

Inhoud

1	Inleiding	15
1.1	Waarom projectmanagement?	16
1.2	Wat is projectmanagement?	16
1.3	Complementaire boeken over projectmanagement	17
1.4	Indeling van dit boek	17
1.5	Voor wie is dit boek bestemd?	19
1.6	Hoe kun je dit boek gebruiken?	19
DEEL I	Een theoretische inleiding	23
2	Een evenement	27
2.1	Wat is een evenement?	27
2.2	Elke doelstelling vraagt zijn eigen vorm	31
2.2.1	Welke functie moet het project vervullen?	31
2.2.2	Onderscheid tussen publieks- en bedrijfsevenementen	35
2.2.3	Het consumentenevenement	36
2.2.4	Keuze uit verschillende vormen van evenementen	37
2.2.5	Enkele vormen van zakelijke evenementen	37
2.2.6	Enkele vormen van publieksevenementen	42
2.2.7	Een overzicht	45
2.3	Betrokken partijen	46
2.3.1	Primair betrokkenen	46
2.3.2	Wie neemt het initiatief?	48
2.3.3	De evenementenkaart	50
2.4	Een evenement als project	50
2.4.1	Wanneer moet je een evenement projectmatig aanpakken?	50
2.4.2	Projectcategorie	52
2.4.3	De voor- en nadelen van de projectmatige aanpak	54

3	Het creatieproces	55
3.1	Het ontstaan van een project	55
3.1.1	Ideeenwereld	57
3.1.2	Spiraalvormig ontwikkelingsproces	59
3.1.3	Design Thinking	60
3.2	Elk vraagstuk zijn eigen aanpak	62
3.2.1	Vraagstukken gekoppeld aan de levensloop	62
3.2.2	De rationele stap-voor-stapmethode	66
3.2.3	Denken vanuit de markt of vanuit het product?	69
3.2.4	Experience design, service design en co-creatie	72
3.2.5	Definiëren van de startvraag van een project	73
4	Het projectmanagementconcept	75
4.1	Vier functionele trajecten	76
4.2	Grondvorm van het projectmanagementconcept	77
4.3	Het productgerichte traject in fasen	78
4.3.1	Initiatieffase	80
4.3.2	Vorbereidingsfase	81
4.3.3	Uitwerkingsfase	82
4.3.4	Uitvoeringsfase	82
4.3.5	Afwikkelingsfase	83
4.4	Het marketing- en communicatietraject	84
4.4.1	Communiceren: waarom, met wie en waarover?	84
4.4.2	Marketing- en communicatietraject bij een evenement	85
4.5	Het beheersgerichte traject	87
4.5.1	De beheerscyclus	88
4.5.2	De zes beheersaspecten (KOFTIG)	89
4.6	Het besluitvormingstraject	93
4.6.1	Op elk beslismoment een beslisdocument	93
4.7	Het uitgewerkte projectmanagementconcept	94
DEEL II	Zelf aan de slag	97
5	Stappenplan voor een evenementenproject	101
5.1	Stappenplan voor de initiatieffase (met projectvoorstel)	103
5.1.1	Project-Start-Up	106
5.1.2	Verkennen van de opdracht of het idee	108
5.1.3	Formuleren van de vraagstelling	111
5.1.4	Formuleren van de inhoudelijke uitgangspunten	113

5.1.5	Ontwikkelen van een basisconcept	120
5.1.6	Maken van een plan van aanpak	128
5.1.7	Afstemming op de markt en omgeving	129
5.1.8	Bezinning op de zakelijke randvoorwaarden	133
5.1.9	Schrijven van het projectvoorstel	144
5.2	Stappenplan voor de voorbereidingsfase (met projectplan)	147
5.2.1	Ontwikkelen van een gedetailleerd plan of ontwerp	148
5.2.2	Ontwikkelen van plannen voor het marketing-/communicatietraject	150
5.2.3	Herbezinning op de zakelijke randvoorwaarden (KOFTIG)	153
5.2.4	Opstellen van het projectplan	155
5.3	Stappenplan voor de uitwerkingsfase (met productieprogramma)	157
5.3.1	Vertalen van het plan naar productie-informatie	159
5.3.2	Maken en uitvoeren van de actieplannen voor marketing-/communicatietraject	162
5.3.3	Bewaken van zakelijke randvoorwaarden (KOFTIG)	163
5.3.4	Opstellen van het productieprogramma	169
5.4	Stappenplan voor de uitvoeringsfase en afwikkelingsfase	171
5.4.1	Uitvoeringsfase	172
5.4.2	Afwikkelingsfase	178
6	Stappenplan voor een conferentieproject	181
6.1	Stappenplan voor de initiatieffase (met projectvoorstel)	184
6.2	Stappenplan voor de voorbereidingsfase (met projectplan)	187
6.2.1	Organiseren van de conferentie-informatie	189
6.2.2	Ontwikkelen van het conferentieontwerp	191
6.2.3	Ontwikkelen van plannen voor het marketing-/communicatietraject	195
6.2.4	Herbezinning op de zakelijke randvoorwaarden (KOFTIG)	198
6.2.5	Opstellen van het projectplan	200
6.3	Stappenplan voor de uitwerkingsfase (met productieprogramma)	201
6.3.1	Vertalen van het conferentieontwerp naar productie-informatie	203
6.3.2	Maken en uitvoeren van de actieplannen voor het marketing-/communicatietraject	204
6.3.3	Bewaken van zakelijke randvoorwaarden (KOFTIG)	205
6.3.4	Opstellen van het productieprogramma	210
6.4	Stappenplan voor de uitvoeringsfase en afwikkelingsfase	210
6.4.1	Uitvoeringsfase	211
6.4.2	Afwikkelingsfase	214

DEEL III	Het instrumentarium van de projectleider	217
7	Projectorganisatie	221
7.1	Projectorganisatie en permanente organisatie	221
7.2	Organisatiestructuur	223
7.2.1	Inbedding van de projectorganisatie in de permanente organisatie	224
7.2.2	Organisatiestructuur van het project zelf	227
7.2.3	Organisatiestructuur bij meerdere projecten	229
7.3	Drie hoofdrolspelers	231
7.3.1	Opdrachtgever	231
7.3.2	Opdrachtnemer	232
7.3.3	Projectleider	232
7.4	Organisatiecultuur	235
7.4.1	Hoe projectvriendelijk is de permanente organisatie?	235
7.4.2	Vier typen organisatieculturen	236
7.4.3	Enkele tips om de acceptatie te vergroten	239
8	Projectbegroting en budgettering	241
8.1	Elke projectfase een eigen begroting	242
8.1.1	Raming van de projectkosten	244
8.1.2	Elementenbegroting	245
8.1.3	Werkbegroting	246
8.2	Standaardposten van een evenementenbegroting	246
8.3	Budgetbewaking en -rapportage	254
8.4	Opdrachtverlening, contracten en vergunningen	256
8.4.1	Proces van offren en opdracht verlenen	256
8.4.2	Arbeidsovereenkomst of opdracht?	258
8.4.3	Vergunningen	259
8.5	Aansprakelijkheid, verzekering en fiscus	259
8.5.1	Indekken tegen aansprakelijkheden	259
8.5.2	Fiscale aspecten	261
9	Projectfinanciering	263
9.1	Financiering van bedrijfsevenementen	263
9.2	Financiering van commerciële (publieks)evenementen	264
9.3	Subsidiëring van ideële evenementen	267
9.3.1	Hoe zit de aanvraag in elkaar?	269
9.3.2	Hoe wordt de aanvraag behandeld?	275
9.3.3	Verantwoording achteraf	277
9.4	Projectsporsoring	277

9.4.1	Sponsoring meten	278
9.4.2	Sponsorcontract	280
10	Projectplanning	287
10.1	Balkenschema	288
10.2	Draaiboek	290
10.3	Projectstructurering met behulp van een breakdown	291
10.4	Stappenplan voor een balkenplanning (GANTT-Chart)	294
11	Projectmarketing en -communicatie	299
11.1	Het marketing- en communicatietraject samengevat	299
11.2	Uitwerking van het marketing- en communicatietraject	302
11.2.1	Positionering kiezen	303
11.2.2	SWOT-analyse uitvoeren	303
11.2.3	Communicatiestrategie formuleren	306
11.2.4	Marketingplan opstellen	307
11.2.5	Fondsenwervingplan opstellen	308
11.2.6	Communicatieplan opstellen	309
11.2.7	Opstellen en uitvoeren van actieplannen	312
11.2.8	Evaluatief publieksonderzoek uitvoeren	313
11.2.9	Monitoren door middel van social media	314
12	Opzetten van een multiprojectorganisatie	317
12.1	Wat is multiprojectmanagement?	318
12.2	Projectenportefeuille	318
12.2.1	Programmaprojecten	319
12.2.2	Opdrachtprojecten	320
12.2.3	Serieprojecten	321
12.2.4	Megaprojecten	322
12.2.5	Editieprojecten	322
12.2.6	Incidentele projecten	323
12.3	Vier kerntaken van de multiprojectmanager	324
12.3.1	Training van medewerkers	325
12.3.2	Managen van de projectenportefeuille	325
12.3.3	Inrichten van de projecteninfrastructuur	327
12.3.4	Geven van centrale richtlijnen	330
12.4	Maken van een projectenprotocol	331
12.4.1	Stappenplan voor een projectenprotocol	331
12.4.2	Waak voor verstarring	334

Bijlagen A	Het gereedschap	337
Bijlage A1	Tijdsplanningsformulier	338
Bijlage A2	Budgetbewakingsformulier	339
Bijlage A3	Taakverdelingsschema	340
Bijlage A4	Taakomschrijving	341
Bijlage A5	Test de organisatiecultuur	342
Bijlage A6	Arbeidscontractmodel	345
Bijlage A7	Artiestencontractmodel	348
Bijlage A8	Vrijwilligerscontractmodel	350
Bijlage A9	Checklist sponsorcontract	352
Bijlage A10	Persberichtmodel	354
Bijlage A11	Betrokkenen bij conferenties	357
Bijlage A12	Groepsdynamische en didactische werkvormen	359
Bijlage A13	Informatiedragers conferenties	360
Bijlage A14	Modelovereenkomst van opdracht	362
Bijlage A15	Begroting AV-project	364
Bijlage A16	Risicoanalyse voor projecten	366
Bijlage A17	Stappenplan publieksonderzoek en voorbeeld enquêteformulier	370
 Bijlagen B	 Fasemodellen voor evenementen	 381
Bijlage B1	Fasemodel conferenties	382
Bijlage B2	Fasemodel tentoonstellingen	383
Bijlage B3	Fasemodel festivals en manifestaties	384
Bijlage B4	Fasemodel podiumproducties	385
Bijlage B5	Fasemodel video-/filmproducties	386
Bijlage B6	Fasemodel beurzen	387
 Bijlagen C	 Formats voor drie beslismomenten	 389
Bijlage C1	Format voor projectvoorstel van een evenementenproject	390
Bijlage C2	Format voor projectplan voor een evenementenproject	394
Bijlage C3	Format voor productieprogramma voor een evenementenproject	396
 Literatuur		 399
 Register		 405
 Over de auteurs		 413