

Как сделать виртуальное мероприятие более продуктивным: 7 способов



Издание ZDNet предлагает семь способов, как сделать виртуальное мероприятие более продуктивным. Издание напоминает, что ищут люди на «живых» конференциях: контент, сообщество и возможность завязать новые связи. Все это можно предложить людям и виртуально.

Мероприятия лишились приглашенных звезд в красивых нарядах, спецэффектов, а также мощных звуковых систем и больших залов. Больше нет первого и второго ряда, все места одинаковы. При этом спрос на ивенты, где можно конвертировать лиды в продажи, так же велик, как и прежде.

Первое, что предлагают в ZDNet – выйти за рамки сценария, не создавая драмы. То, что какое-то мероприятие отменилось, не катастрофа, не конец света, нужно как можно быстрее пройти цепочку «отрицание-гнев-депрессия-принятие», дойти до «принятия» и начать готовить виртуальное мероприятие.

Второе, на чем предлагается не экономить — хедлайнеры, известные личности. Точно так же, как в реальном мире, они притягивают аудиторию и в мире виртуальном. «Звезда» скорее всего возьмет за свое виртуальное появление меньше, чем за реальное, ехать-то куда не надо. Очень хорошо, если хедлайнер будет веселым и склонен к шуткам, в наше непростое время всем хочется поднять настроение. Даже если остальное мероприятие не удастся, аудитория хотя бы получит приподнятое настроение.

Третье, что советуют в ZDNet, активнее использовать опыт телевидения и видеоблоггерства. Обычное живое мероприятие — это театр. А вот виртуальное мероприятие — это ближе к телевидению, кино и видео.

Также среди советов — меньше контента, но больше вовлеченности. Людям сложно сидеть без движения у экранов, уставившись в «говорящую голову», внимание аудитории нужно в идеале постоянно приковывать, как в хорошем фильме. Выступление длительностью полтора часа, которое читается по бумажке, не то, что нужно для виртуального мероприятия, картинка должна постоянно меняться, что-то должно все время происходить.

По-прежнему нужно предлагать «VIP-места», возможность участия с какими-либо расширенными возможностями, что-то, что будет лучше, чем у всех остальных. Хотя порой достаточно сложно придумать, что может быть «особенного» в виртуальном мероприятии, люди любят быть особенными. Также это важно и для рядовых гостей, если в ходе мероприятия им сообщается некий эксклюзив, какое-то знание о закулисье, «а сейчас мы расскажем вам то, о чем пока никто не знает, только тссссс».

Также крайне важна помощь посетителям: как сделать так, чтобы все работало, как подключить звук, включить или выключить камеру, как написать сообщение другому участнику, как поднять руку, как подключиться к другой сессии. Это чрезвычайно важный момент! Участники не должны ломать голову, действовать методом случайного тыка, чувствовать себя беспомощными. На виртуальном мероприятии должны быть «помощники», которых легко найти и которые готовы помогать.

После мероприятия просто необходимо пообщаться с участниками и тщательным образом записать, что им понравилось, что не понравилось, что вызвало раздражение, где они затруднялись, а что напротив было легким и приятным. Это ценный опыт, который позволит второй раз не наступить на грабли.

<https://www.it-world.ru/it-news/telecom/153971.html>