat de vluchtigheid van sociale media, alsof de realiteit uiteenvalt in hapklare brokjes met hier en daar een *Like* of RT.

Tekstverslag achteraf

Een *journalistiek verslag* is een tekstuele weergave van een gebeurtenis. In tegenstelling tot notulen (die in chronologische volgorde geschreven zijn) staat bij een verslag het nieuws vooraan. Overeenkomst met notulen is dat het gaat om rationele informatie die op een

systematische manier is verzameld en gepresenteerd, gericht op waarde voor de lezer. Wie een verslag maakt, diept heel doelgericht het onderwerp uit.

In vergelijking met het verslag is de reportage een journalistiek genre dat feiten vervlecht met sfeer en waarbij de selectie deels berust op toeval. De schrijver van een reportage schetst in geuren en kleuren waar hij tegenaan loopt.

Welke vorm kies je?

Een bedrijfsjournalist die terugblijkt op de sportdag voor medewerkers doet er goed aan een reportage te maken met de geëigende wanhoopskreten, druppels zweet en glorieuze overwinningen. Voor het overleg tussen directie en ondernemingsraad is het genre verslag meer geschikt, al kunnen sfeerelementen hier een uiterst belangrijke rol vervullen, zeker als het onderwerp de gemoederen in beroering brengt. Tegenstellingen worden verzacht wanneer partijen die als kempfanen tegenover elkaar staan toch weer een beetje mens worden.

Bovendien: hoe ernstig de gevolgen of de noodzaak van een voorgenomen maatregel zijn is vaak niet met het verstand te bevatten. Daarvoor is een concreet sfeerbeeld nodig, zoals de diepe zucht van een OR-lid met veertig dienstjaren.

Nabewerking

Bij de verslagen die niet live verschijnen zal in veel gevallen een nabewerking gedaan worden. Overleg met de opdrachtgever wat nodig is, zoals het corrigeren van spelfouten en het selecteren van beeldmateriaal. Het voorleggen van citaten aan de betreffende deelnemer voor een akkoord kan zowel de leesbaarheid als de deadline aantasten. Overigens kan datzelfde gebeuren met de relatie van het bedrijf met de spreker als wordt afgezien van fiatting.



Twitteren tijdens een event

Twitter is bij uitstek geschikt voor een realtime verslag: iedere tweet is heet van de naald! Zo kan een ware lawine aan tweets ontstaan met zelfs een trending topic tot gevolg. Dit staat dan op de startpagina van je account en zal onmiddellijk in allerlei tweets worden gemeld. Als verslaggever op twitter heb ik gemerkt: als je echt in een flow zit en er is genoeg te melden, dan is op een smartphone een aantal van vijftien tweets per uur prima haalbaar, inclusief maximaal vijf RT's. Dit zijn uiteraard kwalitatief goede (informatieve) tweets. Werk je op een echt toetsenbord, dan maak je minder typefouten terwijl een verdubbeling van het aantal denkbaar is, door de hogere typesnelheid en de snellere verbinding.

[Trending topics](#) op Twitter tijdens het online zetten van dit artikel:



Tips voor twitteren tijdens een event:

- Om massale ontvolging op het reguliere account van de organisatie te voorkomen, kun je het beste een apart account gebruiken of (tijdelijk) openen.
- Vertel in je eerste tweet dat je verslag doet van het event waarbij je uiteraard de hashtag gebruikt en de organisatie een mention geeft.
- Volgers werven is niet echt nodig: je kunt ze wel accepteren, verder worden je tweets natuurlijk opgemerkt door het gebruik van een hashtag en doordat je RT's geeft of krijgt.
- Heb je een dashboard om je sociale media aan te sturen (zie de links onderaan), dan kun je meerdere streams tegelijk open zetten, daarmee zie je snel welke tweets een RT waard zijn.
- Moet je in iedere tweet dezelfde hashtag gebruiken? Het geeft wel duidelijkheid, maar het is eentonig en het neemt veel ruimte in. Daarom zie ik er vanaf.
- En wat betreft mentions? Om dezelfde redenen geef ik ook niet iedere tweet over een bepaalde inleiding een mention van de betreffende spreker. Dat doe ik natuurlijk wel bij de eerste en de laatste tweet over de spreker en daartussen ongeveer bij een op de drie of vier tweets.

Voorbeeld van een verslagtweet met mention en hashtag:



Sfeerbewaking

Ook de sfeer verdient aandacht: in het ideale geval ontstaat een enorme synergie, maar het kan ook uitlopen op cynisme. Wees voorbereid op beide situaties: aarzel niet de discussie te prikkelen en negeer in eerste instantie negatieve uitlatingen. Ga je er wel op in, zeg dan dat er achter deze uitlating een positieve intentie zit en geef daar antwoord op.



Op Facebook verslag doen

Dit medium heeft een lagere actualiteit dan twitter en omdat de lengte van bijdragen niet beperkt is, kan de leesbaarheid gevaar lopen. Tegenover deze twee nadelen staan veel voordelen:

- Het geven van een Like vraagt niet meer dan een muisklik.
- Je kunt door de lengte iets meer de diepte in.
- Je kunt discussie oproepen door heel snel een peiling te maken (dit heet Vraag stellen).
- Een foto is direct zichtbaar via een thumbnail, dus niet pas na het klikken op een tekstlink.
- Conversaties worden automatisch gegroepeerd (helaas is niet goed te zien wie op wie reageert).

Tips voor Facebooken tijdens een event

- Het is verstandig om per bericht een maximum lengte in te stellen: zeven regels tekst is gemakkelijker te tellen dan het equivalent van vijfhonderd tekens.
- Uiteraard kunnen deze berichten worden gebaseerd op enkele tweets van jezelf of anderen. Omdat dit tijd spaart kan op deze manier de berichtgeving via Twitter en Facebook door dezelfde persoon worden verzorgd.
- Het is natuurlijk niet handig om tweets letterlijk naar Facebook te kopiëren: voeg er een paar samen, zet er nog wat bij en verwijder altijd de code # voor een hashtag.

Eigen event aanmaken

Facebook heeft een faciliteit om een event aan te maken en zo deelnemers te werven. Doe dit zo lang mogelijk van tevoren:

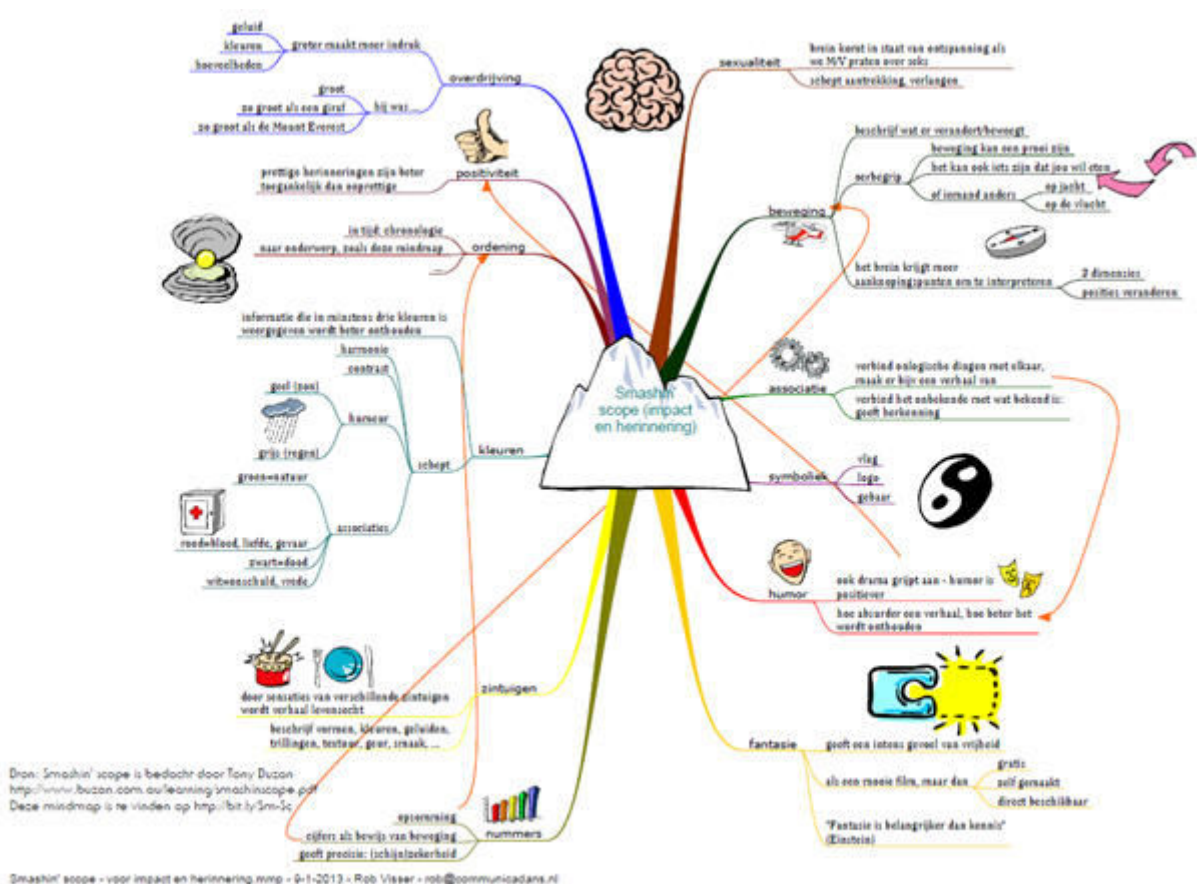
- Ga naar je persoonlijke homepagina (dus niet de bedrijfspagina) en klik linksboven op Evenement en dan rechtsboven op Evenement maken.
- De pagina die hiermee ontstaat heeft een url die je ook via twitter en e-mail kunt verspreiden.
- Deelnemers kunnen zich via Facebook aanmelden en je kunt instellen dat zij ook anderen mogen werven.
- Om een peiling te houden klik je in het evenement op Vraag stellen en daarna kun je 'poll-opties' toevoegen.

Met mindmaps verslag doen

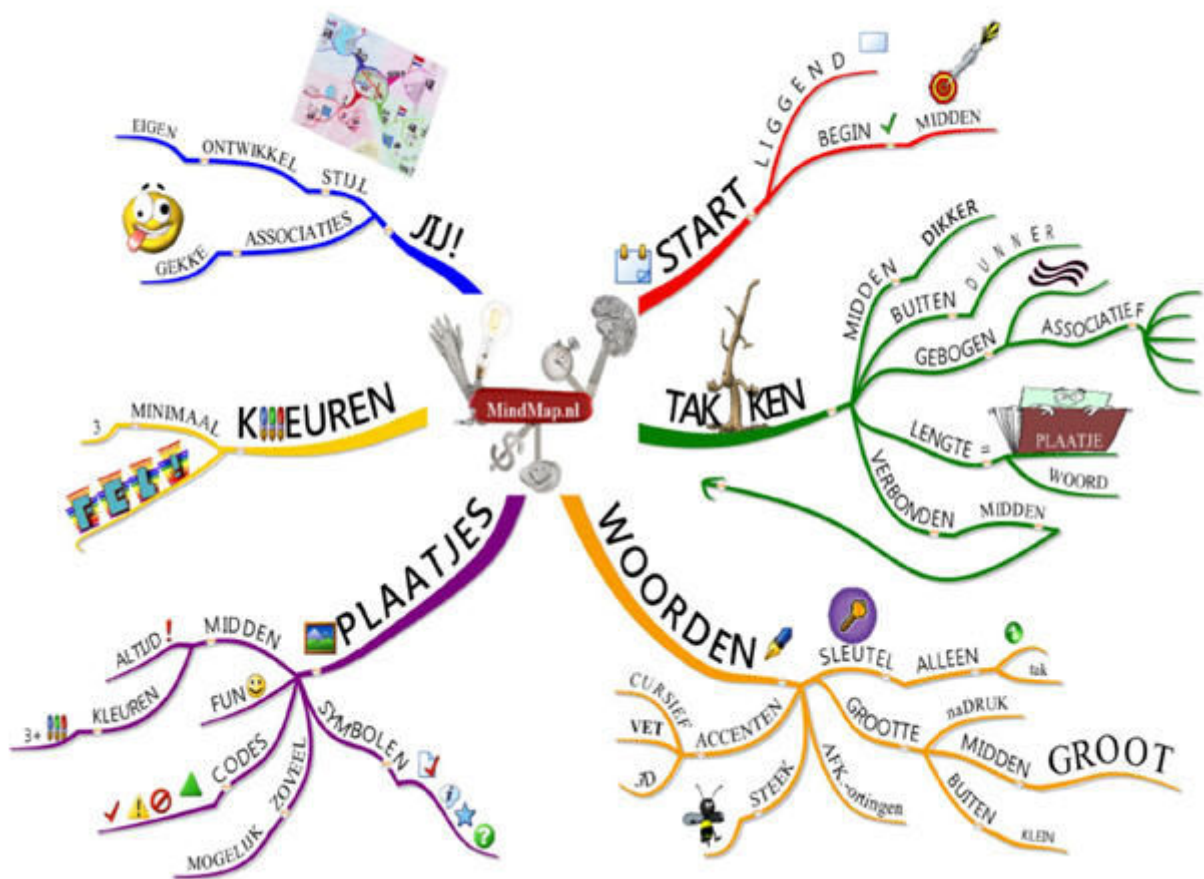
Te midden van alle aandacht voor sociale media lijkt de mindmap wat naar de achtergrond geraakt. Dat is jammer, want ook dit medium heeft veel voordelen:

- Het is breinvriendelijk: een goed gemaakte mindmap is met plaatjes en verbindingen een snoepkraam voor de hersenen.
- Doordat de samenhang tussen de verschillende elementen grafisch is weergegeven, ontstaat direct overzicht. Hierdoor kan de lezer ook snel het antwoord op de eigen vragen vinden.
- Een mindmap is snel klaar, dus het verslag van een bijeenkomst is snel te verspreiden.
- En ook snel te lezen door gebruik van trefwoorden of korte zinnen.

Deze [mindmap](#) 'Smashin' scope' is bedacht door Tony Buzan. Hij heeft een zakelijke stijl met rechte lijnen:



Dit voorbeeld van [mindmap.nl](#) is een meer persoonlijke mindmap met meer vrijheid, maar iets minder goed leesbaar. Hij heet 'hoe te mindmappen':



Tips voor het maken van een mindmap-verslag

- Het maken van een mindmap vraagt vaardigheden die je kunt vinden via een (online) boek of een training. Een zakelijke mindmap wordt niet met de hand gemaakt, maar met software en ook die moet je leren bedienen.
- Beginners kunnen kiezen voor gratis software via de link onderaan dit artikel.
- Neem in de mindmap een legenda op met kenmerken van de bijeenkomst: onderwerp, doel, datum, organisator en eventueel de maker van de mindmap.

Tips voor het lezen van een mindmap

Mensen die voor het eerst een mindmap zien, hebben wel eens moeite deze te lezen. Geef dan de volgende aanwijzingen:

- Vorm een eerste indruk en bekijk de tak(ken) die dicht bij het centrum van de mindmap zit(ten), dus ver van de uiteinden.
- Check of hier iets staat dat raakt aan je interesse. Zo ja, check dan ook de subtakken.
- Voeg naar wens eigen associaties toe: tekeningen, markeringen, notities, pijlen, ... desgewenst op een plakmemo.
- Bestaat de mindmap uit meerdere vellen, leg dan een paar aangrenzende vellen tegen elkaar (twee vellen is al prima).

Professionaliteit vereist

Ondanks al hun verschillen hebben de vier besproken verslagvormen gemeen dat ze veel professionaliteit eisen. Empathie voor de lezer, oog voor relevantie en het vermogen een brokje informatie snel te verwerken. Wie dit doet met passie en talent is in staat veel enthousiasme te wekken en daarmee loyaliteit voor de organisator van het event.

Meer weten? Kijk dan op deze links

- Met de gratis versie van [Hootsuite](#) kun je maximaal vijf accounts beheren op Facebook, LinkedIn en Twitter.
- Wie verder wil kijken: op [Marketingsavant](#) staat een lijst met nog vier andere dashboards voor het aansturen van sociale media.
- [Storify](#) is een online tool waarmee je tweets, Facebook-berichten, tekst en plaatjes (bijvoorbeeld foto's en mindmaps) kunt combineren in een blogstuk.
- Een Nederlandstalige groep op LinkedIn over mindmappen is [The Mindmap Factory](#).
- Een lijst met mindmapsoftware en allerlei andere links staat op www.Mindmap.pro.
- Kijk ook eens op het Engelstalige blog voor de planners van evenementen: [Event Manager Blog](#).