



# DELTA

## CROSS MEDIA SERVICES

### Het voorbereidingsdraaiboek

Hier vind men informatie over het voorbereiden van het Delta Media Marketing Platform.  
Het is een soort checklist van tien aandachtspunten, om te controleren of men niets vergeten is.

#### Het Delta Media voorbereidingsdraaiboek:

- 1 Aanstellen Delta Media projectcoördinator
- 2 Delta Media contactpersoon
- 3 Succescriteria: mensen, geld en accommodatie
- 4 Sterke en zwakke punten
- 5 De grote lijnen van het Delta Media Platform Concept
- 6 Het Delta Media interne projectteam informeren
- 7 Delta Media Plan van aanpak uitvoeren
- 8 Delta Media Project Begroting maken & naleven
- 9 Contracten afsluiten
- 10 Delta Media betrokkenen informeren & begeleiden

1

## 1. Aanstellen coördinator

Delta begint met het aanstellen van iemand die de totale leiding heeft: een projectcoördinator. Deze persoon moet de kwaliteiten hebben om het totale Delta Media concept & project te leiden. Deze kwaliteiten zijn:

- het kunnen leiden, begeleiden en motiveren van het Delta Media management & medewerkers;
- het kunnen opzetten, lezen & begrijpen van het Delta Media Marketing Concept & draaiboek;
- besluiten kunnen en durven nemen, improviseren & creëren;
- problemen kunnen oplossen;
- iedereen enthousiast kunnen maken voor het Delta Media Marketing Platform project;
- de grote lijnen kunnen uitzetten en het overzicht behouden m.b.t. het Delta Media concept.

## 2. Delta projectorganisatie en management aanstellen

De volgende stap is het vormen van een team die het realiseren van de concept-ideeën ter hand neemt. In deze fase kunnen geen ideeën meer geopperd worden over het Delta Media concept. Er is veel tijd en energie gestopt in het huidige concept, dus is er geen ruimte om steeds weer iets nieuws toe te voegen. Het Delta Media concept is reeds ontworpen door de Rudy Deighton en in het geheel goedgekeurd door de directie. Door eerdere brainstorming en door te putten uit ervaringen is het Brand, Marketing of Project Concept tot een bepaalde opzet gekomen.

Innovatieve project sessies is een methode om eventuele goede ideeën boven tafel te krijgen. Tijdens de pre-realisatie fase van het Delta Media concept kan de directie met ideeën komen voor activiteiten die een toevoeging zouden kunnen zijn voor het concept. De designer van het Delta Media concept bewaakt het originele concept. Pas als alle ideeën geuit zijn, worden ze geordend en op haalbaarheid getoetst. De Delta Media designer heeft altijd de eindbeslissing.

Delta Media, het team en Deighton nemen het initiatief voor het realiseren van het totale project. Dit is de initiatiefgroep. Daarna gaat de projectcoördinator samen met het projectteam het project realiseren. Dit is dan het organisatiecomité. De initiatiefgroep zet dus de lijnen uit die later door het organisatiecomité worden uitgewerkt.

De initiatiefgroep kan tevens het organisatiecomité zijn.

Kloppen de omschreven doelstellingen van de initiatiefgroep in het Delta Media concept met de te realiseren Delta Media diensten en services. Daarbij gaat het om de vragen:

- Waarom wilt Delta Media het realiseren van het platform project of concept?
- Op wie richt Delta Media zich (de doelgroep)?
- Hoe wilt Delta Media overkomen als organisatie (profilering)?
- Wat zijn de verwachtingen en wensen van de mensen voor wie Delta Media het realiseerd?

Zet vervolgens alle voor- en nadelen op een rijtje van elke conceptmodule dat is ingebracht. De haalbaarheid is bekeken en er is een definitieve keuze gemaakt. Daarna kan het Delta Media concept uiteindelijk worden gerealiseerd.

### 3. Succescriteria: mensen, geld en accommodatie

In de vorige stap bracht Delta Media de ideeën, wensen en verwachtingen met betrekking tot het Delta Media concept in kaart. Nu besteed je aandacht aan de drie criteria voor succes.



Wat houden deze criteria in?

## Mensen

Een Delta Media project of concept kan men niet alleen realiseren. Je hebt medewerking van Delta Media, eigenaar(en) en directie nodig. En niet alleen van het management, maar ook van alle medewerkers of partners. Denk daarbij aan:

- de benodigde project medewerkers/management;
- de behoefte aan overige teamleden:
  - voor de organisatie;
  - voor de uitvoerende taken;
- de medewerking van deskundigen of technische adviseurs;
- de medewerking van de klant, bepaalde organisaties, de partners en overige organisaties.

## Geld & begroting

Stel een globale begroting op. Wat zullen de inkomsten en uitgaven zijn? Is het project of concept kostendekkend of mag het geld kosten? Bij een commercieel project moeten de uitgaven gedekt worden door de inkomsten, of resultaatgericht inkomsten genereren.

De definitieve begroting komt in stap 8.

## Delta Media online content distributie

Wat zijn de meest geschikte netwerkplatformen voor het distribueren van informatie & content. Een goede internetdistributie is van groot belang. Niet alleen voor de uitvoering, maar ook voor de voorbereiding. Voorbereidings vragen:

- Is het gekozen netwerk groot, snel genoeg en geschikt voor de gestelde doelstellingen?
- Is de vooraf gestelde doelgroep snel & makkelijk bereikbaar en toegankelijk?
- Is er voldoende marketing voeding voor alle netwerken tegelijk?
- Heeft de gekozen community & websites strategie de juiste voorzieningen en faciliteiten?
- Is de look & field van de ontworpen weblogs, websites & communityplatformen aantrekkelijk?
- Is er sprake van klantvriendelijk beheer en gebruik?

Kijk eens met de ogen van een klant, deelnemer of bezoeker.

#### 4. Sterke en zwakke punten

Het is verstandig een overzicht te maken van de sterke en zwakke punten van de organisatie. Wat kunnen we zelf aan en waar hebben we hulp bij nodig? Hoe pakken we het aan? Beschrijf voor alle benodigde onderdelen wat de sterke of zwakke punten zijn. Bijvoorbeeld voor de faciliteiten, de activiteiten, het personeel of de medewerkers, de PR en de financiën. Geef per onderdeel een aantal punten aan.

Sterke punten van de ontworpen Internet platformen zijn:

- Er is voldoende snelheid & duidelijkheid.
- De faciliteiten en distributie zijn professioneel & betrouwbaar.

Zwakke punten van de ontworpen Internet platformen zijn:

- Er is onvoldoende informatie & contentopbouw.
- Er zijn te weinig distributie platformen voorzieningen per project.

Een sterk punt voor wat betreft het management of medewerkers kan zijn dat er voldoende mensen zijn, maar een zwak punt kan zijn het inzetten van medewerkers van de klant met weinig voldoende ervaring in huis. Hier zul je dus wat aan moeten doen.

Men trekt de conclusies en men zoekt hiervoor mogelijke oplossingen.

Probeer van tevoren te bedenken wat de eventuele problemen en/of struikelblokken kunnen zijn. Het gaat erom dat je kunt inschatten wat de sterke en zwakke punten zijn in de organisatie, zodat je hierop kunt inspelen.

- Het wordt slecht onderhouden met updates. Waarom, door wie en wanneer is er wel een upgradering?
- Er raakt iets defect. (geluid, distributie, content of verbinding) Hoe los Delta dit op?
- Er vallen medewerkers uit door ziekte. Wie neemt hun werk intern over?

Deze tegenvallers zul je moeten opvangen. Door vooruitdenken kan de organisatie de kans op het mislukken van het te realiseren Concept, Project of Event tot een minimum beperken.

## 5. De grote lijnen van de Delta Crossmedia Services

Nadat alle gegevens en ideeën op een rijtje zijn gezet, is het tijd om het de realisatie of lancering datum definitief vast te stellen.

Vragen:

- Wat is de aanleiding het platform project te realiseren?
- Wat voor soort project is het?
- Wat is het doel van de klant?
- Vanaf wanneer gaat het plaatsvinden?
- Voor wie is het bedoeld?
- Wie heeft de algehele leiding?
- Wat is de geschatte omvang:
  - van de strategie;
  - van de doelgroep?
- Hoe wil de organisatie overkomen (profilering)?
- Wordt aan de drie succescriteria (mensen, geld, content distributie) voldaan?
- Is er rekening gehouden met de zwakke punten?

Je stelt aan de hand van deze vragen vast waaraan moet zijn voldaan, wil het concept of project door kunnen gaan. Met name mensen, geld en content distributie komen daarbij aan de orde.

## 6. Het projectmanagement team definitief samenstellen

Als al het voorwerk gedaan is, ga je nog eens goed kijken naar de samenstelling van de groep en de verdeling van de werkgroepen. Heeft iedereen voldoende capaciteiten om het hele project op te zetten? Wil iedereen die in het begin heeft meegedacht ook meehelpen bij de uitvoering? Als je vindt dat de groepsleden over te weinig deskundigheid beschikken, moet je alsnog iemand met die deskundigheid benaderen. Bijvoorbeeld een financieel deskundige of een PR-medewerker.

Als het managementteam compleet is, is het tijd voor de volgende stap: een goede taakverdeling maken!

## 7. Plan van aanpak maken

We kennen inmiddels het doel van het Delta Concept. Het gaat er nu om hoe we dit doel kunnen bereiken. Vanuit het Delta Brand Concept weten we precies wat we willen bereiken, in de voorbereiding, tijdens en na het evenement. Kijk daarbij door de ogen van de ‘klanten’: bezoekers, pers, medewerkers, dealers, projectpartners en sponsors. Zij hebben allemaal wensen en verlangens waar je zo goed mogelijk rekening mee moet houden. Zo ontstaat er een taakverdeling.

De Delta Media projectcoördinator zorgt voor:

- de algehele leiding;
- de financiën;
- de contacten met de initiatiefgroep.
- het voorbereidingsdraaiboek en het dagdraaiboek;
- de taakverdeling en de afstemming van de medewerkers;
- de organisatie van het project zelf;
- de projectpartners en sponsors.

Het managementteam zorgt voor:

- de PR, content en promotie;
- de marketing en strategie;
- de verzorging van de Internet platformen.
- het voorbereiden, ontwerpen en realiseren van de Internet platformen ;
- de informatie verwerking & upgrading.
- de distributie, verbinding & continuering.
- de upgrading, monitoring & evaluatie.

Door te weten wat de organisatie wilt bereiken, is de volgende stap: opschrijven wat men moet doen om er te komen. Schrijf per activiteit op wat men moet doen om het gewenste resultaat te bereiken. Het afstemmen van deze plannen en het bepalen van de volgorde ervan gebeurt in het plan van aanpak.

Je kunt een rooster met een tijdsbalk maken. Hierin staan de activiteiten die verricht moeten worden, wanneer deze gestart moeten worden en wanneer ze klaar moeten zijn.

	januari week				februari week				maart week				1 april het project
Activiteiten	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Start werkgroep													
Grote lijnen opzet klaar													
Faciliteiten & materiaal													
Distributie & upgrade													
Inzet Internet Platform													
PR en promotie													
Controlle													
Monitoring													

Je kunt ook een werkplanning maken. Hierin staat:

- welke activiteiten verricht moeten worden tot aan de start van het project;
- wie verantwoordelijk voor welke activiteit is;
- wanneer de activiteit af/gereed moet zijn;
- de benodigdheden (de drie belangrijkste factoren: mensen, geld en Internet platformen).

Activiteit	Wie	Wanneer af	Benodigdheden
Project draaiboek maken			
Personeel werven, informeren, inroosteren			
Distributie & Internet platformen			
Faciliteiten			
Content verwerken & maken			
Informatiestroom regelen			
Programma's ontwerpen			
Doelgroep(en)			
Video, foto & presentaties			
Monitoring			

Dit is slechts een voorbeeld. Omdat ieder project anders is, is het onmogelijk een standaard-plan van aanpak aan te bieden. Het gaat er hier ook vooral om dat je je realiseert dat zo'n plan van aanpak minstens zo belangrijk is als het projectdraaiboek.



## **8. Delta Crossmedia Services Begroting**

Zorg voor een sluitende begroting. Maak een inventarisatie van de verwachte kosten en mogelijke opbrengsten van het Platform project of Concept.

Doe dat realistisch!