

PROPAGACE UDÁLOSTÍ: JAK NA TO V ROCE 2021?



Pandemie Covid-19 byla pravděpodobně nejhorší věcí, která se mohla organizátorům událostí mohla stát. Některé z největších událostí na světě musely být zrušeny, odloženy, přeloženy, nebo se konaly v online formátu.

A zdá se, že toto dilema se pro organizátory událostí ještě zhorší. Získání pozornosti lidí totiž může být obtížné, ale její ztráta je extrémně snadná. Odložte show na týden a můžete očekávat, že pozornost velmi rychle klesne. Nemluvte o tom, co se stane po měsících.

Naštěstí však existují minimálně tři strategie, které můžete okamžitě použít, abyste zůstali v kontaktu se zúčastněnými stranami. Tyto strategie navíc přimějí potenciální návštěvníky, aby se těšily na další ročník vaší události o to víc.

Jak tedy na propagaci událostí v roce 2021? Tourism Review vám představuje tři způsoby, jak zapojit zúčastněné strany a udržet jejich zájem o vaši událost.

Důsledný a promyšlený marketing a PR

První chybou, kterou v rámci propagace událostí nechcete udělat, je začít příliš pozdě. Nesmíte čekat dlouho a nechat situaci zajít tak daleko, že už není cesty zpět. Klíčem je tedy včasná reakce.

Než si vyberete, co budete publikovat, musíte provést rozsáhlý průzkum. Nejlepší je spolupracovat se společnostmi, které mohou oslovit potenciální zákazníky z místních i mezinárodních měst a také v různých jazycích.

Chcete-li najít rovnováhu mezi konzistencí a angažovaností, musíte vytvořit kalendář, který určí, jak často publikujete a distribuujete svůj marketingový obsah. To se může lišit v závislosti na kapacitě vaší značky. Jeden blogový příspěvek a jeden tiskový přenos se zdá jako dostačující.

Využijte video marketing

Není náhodou, že 85 % vlastníků firem využívá video marketing k udržení kontaktu se svými zákazníky. V dnešní době jde jednoznačně o nejefektivnější způsob, jak upoutat pozornost, a to zejména krátkými videoklipy.

Chcete-li ve svých marketingových strategiích dosáhnout maximální návratnosti investic, postupujte podle následujících tipů:

- Zajistěte, aby každé video mělo konkrétní účel, např. informujte zákazníky o možnostech dřívější registrace
- Sdílejte alespoň jedno video měsíčně
- Udržujte délku každého klipu do 60 sekund
- Najměte si odborníky na SEO, aby byla vaše videa vyhledávatelná
- Využívejte zvukových popisů či přepisů
- Zajistěte, aby váš videoobsah odrážel pozitivní vnímání vaší značky veřejností

- Vždy používejte vysoce kvalitní fotoaparáty

Budte aktivní na sociálních sítích

Prvním pravidlem pro úspěch na sociálních sítích je vytvoření hashtagu, který bude populární a uživatelé se s ním dokáží ztotožnit. Nemusí být příliš dlouhý, ale měl by být jedinečný a chytlavý.

Pomocí hashtagu musíte alespoň jednou denně zveřejňovat příspěvky na všech sociálních sítích. Pokuste se však provést dostatečný průzkum, abyste zjistili, které platformy vaší účastníci využívají nejvíce.

Rovněž byste měli vždy své sledující a zákazníky motivovat, aby komentovali, lajkovali a sdíleli vaše příspěvky, což platí i v případě propagačních příspěvků.

Všechny výše uvedené strategie jsou nízkonákladové a snadno implementovatelné. Výhodou je i to, že nemusíte všechny úkoly plnit sami.

Partnerství se správnou mediální společností vám umožní implementovat tyto a další strategie s maximální efektivitou. Cíl je však vždy stejný: udržet popularitu vaší události v roce 2021.

Potenciální návštěvníky můžete začít přivádět hned, [podrobnosti vám poskytne náš marketingový tým](#).

Date: 2020-12-30

Article link: <https://www.tourism-review.cz/propagace-udalosti-po-covid-19-news11824>