

JAK USPOŘÁDAT ÚSPĚŠNÝ HYBRIDNÍ EVENT OD A DO Z



Pandemie Covid-19 má trvalý dopad na globální MICE sektor. Živé akce, stěžejní část tohoto průmyslu v předkrizové době, již nebyly v průběhu pandemie možné.

Sektor však zareagoval a ukázal kreativitu. Během několika týdnů byly vytvořeny virtuální formáty a platformy, které umožňovaly setkání v digitálním prostoru a zahrnovaly prvky marketingu živých událostí.

Nyní, 18 měsíců po začátku pandemie a v době, kdy jsou osobní setkání opět možná ve větším měřítku, vyvstává široká škála otázek.

Jak moc „digitální“ bude budoucnost MICE sektoru? Budou hybridní eventy, tedy kombinace online a offline prvků, v budoucnu normou? A jak by se měl takový event úspěšně zorganizovat?

V této souvislosti se IMEX Group, známý organizátor eventů, rozhodl přijít na kloub tomuto vývoji a publikovat studii s názvem „Krok za krokem k úspěšné hybridní události“.

Stanovte si své cíle

Každá událost potřebuje cíl. Při plánování hybridních akcí je rozhodující stanovení cílů. Nejprve musíte definovat, čeho by se mělo akcí dosáhnout. To vám poskytne informace o tom, které digitální nástroje byste měli integrovat a na které interakce mezi účastníky se zaměřujete.

Kromě toho zkontrolujte, zda existují různě relevantní účastníci a kde jsou vaši účastníci. To vám pomůže definovat počet přítomných a digitálních účastníků, které budete mít.

Nakonec zkontrolujte digitální gramotnost vašich účastníků. Před hybridním eventem je nezbytné prověřit, které nástroje již cílová skupina zná a které nástroje mohou vyžadovat trochu bližšího představení.

Místo události

Vybavit živou lokaci jednotlivými kamerami nestačí. Potřebujete studio nebo možnost zřídit studio na živém místě, které neztrácí svůj účinek pro účastníky na místě.

Dalším důležitým bodem je flexibilita. Změna mezi živým, hybridním a digitálním by měla v místě fungovat bez námahy, aby bylo možné pružně reagovat.

Nesmíte také zapomenout naplánovat si více času na zkoušky, protože hybridní eventy vyžadují ještě více než živé akce hladký technický proces. Pokud tak neučiníte, můžete přijít o některé účastníky.

I když to zní jednoduše, nikdy byste neměli zapomínat na zabezpečení Wi-Fi připojení pro účastníky. Zkontrolujte také, zda je možné změnit pozadí nebo použít jiná nastavení. To pomáhá digitálním účastníkům být prostorově zapojeními na místě a může vymezit různé formáty.

Důležitost technologií

Výběr správné platformy pro online účastníky je jako výběr lokality pro událost. Platforma propojuje offline a online prostředí a určuje míru interakce. Výběr je proto třeba pečlivě zvážit.

Sada nástrojů vaší události by měla podporovat vámi definované cíle. V závislosti na cíli mohou nástroje potřebovat další funkce k posílení hlavních aspektů události

Je třeba poznamenat, že nástroje vzájemně propojují přítomné a offline účastníky a mohou mezi sebou spolupracovat. Nyní existují také nástroje, které pomáhají organizátorům měřit míru spokojenosti online i offline.

Kromě toho nezapomeňte na kontrolu na místě. Tedy zajištění ostrosti obrazu, dobrého osvětlení, vytvoření správného kontextu, ale také zajištění dokonalého fungování zvukového systému.

A konečně, i když to zní jako samozřejmost, využijte své nástroje, co nejvíce to jde, abyste všem účastníkům zaručili co nejlepší zážitek.

Váš pracovní tým

Počet potřebných osob se liší v závislosti na velikosti akce a době plánování. Některé kompetence a role by se však měly promítnout do vašeho hybridního eventu, a to bez ohledu na velikost.

Určitě budete potřebovat projektového manažera, ideálně takového, který má v portfoliu digitální zkušenosti. Nezbytností je také tvůrce webu a obsah. Tato role rozvíjí relevantní témata, formáty a je zodpovědná za produkci celého obsahu akce.

Kromě toho by součástí vašeho týmu měl být specialista na nástroje a registrace. Kromě řešení technických potíží řečníků a účastníků ovládá digitální nástroje, které umožňují živé a digitální propojení a vzájemnou spolupráci.

Marketing vaší akce je zásadní a musí být naplánován s dostatečným předstihem. Marketing funguje ruku v ruce s tvůrci webu a obsahu a je zodpovědný za poskytování zpětné vazby od účastníků

Nakonec je třeba dodat, že žádná akce nemůže fungovat bez moderátora. Zde jsou vyžadovány nejen dovednosti klasického moderování akcí, ale také schopnost inspirovat digitální účastníky.

Kromě moderování událostí potřebujete také tzv. „bridge“ moderátora, který například moderuje chat nebo dotazy digitálních účastníků.

Jak zaručit interakci

Pokud chcete svým účastníkům předat informace, musíte jim předem zpřístupnit obsah. Také by mohlo být užitečné klást jim otázky, odpovídat na jejich otázky a také vytvářet příležitost k účasti na tématu.

I když je networking na hybridních akcích obtížný, není to nemožné. Účastníky musíte naladit, aby během živých akcí používali nástroje digitální sítě, zapojit digitální účastníky do programu pomocí příspěvků nebo prezentací. Také by mohlo být užitečné vytvořit ve vaší agendě vyhrazené časy pro networking nebo schůzky.

Pokud je vaším cílem během akce něco vytvořit, existuje několik způsobů, jak toho dosáhnout. Můžete zkusit integrovat vizuální nástroj, pomocí kterého budete sledovat vývoj výsledků živě.

Kromě toho můžete kombinovat živé a digitální účastníky do skupin, vytvořit prostor na živé akci, aby se tyto skupiny mohly spojit, a třeba projevit určité uznání za dosažené výsledky, např. prezentací výsledku v (online) galerii.

Vytváření zábavného obsahu

Obsah je základem celého programu. V souladu s tím musí být program navržen tak, aby byl překvapivý a zajímavý pro všechny účastníky vašeho hybridního eventu.

Doba pozornosti je u online účastníků výrazně kratší. Obsah by proto měl být kratší. Obsah akce prezentujte v kouscích a ideálně nikdy ne déle než 30 minut.

Pomáhá také propojit program s nějakým příběhem. Příběh vede účastníky událostí a v ideálním případě vytváří napětí. Pomocí metody Hero's Journey lze takový příběh společně vyvinout v týmu pro obsah.

Nástroje nyní nabízejí celou řadu možností zapojení účastníků offline i online. Průzkumy, výzvy, ankety, digitální tabule a otázky a odpovědi jsou jen malou částí toho, co je možné.

Díky specializované aplikaci vaší události se mohou návštěvníci bavit na místě. Klíčovým slovem je zde gamifikace. Stanovte si společné cíle, kterých by mělo být během akce nebo výzvy mezi účastníky dosaženo.

Krátké přestávky lze navíc využít k uspořádání společného cvičení (např. jógy) a tím k zapojení účastníků online i offline.

Měření úspěchu

Jak vlastně zjistím, zda byla moje hybridní akce úspěšná? A co na to mám měřit? V nejlepším případě by tyto otázky neměly být pokládány po události, ale měly by být zahrnuty do plánování a strategie.

Stanovený cíl akce by měl být propojen s měřením úspěšnosti vaší akce. Jinými slovy, pokud jste se rozhodli, že hlavním cílem vaší akce je „networking“, měli byste si v této oblasti stanovit cíle.

Strukturovanou metodou stanovení cílů událostí je metoda Event ROI. Cíle jsou stanoveny v rámci kauzálního řetězce, aby se zjistila návratnost investice jednotlivé události.

Základní aspekty, které by při měření úspěšnosti akce neměly chybět, jsou: počet registrací, počet účastníků, počet networkingů, počet navázaných kontaktů, průměrná délka účasti, zapojení a Net Promoter Score (míra doporučení účastníky).

Date: 2021-11-01

Article link:

<https://www.tourism-review.cz/hybridni-eventy-a-jejich-organizace-krok-za-krokem-news12248>