

# CÓMO HACER QUE TU EVENTO SIGA SIENDO RELEVANTE EN EL 2021



La pandemia del COVID-19 tiene que ser lo peor que les pudo pasar a los organizadores de eventos en toda la historia. Algunos de los eventos más importantes del mundo tuvieron que cancelarse, posponerse, reprogramarse o transmitirse en línea.

Todo apunta a que este dilema empeorará para los organizadores de eventos ya que llamar la atención de las personas puede ser difícil, pero perderla es muy fácil. Solo hay que posponer un show por una semana y puedes ver cómo empezará a perderse del radar, ¡ahora imagina lo que sucedería meses después!

Afortunadamente, existen al menos 3 estrategias que puedes implementar de inmediato para ayudar a mantenerte en contacto con las partes interesadas. De hecho, hasta podrás conseguir que los participantes potenciales esperen con ansias la próxima edición de tu evento.

Aquí tenemos 3 formas de involucrar a esas partes y mantenerlas interesadas en tu evento:

## **Publicidad consistente y bien planificada con más contenido de RP**

El primer error que no querrás cometer con tu estrategia de contenido es empezar demasiado tarde. Si ya estás a un mes del evento, corres el riesgo de perder parte de ese vital interés. Permite que tus publicaciones tengan suficiente tiempo para generar interés enviándolas temprano.

También debes realizar una investigación exhaustiva antes de elegir una publicación. Es mejor optar por empresas que puedan llegar a clientes potenciales tanto en ciudades locales como internacionales y en diferentes idiomas.

Para encontrar el equilibrio entre la coherencia y la participación, debes crear un calendario para determinar la frecuencia con la que publicas y distribuyes contenido. Esto puede variar dependiendo de la capacidad de tu marca, pero una publicación de blog y una cobertura de prensa al mes serían suficientes.

## **Aprovecha el video marketing**

No es casualidad que el 85% de los propietarios de negocios utilicen el video marketing para mantenerse en contacto con sus clientes. En la actualidad, nada atrae más a la gente que los videos cortos

Para obtener el máximo ROI (Retorno Sobre la Inversión) por tus estrategias de video marketing, debes:

- Asegurar que cada video tenga un propósito específico; por ejemplo, informar a clientes potenciales sobre alguna promoción por registro con antelación
- Subir al menos un video por mes
- Mantener todos los clips con una duración máxima de 60 segundos.
- Contratar expertos en SEO para que tus videos aparezcan en las búsquedas

- Usar descripciones de audio o transcripciones
- Asegurar que el contenido refleje la percepción pública positiva de tu marca de inicio a fin
- Utilizar siempre cámaras de alta calidad

## **Mantener la participación del público en redes sociales**

La primera regla para que cualquier evento sea tendencia en las redes sociales es crear un hashtag atractivo que todos puedan usar. No tiene que ser demasiado largo, pero sí debe ser único y llamativo.

Debes publicar en todas tus redes al menos una vez al día usando el hashtag. Sin embargo, trata de investigar lo suficiente para descubrir qué plataformas utilizan la mayoría de esas partes interesadas y asistentes de tu evento. Esto te permitirá priorizar tus publicaciones.

Incluso para las publicaciones promocionales, siempre debes alentar a tus seguidores a comentar, dar me gusta y compartir.

Todas las estrategias anteriores son rentables y fáciles de implementar. La mejor parte es que no tienes que encargarte de todas las tareas por tu propia cuenta. Asociarte con la agencia de medios adecuada permitirá implementar estas estrategias y más con la máxima eficiencia. El objetivo sigue siendo el mismo: generar un interés inmenso en torno a tu evento en 2021.

Puedes comenzar a atraer a visitantes potenciales de inmediato. Para más detalles, [\*\*comúnicate con nuestro equipo ahora\*\*](#).

Date: 2020-12-30

Article link:

<https://www.tourism-review.es/estrategias-para-impulsar-tu-evento-en-medio-de-la-pandemia-news11824>