

GUIA PARA FAZER UM EVENTO DIGITAL DE SUCESSO

Evento digital em crescimento após a pandemia

Formato já representa 25% do calendário de 2020*.
Veja a quantidade de registros:



● Eventos online ○ Eventos presenciais

*Dados até o segundo trimestre de 2020 **Fonte: Feiras do Brasil

Organize um evento digital de sucesso

Confira 9 passos para fazer um evento *online* de sucesso para a sua empresa de tecnologia!

1- Identifique um assunto relevante



- Relacione o tema ao seu produto/serviço/setor
- Entregue conhecimento e valor
- Resolva um problema
- Tenha domínio do assunto

2- Estude o modelo ideal de interação com os participantes



- Alinhe o formato ao tema, objetivos e público
- Determine quem falará no evento online
- Decida se o evento será ao vivo ou gravado
- Interaja com o público, mesmo quando pré-gravado

3- Avalie as melhores ferramentas



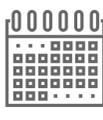
- Verifique a praticidade e as funcionalidades da interface
- Ofereça uma plataforma com acesso fácil
- Garanta a participação do público
- Confira a possibilidade de salvar o vídeo após a live

4- Faça um alinhamento com os convidados



- Selecione participantes com domínio no assunto
- Explique o que pode ou não ser abordado
- Traga pessoas que já tenham alguma visibilidade no mercado

5- Escolha a data de transmissão



- Evite coincidências com outros eventos
- Entenda o comportamento do setor
- Avalie disponibilidade dos palestrantes
- Entenda o melhor horário para seu público-alvo

6- Roteirize a apresentação



- Imagine que a Live é um programa de TV
- Siga uma ordem na estrutura do conteúdo
- Planeje o tempo para não ficar cansativo
- Tenha tempo para introdução, apresentação e interação com público
- Atente-se ao cronograma

7 - Prepare materiais adicionais



- Desenvolva conteúdos para a divulgação
- Tenha materiais de apoio (PPT, vídeos e outros)
- Gere interatividade na apresentação
- Prepare as ferramentas necessárias para o material

8 - Promova seu evento digital



- Use conteúdos diversificados na divulgação
- Explore diferentes canais de comunicação
- Segmente bem as campanhas de marketing
- Busque parcerias
- Envie lembretes por e-mail

9 - Organize um pós-evento para engajar



- Envie um e-mail de agradecimento pela participação.
- Colete *feedback* para melhorias.
- Crie conteúdos a partir das falas dos convidados.
- Analise os resultados.

Um parceiro de conteúdo pode ajudar a colocar a sua live no ar ao elaborar o melhor conteúdo!

Veja como a Motor Tech Content ajuda a GR1D a ter sucesso no marketing de conteúdo.

[Acesse essa história aqui](#)