

Twee Limburgse bedrijven hebben een interactief platform ontwikkeld dat komaf maakt met saaie online meetings en evenementen. “Wij vonden geen goede oplossing op de markt”, zegt CEO Bart Koninckx van To The Point Events. Het project kreeg een provinciale innovatiepremie.



Van links naar rechts: Bart Koninckx, Jesse Claes, Frederik Knapen en Tom Vandeput.

FOTO: BOUWMEDIENE BELBACHIR

Gedaan met saaie online meetings

EVENTS HASSELT

Guido Cloostermans

We hebben ze ten tijde van de coronapandemie allemaal leren kennen: online vergaderingen, opleidingen, meetings, workshops en evenementen. “Ze hebben één ding gemeen”, zegt Bart Koninckx, topman van het Hasseltse evenementenbureau To The Point Events. “Ze zijn allemaal even saai. Wie thuis een evenement online bijwoont, is veel minder betrokken, is snel afgeleid en minder verbonden met hetgeen er gebeurt op het scherm. Wij wilden iets anders, met meer show, iets dat meer swing en de aandacht vasthoudt.”

Voor Koninckx was de ontwikkeling van Tribespot ook een existentiële noodzaak. To The Point Events organiseert evenementen voor bedrijven zoals Randstad, Vandersanden Steenfabrieken en Carglass en werd door de coronapandemie zwaar getroffen. “Toen de pandemie uitbarstte en er geen evenementen meer konden plaatsvinden, zakte onze omzet – normaal goed voor zo’n 3 miljoen euro per jaar – in één klap naar nul”, zegt Koninckx.

Bij de ontwikkeling van Tribespot sloeg To The Point Events de handen in elkaar met het Limburgse audiovisuele bedrijf Medialife, dat vestigingen heeft in Hasselt en Antwerpen. Medialife verzorgt audiovisuele producties voor verschillende bekende merken, kmo’s, overheden en grote ondernemingen zoals Luminus en Melexis. “De coronapandemie had bij ons juist het tegenoverge-

stelde effect”, zeggen zaakvoerders Frederik Knapen en Jesse Claes van Medialife. “Voor ons ging de omzet zelfs maal twee, want corona zwengelde de digitalisering enorm aan.”

Blijvend

Nu de coronapandemie voorbij is, kunnen we elkaar weer ongestoord ontmoeten, maar het digitale evenement gaat allicht nooit weg. De bollebozen van Medialife en To The Point Events staken de koppen bij elkaar en de combinatie van de audiovisuele kennis van Medialife en de ervaring op het vlak van de organisatie van evenementen leidde tot Tribespot, een hybride interactief livestream platform waarbij de grens tussen het livegebeuren en de beleving voor een scherm zo vaag mogelijk wordt.

“In ons nieuwe platform worden alle vormen van interactie die we

kennen van een gewoon fysiek evenement geïntegreerd”, legt Koninckx uit. “Een stemming, vraag en antwoord, een knop om rechtstreeks documenten te downloaden, een geïntegreerde speeddate, het kan allemaal. Bovendien wordt het allemaal aantrekkelijk vormgegeven en werkt het onafhankelijk van de gekende platformen.”

Tribespot gaat daarbij een stuk verder dan de traditionele livestreams. “Gebruikers kunnen niet alleen deelnemen aan groepsdiscussies en vragen stellen aan sprekers”, zegt Claes. “Ze kunnen ook netwerken met andere deelnemers, virtueel handen schudden en door een koppeling van LinkedIn zelfs virtuele visitekaartjes uitwisselen, waar de deelnemers zich ook bevinden. Bovendien is het platform zowel geschikt voor kleine bijeenkomsten als voor grote

evenementen met duizenden deelnemers en kan het worden aangepast aan de specifieke behoeften en de huisstijl van elke organisatie.”

Innovatiesteun

Inmiddels heeft al een twintigtal bedrijven en organisaties ervoor gekozen om te werken met Tribespot. Daarbij onder meer Carglass, Voka, Corda Campus, UHasselt en 3M. Het platform werd bovendien gebruikt bij congressen in Kopenhagen, Panama en Manilla.

Voor de ontwikkeling van Tribespot trok de provincie Limburg 50.000 euro innovatiesteun uit. “De innovatiesteun leidde tot een concreet product waarvoor grote belangstelling bestaat. Onze innovatiepremie heeft zijn doel dus niet gemist”, aldus gedeputeerde voor Economie Tom Vandeput.