

JAK POWSTRZYMAĆ SZUM WOKÓŁ TWOJEGO WYDARZENIA PRZED ZANIKIEM W 2021 ROKU



Pandemia Covid-19 musiała być najgorszą rzeczą, jaka przytrafiła się organizatorom imprez, o ile ktokolwiek jeszcze o nich pamięta. Niektóre z największych wydarzeń na świecie musiały zostać odwołane, przełożone lub przeniesione do formuły online.

Z pozoru dylemat ten będzie się pogłębiał dla organizatorów imprez, ponieważ przyciągnięcie uwagi ludzi może być trudne, ale utrata jej jest super łatwa. Przełóż wydarzenie o tydzień i możesz się spodziewać się, że szum ustąpi – nie mówiąc o tym, co się stanie po miesiącach!

Na szczęście istnieją co najmniej 3 strategie, które można natychmiast wdrożyć, aby pomóc w utrzymaniu kontaktu z zainteresowanymi. Dzięki nim potencjalni goście będą mogli cieszyć się na kolejną edycję Państwa wydarzenia.

Oto 3 sposoby na zaangażowanie zainteresowanych stron i utrzymanie ich zainteresowania Państwa wydarzeniem.

Konsekwentne i dobrze wyselekcjonowane publikowanie treści reklamowych i PR.

Pierwszym błędem, którego nie chcesz popełnić w swojej strategii kampanii, jest rozpoczęcie jej zbyt późno. Każdy dzień później niż miesiąc od wydarzenia i ryzykujesz utratę wpływu. Więc pozwól, aby czas publikacji generował szum, wysyłając je wcześniej.

Przed wyborem publikacji należy również przeprowadzić szerokie rozpoznanie. Najlepiej jest współpracować z firmami, które mogą dotrzeć do potencjalnych klientów zarówno z miast lokalnych, jak i międzynarodowych, a także w różnych językach.

Aby znaleźć równowagę między spójnością a zaangażowaniem, musisz stworzyć kalendarz, aby określić, jak często publikujesz i jak często rozpowszechniasz swoje treści. Może się to różnić w zależności od wielkości Twojej marki, ale jeden post na blogu i jedna relacja prasowa w miesiącu jest w porządku.

Wykorzystaj Marketing Filmowy

To nie przypadek, że 85% właścicieli firm używa wideomarketingu, aby pozostać w kontakcie ze swoimi klientami. W dzisiejszych czasach nic nie angażuje ludzi lepiej niż krótkie filmy wideo.

Aby uzyskać maksymalny zwrot z inwestycji w swoje strategie marketingu wideo, oto kilka wskazówek, które należy zastosować:

- Upewnij się, że każdy film ma określony cel, np.
- informowanie potencjalnych klientów o możliwości wczesnej rejestracji; Wysyłaj co najmniej jeden film miesięcznie
- Utrzymaj długość każdego filmu do 60 sekund

- Zatrudnij ekspertów od SEO, aby umożliwić wyszukiwanie filmów
- Użyj opisów dźwięku lub napisów
- Upewnij się, że treści wideo odzwierciedlają pozytywne postrzeganie Twojej marki przez opinię publiczną od początku do końca.
- Zawsze używaj wysokiej jakości kamer

Niech Rozmawiają W Twoich Mediach Społecznościowych

Pierwszą zasadą wprowadzenia dowolnego wydarzenia w trend mediów społecznościowych jest stworzenie hashtagu, którego każdy może użyć. Nie musi być zbyt długi. Jednak musi być wyjątkowy i chwytliwy.

Musisz publikować na wszystkich swoich platformach społecznościowych przynajmniej raz dziennie za pomocą hashtagu. Spróbuj jednak zrobić wystarczająco duże rozpoznanie, aby odkryć, na których platformach znajduje się większość zainteresowanych i uczestników Twojego wydarzenia. Pozwoli Ci to na nadanie priorytetu Twoim postom.

Nawet w przypadku postów promocyjnych, należy zawsze zachęcać swoich fanów do komentowania, lubienia i dzielenia się.

Wszystkie powyższe strategie są opłacalne i łatwe do wdrożenia. Najlepsze jest to, że nie musisz sam wykonywać wszystkich zadań. Współpraca z odpowiednią firmą marketingową pozwoli Ci na wdrożenie tych strategii i nie tylko, z maksymalną efektywnością. Cel pozostaje ten sam: stworzenie niekończącego się szumu wokół Twojego wydarzenia w 2021 roku.

Możesz od razu zacząć przyprowadzać swoich potencjalnych gości na pokład, aby uzyskać więcej szczegółów, skontaktuj się z naszym zespołem już teraz

Date: 2020-12-30

Article link: <https://www.tourism-review.pl/strategie-wydarzenie-w-obliczu-pandemii-news11824>