ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 5 - number 142 Wednesday 20 january 2021

Come organizzare un evento online

Per organizzare eventi virtuali di successo (e solo virtuali, per ora) è necessario qualche accorgimento.

Una call allargata su Skype o qualsiasi altra piattaforma di videoconferenza non è per forza di cose un **evento virtuale**. E' piuttosto una questione di format e di approccio. Ogni evento dovrebbe essere memorabile, cioè veicolare qualcosa che colpirà gli spettatori, un concetto o un'esperienza che si porteranno a casa.

Gli eventi virtuali possono diventare confusi se si pensa di organizzarli semplicemente come si organizzerebbe una video call: ad esempio, ci sono spesso problemi tecnici, le persone si trovano in luoghi con luci diverse, audio differenti, ci possono essere ritardi nell'audio stesso.

Se organizzati con alcuni accorgimenti, invece, possono essere a tutti gli effetti considerati eventi di qualità.

1. L'evento è fatto per i destinatari, non per gli organizzatori

Questa è la regola fondamentale da cui derivano tutte le altre. Quando si chiede alle persone di partecipare ad un evento è chiaro che gli si chiede di occupare una parte della propria giornata, rinunciando ad altre attività.
Dopo aver identificato il proprio **target di riferimento** e i motivi che lo spingono ad iscriversi all'evento (che risiedono nei contenuti dell'evento stesso), è bene porsi la domanda principale: cosa piacerà al mio pubblico? Questo migliorerà la percezione dell'evento e la considerazione della vostra azienda.

2. La scelta degli speaker

Di conseguenza, ad un **evento aziendale** far parlare solo manager della propria organizzazione spesso non è la scelta più idonea per rendere l'evento memorabile.
Chiamare uno speaker esterno per l'evento potrebbe essere decisivo per la buona riuscita dell'evento e per la raccolta di iscrizioni.
Per portare valore al vostro evento, è bene che lo speech sia inedito (non la copia di quello che lo speaker ha già detto in un altro evento), e articolato (se il relatore esterno di prestigio avrà poco tempo a disposizione, le persone che sono venute per ascoltare il suo intervento potrebbero rimanere deluse).

3. La scelta della location

La location di un evento è sicuramente un elemento memorabile. Anche negli eventi virtuali, senza pubblico presente fisicamente, la location rimane importante.
Scegliere un albergo è la scelta più semplice, ma meglio cercare qualcosa di diverso, in linea con il tema dell'evento, ricordando sempre di porsi la domanda: quali sono le preferenze del mio target?

4. Rispettate gli orari

Per lasciare un buon ricordo nei partecipanti è necessario trattarli con cura e rispettare il tempo da loro dedicato all'evento. Gli orari di inizio e fine devono essere rispettati.
Può succedere che ci siano dei ritardi nell'inizio dei lavori a causa di imprevisti, ma è fondamentale terminare comunque in orario, come annunciato (andranno operati dei tagli, probabilmente).

5. Le iscrizioni agli eventi

Fin dal primo invito all'evento sii chiaro nello spiegare di cosa si tratta, chi parlerà e di cosa.
Il processo di iscrizione all'evento deve essere semplice, preciso ed efficace.

6. Social Network

I Social network servono per far conoscere l'evento a un pubblico più vasto di quello raggiungibile attraverso la vostra mailing list. Come? Postare anticipazioni dei contenuti, annunciare gli speaker, pubblicare foto della location e anche fare una diretta dell'evento, nel qual caso create un hashtag che possa essere usato per vedere in un colpo solo tutte le conversazioni che riguardano l'evento. Durante l'evento, coinvolgete gli spettatori della diretta social citando i loro post e tweet dal palco, quindi ringraziandoli e gratificandoli.

Come creare un buon hashtag?
1) deve essere unico per non creare confusione
2) deve essere breve, è meglio non imporre hashtag difficili da ricordare e lunghi da digitare.
3) mai fare il doppio hashtag tipo #nomeevento #italy. Se volete specificare che la vostra è la versione Italiana di un'iniziativa che si svolge a livello internazionale, meglio optare per #nomeevento_IT.

7. Il periodo migliore

Normalmente, la stagione più densa di eventi è quella che va da aprile e giugno. In questo periodo la competizione è più alta dato che l'offerta è maggiore. Dal lockdown ad oggi sono esplosi gli eventi virtuali e la competizione è ancora più elevata. Meglio valutare se non sia meglio organizzare l'evento in altri mesi meno "affollati", per avere meno concorrenza.