



**ROI-METHODIEK IS GEREEDSCHAP!  
GEEN WONDERMIDDEL...**

- **DOOR HET OVERDRAGEN VAN KENNIS, HET BEÏNVLOEDEN ÉN HET INSPIREREN VAN DEELNEMERS KUNT U HEN BEWEGEN NÁ DE INTERVENTIE DAADWERKELIJK IETS TE DOEN.**



**BUIJS**  
BEYOND EVENTS

**EN MET ECHT IETS DOEN BEDOEL  
IK DUS MEER DAN ALLEEN MAAR  
‘DENKEN & VOELEN’.**



# HOE KRIJG JE DEELNEMERS IN BEWEGING?

## BEANTWOORD TWEE VRAGEN:

- **WELK GEDRAG VERWACHT JE  
VAN DE DEELNEMERS NA DE  
INTERVENTIE?**

- **WAAROM VERTONEN ZIJ DIT  
GEDRAG TOT OP DIT MOMENT  
NIET?**

- **MET HET ANTWOORD OP DEZE TWEE VRAGEN, START JE MET HET ONTWERPEN VAN JE INTERVENTIE...**

- **OMSCHRIJF JE 'BUSINESS NEEDS'  
EN DEFINIEER DE VERWACHTE  
IMPACT VAN DE INTERVENTIE**

- **VERVOLGENS DEFINIEER JE DE  
ACTIES (GEDRAG) DIE JE VAN JE  
DEELNEMERS VERWACHT NÁ DE  
INTERVENTIE**

- **EN TOT SLOT BRENG JE IN KAART  
WAT DEELNEMERS MOETEN  
LEREN OM HUN GEDRAG TE  
KUNNEN VERANDEREN**

- **BRENG DEZE 'LEARNINGS' IN  
RELATIE TOT:**

**INFORMATIE**

**RELATIES**

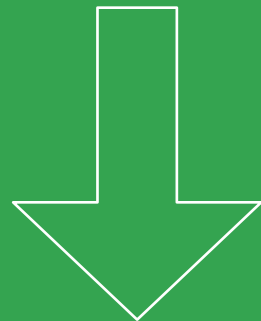
**HOUDING**

**VAARDIGHEDEN**

**PAS ALS JE DIT GEDAAN HEBT, KUN JE VASTSTELLEN HOE DE IDEALE  
OMGEVING VOOR HET BEHALEN VAN JE DOELEN ERUIT ZIET...**

- **DE ROI-METHODIEK WORDT  
DUIDELIJKER AAN DE HAND VAN  
HET MODEL OP DE VOLGENDE  
SLIDE...**

**EVENT PLANNING**



**#6**

**ROI**

**#5**

**IMPACT**

**#4**

**GEDRAG**

**#3**

**LEERMOMENTEN**

**#2**

**OMGEVING**

**#1**

**DOELGROEP**



**EVALUATIE**



**MAAR WAT MEET JE DAN PRECIES?**

- **JE MEET OP IEDER NIVEAU VAN  
HET MODEL  
HET LIEFST VÓÓR EN NÁ DE  
INTERVENTIE**

## #1 & 2 DOELGROEP & OMGEVING

HOE HEBBEN DE DEELNEMERS DE INTERVENTIE ERVAREN?

INFORMEER ONDER ANDERE NAAR:

- SFEER
- FACILITEITEN
- CATERING
- LOGISTIEK
- ALGEMENE INDRIJK

## #3

## LEERMOMENTEN

WAT HEBBEN DE DEELNEMERS 'OVER GEHOUDEN' AAN  
DE INTERVENTIE?

INFORMEER ONDER ANDERE NAAR:

- RELATIES
- VAARDIGHEDEN
- OPGEDANE KENNIS
- INFORMATIE

## #4

## GEDRAG

WAT ZIJN DE DEELNEMERS DAADWERKELIJK ANDERS GAAN DOEN NÁ DE INTERVENTIE?

INFORMEER NAAR:

- GEDRAG VÓÓR & NÁ INTERVENTIE
- SPECIFIEKE VOORBEELDEN

STEL OPEN VRAGEN EN ARRANGEER INTERVIEWS

## #5

## IMPACT

NATUURLIJK HEB JE AL INTERESSANTE INFO GEHAALD UIT  
LEVEL 1 TM 4... MAAR ER IS MEER!

INFORMEER NAAR:

- WAT JE ÉCHT WILDE BEREIKEN
- LOYALITEIT
- MEDEWERKERSTEVREDENHEID

#6

ROI

HIER MEET JE KOSTEN EN OPBRENGSTEN (EN DA'S NIET ALTIJD EVEN SIMPEL)

BIJVOORBEELD: BEVORDEREN VAN SAMENWERKING ALS DOEL,  
KAN WORDEN GEMETEN AAN DE HAND VAN HET AANTAL  
ARBEIDSUREN DAT MEDEWERKERS IN PROJECTEN STEKEN



## IN HET KORT

OMSCHRIJF VOORAF HELDER EN DUIDELIJK JE DOEL(-EN)  
EN ZORG DAT JE BESCHIKT OVER BETROUWBARE GEGEVENS  
DIE HET METEN VAN JE RENDEMENT MOGELIJK MAKEN.

JE KUNT NIET EN HOEFT NIET ALTIJD DE ROI VAN JE  
INTERVENTIE OM TE ZETTEN IN HARDE EURO'S

**TOCH ZIJN ER EEN AANTAL GOEDE REDENEN WAAROM JE  
RENDEMENT VAN JE INTERVENTIE(-S) ZOU WILLEN METEN**

**DIT ZIJN DE BELANGRIJKSTE:**



# **WAAROM ROI METEN?**

1. VERANTWOORDEN VAN HET BUDGET
2. BRENGT INPUT VAN DEELNEMERS IN KAART
3. BASIS VOOR 'FUTURE EVENTS' (WAT WERKT WEL EN WAT WERKT NIET)
4. IMPLEMENTATIE VAN ONDERDELEN IN COMMUNICATIEMIX
5. VERTROUWEN VAN SENIOR MANAGEMENT

● **MAAR JE MOET WEL EERLIJK  
BLIJVEN....**



• **IS DE ROI EXCLUSIEF TOE TE  
SCHRIJVEN AAN JE  
INTERVENTIE?**





**DIT IS JE PROBLEEM:**

**NEVEN-EFFECTEN**



**IMPACT VAN INTERVENTIE**



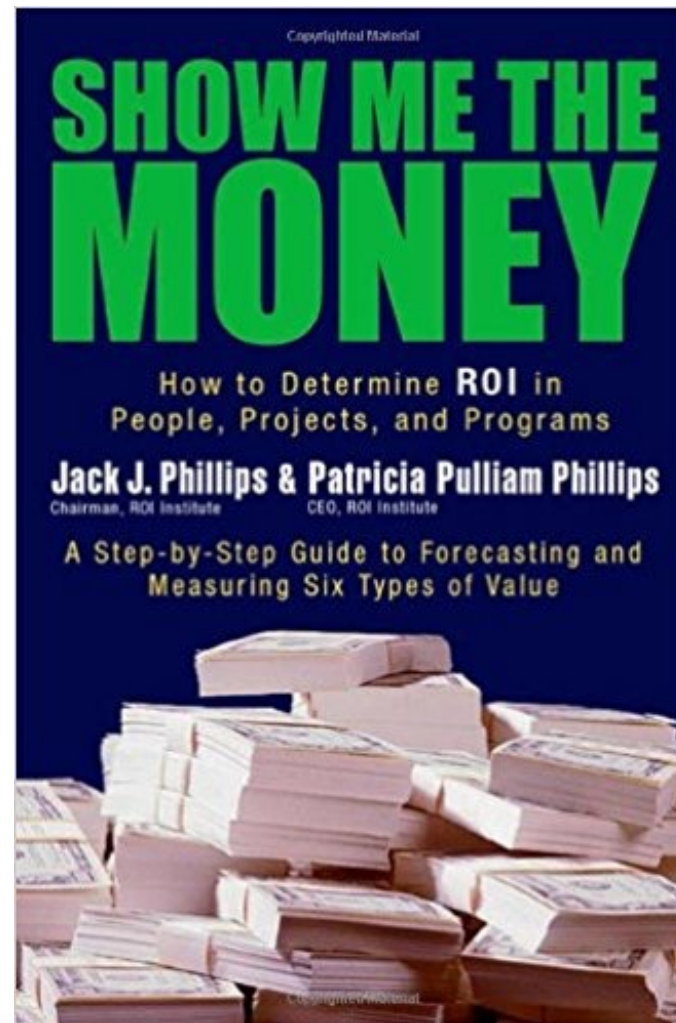
**HIER IS JE OPLOSSING...**

**LEG JE ROI RESULTAAT LANGS  
DE MEETLAT VAN ANDERE  
GEGEVENS**

# • **JE KUNT HIERBIJ DENKEN AAN:**

- CONTROLE-GROEPEN
- METHODEN OM TE FORECASTEN
- TREND ANALYSE
- SCHATTINGEN VAN HET MANAGEMENT
- EXTERNE SPECIALISTEN

# MEER WETEN OVER ROI?



LEES HET BOEK VAN JACK J. PHILLIPS EN  
NEEM CONTACT MET MIJ OP!