



Organización de eventos online y presenciales

Organización de Eventos online y presenciales para empresas

Los eventos son y seguirán siendo una de las mejores formas de comunicación para las marcas, y sus beneficios son significativos: notoriedad y reconocimiento de marca, optimización de relaciones externas e internas, networking y generación de negocio, entre muchas otras ventajas. Pero los tiempos están cambiando.

Hoy en día es muy raro el día en el que no se desarrolle un evento online en cualquier parte del mundo, pero, ¿por qué se han vuelto tan populares? Entre otros motivos, permiten alcanzar un público más amplio, logran mayor convocatoria y requieren menos recursos materiales y económicos para llevarse a cabo.

Aunque todavía hay muchas marcas que se muestran reticentes a la hora de gestionar un evento online, comprobarás en este artículo que esta modalidad es apta para todo tipo de eventos.

Qué son los eventos online. La experiencia.

Un evento virtual replica muchos aspectos de un evento tradicional, pero la gran diferencia radica en que los eventos en línea se desarrollan en remoto y no están restringidos a una sola ubicación. Las claves para la organización y gestión de un evento online se basan en contar con un dispositivo con conexión a Internet y una plataforma para dar soporte técnico.

Por ejemplo, un ejemplo que quiero destacar es el de [Eventos de Autor](#). Es especialista en la organización de Eventos Online y presenciales.

Tipos de eventos online y presenciales

Los eventos online pueden adaptarse a casi cualquier tipo de suceso y las posibilidades son infinitas.

A grandes rasgos se trata de adaptar los formatos de un evento presencial a un mundo virtual.

Los eventos online más comunes son:

- Seminarios web
- Webinars
- Conferencias
- Reuniones y salas paralelas
- Reuniones de equipos
- Lanzamiento de producto
- Ferias virtuales
- Actividades team building
- Entretenimiento online y presencial

Organización de eventos online

De cara a la organización de un evento online es necesario tener en cuenta ciertos aspectos: La plataforma o dispositivo a utilizar. Con respecto a la plataforma, debes tener en cuenta que se accesible para la mayoría de público posible; con respecto al dispositivo, debes buscar que ofrezca todas las funcionalidades que necesitarás.

Para ello la Plataforma de Organización de Eventos virtuales no debe tener limitación de asistentes, ser 100% privada y segura.

Difusión y promoción del evento. Realizar difusión del evento en diferentes canales te ayudará a mejorar la asistencia al mismo. En este sentido la clave está en la elección de los canales, que dependerá del público al que dirigirte: canales de comunicación interna si te diriges a empleados, canales publicitarios si quieres alcanzar a un público específico, etc.

Definir qué vas a contar, cómo lo vas a hacer e incorporar píldoras lúdicas para enganchar a tu audiencia. Dentro de la Organización del evento online, siempre será buena una palanca de motivación.

Las [actividades team building](#) online son un medio perfecto para mover a la acción.

Adaptarse al público y sus intereses. Debes tener en cuenta las zonas horarias de los públicos a los que vas a dirigirte; valorar la necesidad de incluir subtítulos o intérpretes para mejorar la accesibilidad; particularidades culturales de cada público, etc.

Seguimiento, medición y evaluación. Como he comentado en el apartado anterior “los eventos virtuales son medibles”. Debes conocer en tiempo real cómo está funcionando el evento en torno a diferentes parámetros: asistencia, participación, abandono, etc. Además, una vez

finalizado el evento deberás poder trabajar multitud de métricas para sacar conclusiones y evaluar la realización de próximos eventos.

Características y ventajas de los eventos online

Un evento en línea frente a otro presencial ofrece varias ventajas significativas.

En primer lugar, los eventos online, al no contar con la limitación de la ubicación presencial, permiten a la marca convocar a un público más amplio y sin límite de aforo.

En segundo lugar, los eventos virtuales tienen un coste inferior a los presenciales, tanto para los organizadores como para los asistentes. Por un lado, se ahorran gastos asociados a la contratación del espacio y del personal. Por otra parte, los asistentes se ahorran el traslado, la estancia -en el caso de que se encuentren fuera de su ciudad- y la pérdida de tiempo.

Por último, los eventos virtuales son medibles. La ventaja es que la gran mayoría de las acciones pueden rastrearse para posteriormente analizar y mejorar la estrategia de próximos eventos.

Una vez finalizado el evento, las marcas pueden medir qué sesiones fueron las más populares, cuántas personas asistieron, desde dónde, cómo pagaron sus entradas, cuál fue su opinión sobre el evento y mucho más.

- Fuente: [Eventos de Autor](#)