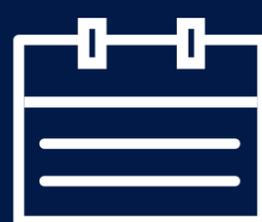


COMO FAZER UM EVENTO ONLINE

Com o cancelamento da maioria dos eventos por conta da rápida disseminação do novo coronavírus, o TD elaborou uma guia para que você não precise desmarcar os compromissos com palestrantes e participantes.



1. AVALIAÇÃO



O primeiro passo para a realização do seu evento online é detalhar os principais elementos programados para a versão presencial. O seu evento será composto por palestras, webinars? Detalhe o formato, o número de participantes, a duração e o engajamento do público. Lembre-se de que o foco é oferecer conteúdos relevantes e cumprir os objetivos da organização.

2. TOMADA DE DECISÃO

Os eventos são excelentes oportunidades para gerar valor aos participantes. Portanto, cancelar ou adiar um evento não afeta apenas os resultados da sua empresa, mas também os demais envolvidos. Vale destacar que os eventos em local físico possuem uma série de limitações, incluindo capacidade de participantes, horário e preço de produção.



3. QUESTIONAMENTOS



Se você ainda está em dúvida sobre partir para uma versão online, reflita sobre as seguintes questões: Qual o impacto financeiro e nos negócios caso você opte por cancelar o evento? Qual o impacto para os patrocinadores caso você cancele ou adie o evento? Qual o impacto para a sua reputação caso você opte por cancelar ou adiar o evento?

4. OFERTA DE VALOR

Embora muitos pensem que os eventos presenciais são superiores, é importante se questionar sobre o porquê as pessoas desejam participar deles. O que os patrocinadores, palestrantes e participantes desejam? De que forma é possível oferecer o mesmo valor para todas as partes envolvidas? Com uma versão online do seu evento, é possível transmitir as informações que o público anseia e garantir que os conteúdos da sua empresa sejam passados para ainda mais pessoas, já que não há barreiras físicas.



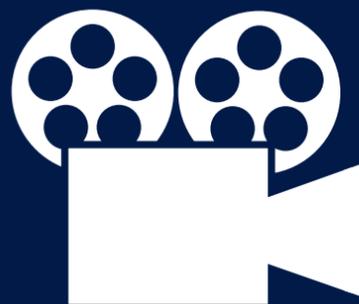
5. DEFINIÇÃO DE METAS



Depois de compreender como oferecer relevância ao seu público, reflita quais são os objetivos do negócio. Você deseja transmitir informações? Gerar leads? Aumentar a receita? É possível alcançar todas essas metas, mas para isso estratégias diferentes serão necessárias.

6. DEFINIÇÃO DE FORMATO

Agora chegou o momento de definir o formato do seu evento. Será gravado? Se sim, precisará de um estúdio? Acha que transmissão ao vivo dará melhores resultados? Defina de que forma o público irá consumir os conteúdos para poder planejar a logística do evento.



7. LEVANTAMENTO DE SERVIÇOS E SUPORTE



Um evento online de qualidade exige infraestrutura - assim como as edições presenciais. Como organizador do evento, você deve garantir as ferramentas e serviços necessários para colocá-lo no ar, bem como os profissionais para realizar a execução. Neste ponto, lembre-se de levar em consideração as orientações das autoridades de saúde sobre a COVID-19.

8. LISTAGEM

Pense e responda: Vou precisar de alguém para gravar as palestras ou conferência? Vou precisar de alguém para fazer transmissões ao vivo? Vou precisar de alguém para ajudar nas operações? Posso infraestrutura tecnológica para a execução do projeto? Tenho todos os equipamentos? Vale a pena comprar ou alugar? Posso todos os materiais de higiene e segurança para proteger os envolvidos da transmissão do novo coronavírus, como máscara e álcool?



9. INFRAESTRUTURA



Para eventos online é fundamental garantir transmissões de qualidade - e para isso você deve contar com velocidade de internet. Além disso, é necessário contar com câmeras que proporcionem imagens nítidas, microfones para garantir a melhor experiência em áudio, cenário e planejamento. Lembre-se dos materiais de segurança para evitar a transmissão do novo coronavírus.

10. MAPEAMENTO DA JORNADA DO CLIENTE

Mesmo que você já tenha feito o mapeamento da jornada do cliente para o seu evento presencial, é fundamental refazê-la para se adaptar ao mundo online. Defina como serão feitas as inscrições, a seleção da programação, o acesso ao evento, a disponibilização dos conteúdos e de que forma será feita a comunicação com os participantes.



11. PROMOÇÃO DO EVENTO



A divulgação do evento é um passo essencial para o sucesso do projeto. Para isso, utilizar as redes sociais e estruturar outras estratégias de marketing digital é a melhor alternativa para mostrar ao público o valor da experiência.

12. EXECUÇÃO

Depois de toda a organização e planejamento, é hora de executar o evento. Desinfete todo o ambiente, incluindo maçanetas e microfones, para garantir a segurança dos participantes. Tenha o menor número possível de pessoas no local - de preferência, apenas o câmera, entrevistador e entrevistado, respeitando a indicação de distância segura. Comece pontualmente e encerre no horário previsto. Depois da finalização, faça uma pesquisa de satisfação com os participantes, solicitando feedback para compreender os pontos fortes e fracos do evento.

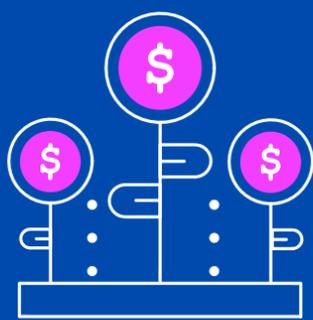


DICA EXTRA



Seja para transmissões ao vivo ou eventos gravados, é necessário testar as melhores ferramentas disponíveis. Por exemplo, o Instagram, o Facebook e o YouTube permitem a exibição de lives, mas para garantir a qualidade, é necessário realizar testes com os seus equipamentos e contar com conexão de alta velocidade.

Aproveite, também, para usar aplicativos que ajudem na organização do seu evento, como o Trello, para controlar as tarefas que devem ser realizadas; Orçamento Fácil, para planejar e acompanhar os investimentos; e o Survey Monkey, para avaliar os resultados do seu evento.



Seguindo todos esses passos, você conseguirá oferecer experiências positivas ao seu público. Caso considere o processo muito complexo, esteja sem tempo ou não tenha a infraestrutura necessária, o TD pode ajudar!

SOBRE O TD

O TD é uma startup de educação corporativa que conecta pessoas e organizações à transformação digital. Com o objetivo de torná-las mais competitivas e relevantes no mercado, auxiliamos a evolução da sua cultura rumo ao digital. Oferecemos consultorias, eventos e cursos que capacitam os negócios a partir do desenvolvimento de estratégias de transformação digital, implementando novos processos e tecnologias.

