

Curso Crea Una comunidad exitosa

Lección 25: Cómo organizar un evento virtual, Beneficios y 5 errores más cometidos

Qué es un evento virtual

El evento virtual es aquel que se realiza por medio de plataformas digitales que les permiten a los participantes reunirse y participar desde el lugar donde se encuentran, aunque no compartan el mismo espacio físico.

Cómo organizar un evento virtual:

La organización de un evento virtual requiere de pautas que hay que tener presente, a continuación te las explico:

★ Tener claros tus objetivos:



Antes de empezar con el plan de acción para crear un evento debes preguntarte ¿qué busco con la creación de este evento?, ¿ventas?, ¿reputación?, ¿atraer clientes?, a través de estas interrogantes podrás tener el objetivo claro de lo que realmente quieres conseguir.

★ Hacer un calendario:



Es importante que tengas organización, si no te organizas no tendrás buenos resultados. En este calendario debes incluir datos como fecha del lanzamiento, día y hora para hacer los Facebook ADS, etc.

★ Diseñar una página de aterrizaje:



Los clientes potenciales y actuales deben ser dirigidos a una página de aterrizaje, eso reducirá la posibilidad de fallas, esto además te permite que sean agregado a tu lista para que

puedan recibir los avisos y recordatorios antes del evento, así mismo podrás luego mantener la comunicación con ellos vía email marketing.

☆ Preparar una buena exposición de tema



Aquí aplica tanto invitar a un ponente que sea experto en el tema que vas a promocionar para tu evento, o si se trata de ti misma explicando algún tema específico asegúrate de hacerlo con un alto nivel de profesionalismo. Prepara un guión, material visual, asegúrate de tener una buena conexión a Internet, etc.

☆ Ofrece una buena calidad del contenido del evento:



Debes asegurarte de que el contenido que vas a compartir sea de calidad, y debe ser lo que tu cliente ideal espera escuchar, aprender, conocer.

Una recomendación es grabar las sesiones de contenido con anticipación, y en caso de que prefieras hacerlo en vivo entonces ensaya y mantén a la mano un guión.

☆ Mantente atenta a los detalles:



Los eventos virtuales, al igual que los físicos requieren de cuidar detalles. La organización de estos eventos, como puedes ver en las pautas anteriores, lleva tiempo y pasos que deben cumplirse con un buen nivel de excelencia para poder atraer a la gente y garantizar buenos resultados.

☆ Cuida el diseño de tu página de aterrizaje, banners de publicidad y otros elementos:



Los elementos para tu evento, como la página de aterrizaje de la que te hablé ya, como los banners de publicidad y todos los diseños para tu marketing deben ser coherentes con los colores y la identidad de tu negocio. Contrata gente profesional

en esta área. Lo mismo en la parte de redacción del texto de tu página de aterrizaje, email marketing, y todo lo que lleve texto.

★ **Incluye testimonios de tus clientes fidelizados:**



Una forma de generar confianza a los clientes potenciales es mostrándole lo que tus clientes fieles dicen de ti y de tus productos y/o servicios. Si ya has realizado eventos virtuales, coloca testimonios de otros que te recomienden. Así captarás nuevos clientes.

★ **Deja la oferta para el final del evento:**



Si tienes un producto, servicio u oferta para ofrecer, si esa es la finalidad de tu evento, déjalo para la última parte. Después de que la audiencia haya recibido suficiente contenido de valor y los clientes potenciales se hayan dado cuenta de que eres una experta y puedes ayudarles en sus necesidades.

★ **Mantente en contacto después del evento:**



La forma efectiva de mantener el contacto y profundizar la conexión entre los que asistieron a tu evento virtual y tú, es por medio del email marketing, prepara una secuencia de emails para los que asistan. Esto es importante igualmente antes del evento, que te conectes con los que se registran para el evento y les hagas llegar recordatorios y despiertes su emoción desde el registro hasta el día del evento.

Beneficios de un evento virtual:



Reduce costes: No es necesario el desplazamiento de un lugar a otro, tampoco generar gastos de hospedajes a los invitados, por tanto ahorra quien organiza como quien asiste al evento virtual.



ideal.

Multiplica la difusión y la asistencia del evento: Se tiene alcance a todo el mundo, se puede dar publicidad desde las redes sociales, llegando a más personas, lo importante es que recuerdas que esas "más personas" deben ser tu cliente



Permite localizar a clientes potenciales de forma rápida y previa al evento: Debido a la posibilidad de alcance, si se tiene un buen enfoque y se ha definido efectivamente al cliente potencial que se quiere alcanzar, entonces antes del evento existe la posibilidad de captar clientes potenciales.



Facilita la creación de relaciones de negocio: Esto se debe a que gracias a las herramientas de comunicación, los grupos virtuales, las redes sociales, existen facilidades de establecer relaciones de negocio, y con buenas estrategias podrían ser relaciones duraderas basadas en la confianza.

Los cinco errores más cometidos y que debes evitar:

☆ Hacer las cosas complicadas:



Si quieres tener éxito en la asistencia a tu evento virtual facilita la suscripción, por ejemplo no satures la página de aterrizaje con información que no sea necesaria, pon un formulario fácil de llenar sin pedir mucha información para que los clientes potenciales no se desanimen llenándolo.

☆ Entrar a grupos de otros para anunciar tu evento de forma intrusiva y agresiva:



Debes aprender a manejarte en grupos ajenos, cuando eres intrusiva ganas mala reputación, puedes lograr que te bloqueen en los grupos y así no vas a captar

interesados. Sé cuidadosa, para anunciar tu evento gánate la confianza de las demás personas y atráelos a tu comunidad, o a tu página de aterrizaje.

☆ **Crear que la gente está esperando en fila para asistir a tu evento virtual:**



Confiarte en que con poner tu página de aterrizaje y compartirla una vez es suficiente para que la gente se interese y se apunten a tu evento es un grave error. Tienes que trabajar a diario, usar estrategias, difundir tu evento, usar Facebook ADS, publicidad paga.

☆ **No ofrecer contenido de valor**



Si quieres atraer audiencia tienes que dar. Escribe artículos relacionados a tu evento y compártelos en tus redes sociales, da información de valor que les ayude y que les permita ver que eres una experta en el tema que vas a desarrollar en tu evento.

☆ **No crear relaciones duraderas después de tu evento**



Si por ejemplo el objetivo final de tu evento es vender un producto o servicio en particular, no te conformes con que quienes vean tu evento lo compren y ya, fideliza a tus clientes, ofreciéndoles siempre más. Para eso tu evento debe ser el inicio de una relación, conéctate con ellos, gánate su confianza.