

GUÍA DE PARTICIPACIÓN

BlueJeans Events

No es un secreto que este año los eventos virtuales, los seminarios virtuales y las producciones transmitidas en vivo reemplazaron a los eventos presenciales. Las empresas que organizaban o patrocinaban eventos en vivo antes del COVID-19 cambiaron el destino de su presupuesto de experiencias tangibles en vivo a programas digitales con la expectativa de mantener la continuidad del negocio. Pero la mayoría de las personas está de acuerdo en que falta algo importante en la experiencia virtual. Y eso se sigue describiendo como Participación.



La participación importa

La participación generada por los eventos en vivo ayuda a promover la lealtad de marca, el conocimiento del mercado y a liderar la generación, todo lo cual tiene un impacto en el resultado. Pero, ¿cómo transformamos una experiencia de alta inmersión, multisensorial y presencial en un evento puramente digital que produzca resultados valiosos para el negocio?

En un mundo post COVID, los organizadores y comercializadores de eventos no pueden esperar el mismo retorno de inversión de los eventos virtuales por el solo hecho de que es la alternativa más cercana a los eventos en vivo. Gracias a Netflix, YouTube y a otras plataformas digitales, la producción de calidad, la navegación fácil y la participación en tiempo real son actualmente algo básico. Las expectativas de la audiencia y su rango de atención requieren interfaces modernas, opciones de colaboración integrales y experiencias que ofrezcan más que solo una presentación con diapositivas y voz en off.

[En un artículo de 2020 de Hubspot](#), los datos citados de una encuesta de Wyzowl demostraron que el 88% de los comercializadores de video informaron que los videos les dejan un retorno de inversión positivo. Esto indica adopción y confianza generalizadas en los equipos de comercialización para amplificar su mensaje y sus productos con contenido influyente en video.

Cambiar la estrategia

Desde ceremonias de entregas de premios y conferencias de prensa hasta degustaciones de vinos y festivales con 20.000 personas, todos los planes de eventos en vivo deben modificarse y considerar nuevos requerimientos para optimizar la participación virtual. Compilamos algunas consideraciones clave para ayudar a dar forma a la estrategia virtual.

¿Qué resultados de negocio está tratando de obtener?

Generación líder: Mantenga un proceso de registro simple y piense en cómo alguien nuevo percibirá su marca. ¿Qué tipo de mensaje envía si usa herramientas anticuadas de seminarios virtuales con mala calidad de audio?

Agradecimiento o comentarios del cliente: El video en vivo da oportunidad para reunirse cara a cara y evaluar las emociones, el lenguaje corporal y, en algunos casos, resultados tangibles.

¿Se trata de una audiencia de un evento cerrado o masivo?

Las herramientas de eventos virtuales no siempre se aplican para todo. ¿Usaría una solución de transmisión a gran escala para una pequeña sesión grupal presencial? ¿Su tecnología puede escalar sin limitaciones en el ancho de banda? ¿Su solución de eventos virtuales se integra con las redes sociales y las plataformas de transmisión en vivo para maximizar el tamaño de la audiencia?

¿Cómo transmitirá la creatividad y la innovación?

¿Cuáles son las opciones de personalización para exhibir su marca? ¿Cuáles son las integraciones que debe tener para crear promoción extremo a extremo y puntos de contacto de seguimiento? La calidad de producción, video y audio ¿satisfarán las expectativas de un asistente de perfil alto?

¿Qué tanto conocen sus asistentes su marca y qué tanto se conocen entre sí?

¿Espera personas tímidas? Mejor tenga bajo control las mejores tácticas de participación para que participen en la conversación. ¿Tiene prevista una sala llena de personas sociables? Asegúrese que su solución les permita a los moderadores llevar un registro de todas las vías de comunicación para contestar rápidamente preguntas y comentarios.



Confíe en su táctica

No tiene que volver a inventar la rueda. Las mismas tácticas de participación que se usan en los eventos presenciales se pueden aplicar virtualmente. La clave es la comunicación frecuente por varios canales antes, durante y después del evento. Y asegúrese de tener suficientes administradores para facilitar las conversaciones durante el evento.

Preguntas al momento de la inscripción

Durante el proceso de inscripción, haga preguntas cualitativas como “¿qué espera conseguir con su asistencia?”. Tal vez requiera un minuto extra de tiempo, pero explique por qué las respuestas ayudarán a mejorar la experiencia de los asistentes. Luego, ajuste el evento al estilo de participación de la audiencia.

Adelantos del evento

¿Está considerando usar algo físico como bolsas de promoción o accesorios para el evento? Asegúrese de que lleguen poco antes de la fecha del evento para mantener un alto nivel de interés y entusiasmo.

Inicie las comunicaciones en las redes sociales con mucha anticipación para generar participación y comunidad mediante conversaciones entre pares que se traduzcan digitalmente.

Los mensajes de correo electrónico deben incluir instrucciones claras y viables acerca de cómo, cuándo y dónde participar en la plataforma virtual.

No tema explicar demasiado las opciones de votación, de chat, de preguntas y respuestas y de levantar la mano.

Disparadores de conversación

Así como se siembran preguntas en las grandes ponencias, lo mismo debería hacerse en el chat en vivo. A veces, solo se necesita una persona que comience con las preguntas para que otros se sientan cómodos para participar.

Interactúe con los asistentes vocales. ¡Llámelos por su nombre o pídale que salgan en pantalla!

Envíe mensajes personales en tiempo real para fortalecer las conexiones y mejorar las oportunidades de seguimiento.

Análisis de participación

Comparta folletos específicos de la sesión, grabaciones a pedido, preguntas y respuestas y próximos pasos después del evento. Personalice los mensajes para reflejar las conversaciones en el chat y los datos de las votaciones.

Ya sea que esté desarrollando apoyo o canales de ventas, lleve un registro de los asistentes que participan y priorícelos en sus acciones de seguimiento.

Herramientas de la industria

Tal vez en estos días no usamos destornilladores, impresoras de credenciales o cinta adhesiva, pero los profesionales dedicados a eventos igualmente requieren herramientas para organizar y administrar los eventos. BlueJeans Events es como un cuchillo Swiss Army para eventos virtuales: ofrece una amplia gama de características diseñadas para reforzar la participación de la audiencia.

Vídeo encendido

Los presentadores y los moderadores deberían tener el vídeo encendido y contar con una conexión sin interferencias y con buen ancho de banda. Es mucho más probable que las audiencias escuchen a los oradores si pueden observar pistas no verbales, asociar una voz a un rostro y generar así un lazo emocional. Cuando corresponda, ¡pídale a la audiencia que también encienda el vídeo! ¡Esto los estimula a prestar atención!

Panel de moderador

Un panel de moderador avanzado cambia el foco de la navegación por software y la solución de problemas al contenido real del evento. Esto les da a los administradores y organizadores del evento una vista de 360 grados de toda la actividad de los participantes y les permite tener seguridad y control total.

Integraciones

Aproveche la automatización de comercialización, CRM y las plataformas de transmisión en vivo en beneficio propio. Por ejemplo, BlueJeans Events se integra con Facebook Live y permite tener un gran alcance en una interfaz con la que muchos asistentes se sienten cómodos. Para las promociones y el rastreo de posibles clientes, integre BlueJeans Events con Marketo y Salesforce, para crear una experiencia moderna y enriquecedora con opción de seguimiento.

Preguntas y respuestas + chat

Los moderadores deberían monitorear y responder de manera activa a las preguntas y respuestas y al chat. Es mucho más probable que las audiencias participen si hay una conversación activa en el chat. ¿Y quién mejor para iniciar la conversación que el anfitrión?

Votación + encuesta

¿Tiene una audiencia que prefiere permanecer anónima? Las votaciones y las encuestas son una excelente manera de recibir comentarios en tiempo real y aumentar la participación.

Característica de levantar la mano

Promueva a un miembro de la audiencia a presentador, como si hiciera subir a un asistente a un escenario en vivo y le entregara el micrófono. Esta es la máxima expresión de la participación, le permite a la audiencia participar en el mismo nivel que los oradores para establecer confianza en la marca y crear una conexión persona a persona.

Independiente del dispositivo

Comuníquese con su audiencia donde sea que estén y en la pantalla que tenga accesible. La experiencia es similar en todos los dispositivos, elimina la fricción y mejora la cantidad de asistentes y el tiempo en pantalla.

Resumen

Dados las miles de estrategias de difusión que los equipos de comercialización usan para captar y retener audiencia, los eventos virtuales interactivos son los que tienen el máximo impacto en el conocimiento de marca y en la promoción de producto. Le dan a su organización la oportunidad de ser el primer rostro con el que se conectan los asistentes y pueden servir para iniciar el ciclo de vida del cliente. Como plataforma de promoción, hacer participar a sus contactos con contenido atractivo en vídeo mantiene y refuerza la lealtad hacia sus productos y servicios.



BlueJeans Events, solución confiable de transmisión por vídeo en vivo usada en todo el mundo, es una plataforma de eventos virtuales fácil de usar que sirve para promover la comercialización de participación, activar clientes y generar demanda.