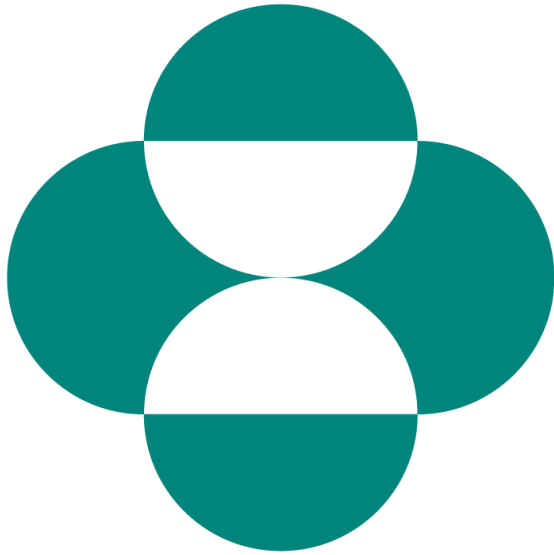




VIRTUĀLO PASĀKUMU VEIKSMES STĀSTS

Ilze Strode
MSD



ON24

Kāpēc mēs to darām?

- Plašāka auditorija & Ērti
- Izmaksu efektivitāte (*ne vienmēr 😊*)
- Laiks
- Dati





Photo by Amélie Mourichon on Unsplash

Bet.. Neaizmirsīsim..

- Laiks
- «Vai mani redz labi? Dzird labi? Kur palika internets?»
- Iesaistes trūkums
- Traucēkļi
- Ierobežota attiecību veidošana
- Datu drošība

Panākumi – kas tie ir un kā izmērīt?

- *Ko mēs gribam sasniegt?*

- Panākumu rādītāji:

Iesaistes rādītāji (reģistrēto & dalībnieku skaits, mijiedarbības).

Auditorijas piesaiste (savākto kontaktu/piekrišanu skaits).

Dalībnieku atsauksmes (aptaujas, atsauksmes).

Izmaksu/ieguvumu analīze un mācības.

- *Un tālāk?*



Vodafone IN 44%

7:51

Monday, 5 November

Why?

Press

Pilnais komplekts.. Bet kā?

Pirms pasākuma

- Mērķis
- Auditorijas definēšana
- Saturs & Rāmis
- Platforma
- **Auditorijas SASNIEGŠANA**
- **Komunikācija**

Pasākums

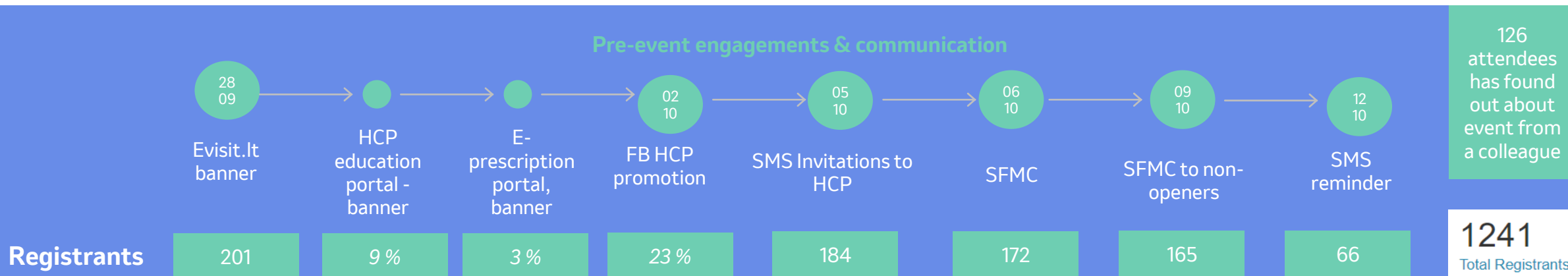
- Iesaistes elementi: izmantot platformas priekšrocības
- Tehniskais atbalsts & kvalitāte
- Laiks un skaidra komunikācija
- Nākamais pasākums

Pēc pasākuma

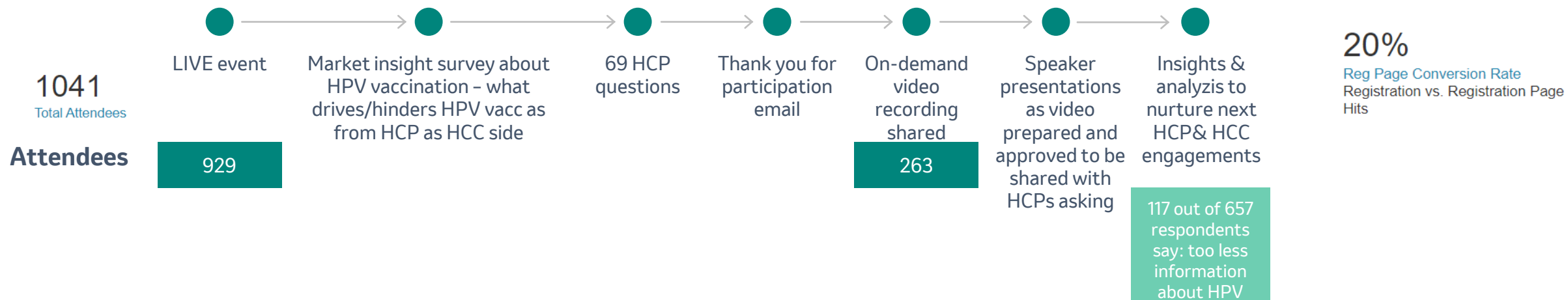
- PALDIES komunikācija un 'No show' komunikācija
- Datu analīze: apmeklējums, aptaujas, lejupielādes, laiks, kanāli
- Jautājumu analīze
- Nākamais pasākums & auditorijas saziņa

Viens no «manējiem»

Pre-event engagements & communication



Event & post-event communication





- Saturs
- Skatieties un klausieties savu auditoriju – pielāgojieties
- TIP
- Reklāma
- Atgādinājumi pirms pasākuma
- Auditorijas pieredzei jābūt ērtai un vienkāršai
- Pasākums kā platforma nākamajiem pasākumiem
- Izmantojiet datus, lai turpinātu auditorijas iesaisti arī pēc pasākuma
- *In-house*

GOOD
VIBES
ONLY

WHAT IS YOUR STORY?

