

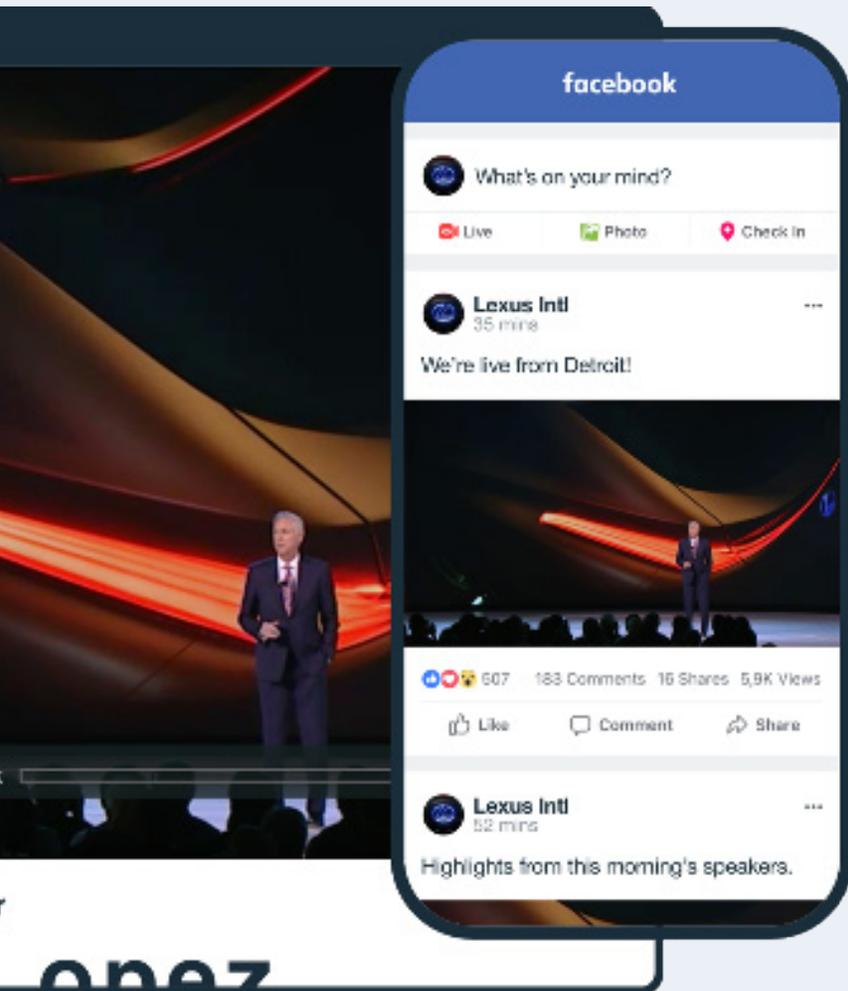
Guía para planificar y organizar eventos virtuales



El futuro de los eventos es virtual

Este año nos permitió descubrir que una graduación puede ser igual de especial si se transmite en directo, que es posible aprender sentado en el sofá con un equipo portátil y que aquellos eventos que iban a servirnos para hacer conexiones y tener sesiones de debate o ponentes destacados se están transformando en eventos online increíbles.

En esta guía, veremos los distintos tipos de eventos virtuales, cómo ser el mejor anfitrión, cuál es el equipo audiovisual y el presupuesto que necesitarás, y cómo hacer la promoción de tu evento. También recopilamos una checklist para que no te olvides de nada y tu evento sea todo un éxito.



PÁGINA 3 Tipos de eventos virtuales

PÁGINA 4 Eventos en directo vs. eventos pregrabados

PÁGINA 5 Transmisión en directo vs. videoconferencia

PÁGINA 6 Cómo organizar eventos virtuales

PÁGINA 6 Equipo y requisitos audiovisuales

PÁGINA 7 Planificación del presupuesto

PÁGINA 9 Buenas prácticas

PÁGINA 11 Tácticas de promoción

PÁGINA 12 Checklist para eventos virtuales

Tipos de eventos virtuales

La categoría «**eventos virtuales**» es muy amplia y abarca tanto conferencias como transmisiones en vivo, sesiones pregrabadas u oportunidades educativas. Estos pueden reemplazar eventos presenciales o planificarse exclusivamente para ser 100% online.

Conferencias virtuales

Las **conferencias virtuales** pueden servir para educar a tu audiencia, atraer nuevos leads y convertir a prospectos en clientes. Puedes ofrecer información sobre actualizaciones de productos o servicios y hacer anuncios, ya que tu empresa es la que organiza. Los **eventos virtuales** dirigidos a la industria ofrecen muchas oportunidades de asociación y la posibilidad de aliarte con líderes intelectuales e interactuar con los conferenciantes principales. Como se trata de eventos del sector, las conferencias también brindan un espacio de reunión e interacción con otros compañeros, y su formato virtual propicia estas oportunidades.

LAS CONFERENCIAS VIRTUALES INCLUYEN:

Paneles

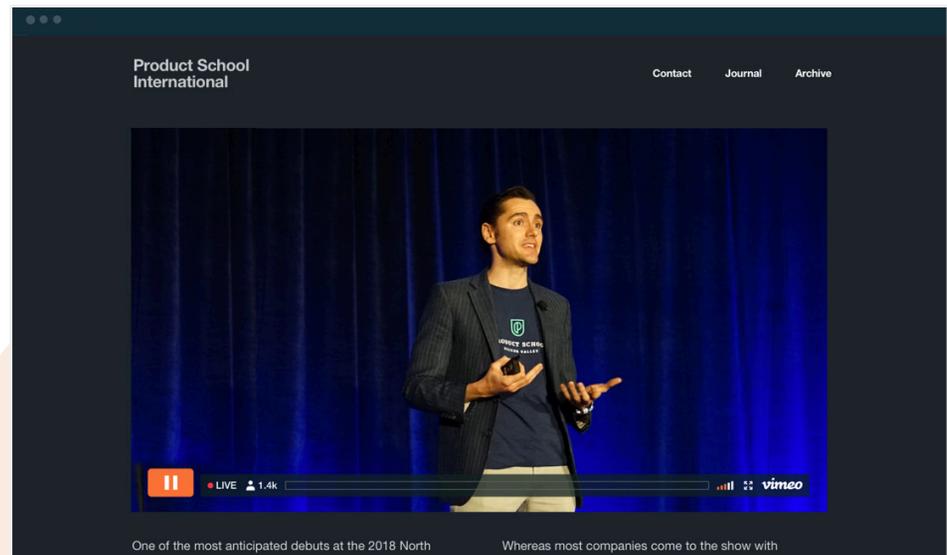
Micrositios con oradores o sesiones grabadas

Conferencias en vivo con sesiones de debate

Cumbres o conferencias para la industria

Sesiones de capacitación

Oportunidades para establecer conexiones profesionales



Eventos en directo vs. eventos pregrabados

Los eventos virtuales pueden ofrecerse en forma de transmisiones en directo grabadas o hacer que solo estén disponibles con participación en vivo, o bien, pueden ser pregrabadas y ponerse a disposición en una plataforma de pago o con acceso a través de usuario y contraseña. Los eventos en vivo ofrecen exclusividad o confidencialidad en situaciones como el lanzamiento de un álbum de música, un concierto u otro acontecimiento para el que quizá quieras limitar la audiencia. Los eventos pregrabados disponibles por más tiempo brindan flexibilidad y son ideales para audiencias que tienen poco tiempo libre pero que quieren expandir sus conocimientos a su propio ritmo.

A la hora de organizar un evento online en vivo, considera lo siguiente:

Qué plataforma usar

Si seguirá estando disponible después de que se termine

Cuándo y cómo podrás probar la plataforma de streaming

Cómo interactuarán y colaborarán los participantes

• DIRECTO

EVENTOS VIRTUALES EN DIRECTO

Los **eventos virtuales en directo** incluyen paneles en vivo, discursos de apertura y otros tipos de presentaciones. A la hora de **planificar un evento online en directo**, es importante recrear experiencias de interacción y conexión, y reuniones en el espacio virtual. Prueba el equipo que vas a usar y asegúrate de que todos los participantes tengan acceso a los horarios y oportunidades de conexión antes de la transmisión. Incorpora las redes sociales a tu estrategia y siempre ten a mano un plan B. Los eventos en vivo no tienen por qué estar dirigidos solo a tus clientes o audiencia; prueba usar esta tecnología en la próxima reunión de personal de tu empresa.



EVENTOS VIRTUALES PREGRABADOS

Según los recursos de los que dispongas, la industria y tu audiencia, es posible que un evento en vivo no sea la mejor opción. Imagina que eres el único marketer que organiza eventos en tu equipo. Es posible que no puedas planificar y llevar a cabo uno de este tipo por tu cuenta. Los eventos virtuales pregrabados pueden incluir discursos de apertura, seminarios y contenido interactivo interesante que los participantes pueden ver cuando les resulte conveniente. Incluso puedes ofrecer contenido pregrabado e incluir debates en Slack u otras plataformas online para facilitar la colaboración y el debate entre los participantes cuando les sea cómodo. Este tipo de eventos en línea son inclusivos y todos pueden participar sin importar la hora y el lugar del mundo donde se encuentren.

Transmisión en directo vs. videoconferencia

Ahora que sabemos más sobre los eventos en directo y la diferencia entre estos y el contenido pregrabado, veamos en qué se distinguen los primeros de las videoconferencias.

Las transmisiones en directo ofrecen:

Una experiencia intuitiva para una audiencia grupal

Elementos visuales mejorados

Mejor almacenamiento, uso compartido y gestión de archivos y audiencia

Más estabilidad y capacidad de expansión para audiencias más grandes

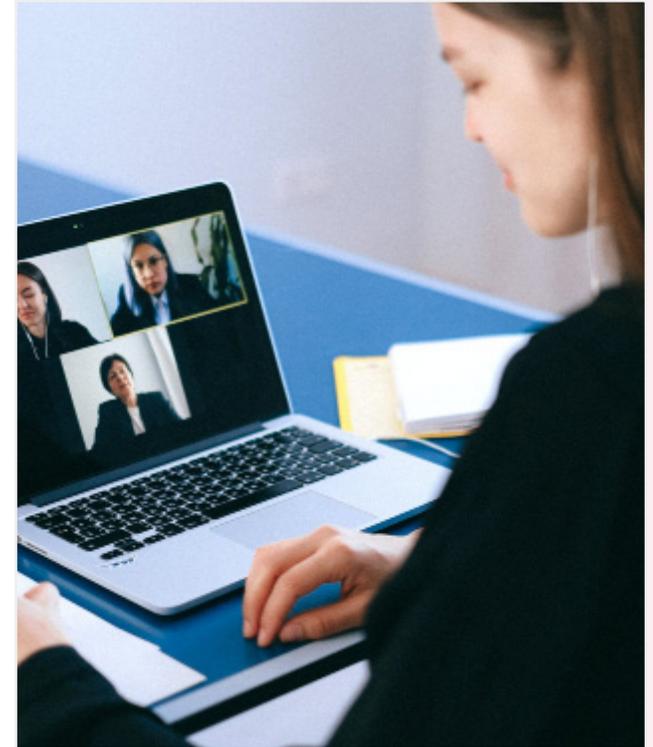
Por otro lado, las videoconferencias:

Son más indicadas para una interacción por video con una o unas cuantas personas

No son fáciles de acceder ni seguras para los participantes

Tienen contenido audiovisual de calidad limitada

No incluyen almacenamiento a largo plazo ni posibilidad de compartir



Cómo organizar eventos virtuales

Si **organizas un evento virtual**, es tu responsabilidad asegurarte de que todos puedan acceder al contenido, colaborar, interactuar y participar activamente de todo el evento. Te damos algunos consejos para organizar eventos virtuales, tanto en directo como pregrabados.

Asegúrate de tener una buena conexión wifi.

Considera cómo abordarás las preguntas, en tiempo real o en diferido.

Piensa dónde se llevará a cabo el evento, cuántas personas podrán acceder a tu contenido y si cobrarás el acceso o pedirás un registro con anticipación.

Descubre 6 cosas que debes tener en cuenta a la hora de **planificar y ejecutar un evento virtual exitoso.**

Equipo y requisitos audiovisuales

Los eventos virtuales pueden celebrarse en distintos lugares: en un escenario profesional o cabina insonorizada, o desde los hogares de presentadores de cualquier parte del mundo. El factor más importante cuando se planifican los requisitos audiovisuales es la calidad del sonido y del video. Asegúrate de que el presentador tenga una buena conexión wifi, una cámara web de alta resolución y un plan B en caso de que algo falle.

Si vas a transmitir desde casa, es conveniente que cuentes con el equipo necesario. Según el tamaño de tu audiencia y tus recursos, tu equipo puede estar conformado por una cámara web personal, un equipo portátil, un aro de luz, distintos monitores a control remoto y otros accesorios profesionales. Con la preparación y configuración adecuadas, tu evento puede ser todo un éxito.

Equipo para **eventos de streaming en directo desde casa:**

Un estudio de streaming portátil, como el HD550

Un monitor (o varios)

Una cámara web externa con USB

Equipo portátil

Control remoto inalámbrico

Equipo de grabación, como el AJA Ki Pro

Una conexión a Internet segura

Para quienes apenas se inician en el mundo de los eventos virtuales, la Master Class de 5 lecciones de Vimeo, **Fundamentos audiovisuales del streaming (en inglés)**, podría resultarles útil. Aprenderás sobre el equipo que necesitas, cómo configurar el audio y la iluminación y cómo grabar el mejor video para tus seguidores.

Planificación del presupuesto

En la **planificación del presupuesto para tu evento virtual en vivo** o conferencia grabada, deberás incluir un plan para ofrecer una experiencia positiva a los participantes y asegurarte de que todos puedan conectarse y ver la transmisión correctamente. El presupuesto debe abarcar otros aspectos, como una conexión wifi de respaldo o pagar por hacer una prueba, entre otros detalles.

Hardware

Puede que necesites usar un codificador para transmitir tu evento, aunque quizá tu plataforma de streaming ya cuente con uno. Necesitarás una cámara o un equipo con cámara, y tal vez un kit de iluminación o un aro de luz.

ILUMINACIÓN

Puede variar desde algo básico, como un aro de luz, luz natural o un simple reflector, hasta elementos más avanzados, como el difusor Aputure 300 d II con minidomo.

CÁMARAS

Los principiantes pueden empezar con la cámara del teléfono móvil, pero los eventos de mayor escala necesitan una cámara más sofisticada, como la Sony PXW-Z90.

Descubre algunos consejos para transmitir con un teléfono.

AUDIO

Puedes comenzar por probar el micrófono USB Yeti Nano y luego pasar al Shure SM7B.

CODIFICADOR

Para los eventos de transmisión en vivo, puedes usar el codificador incorporado en plataformas como Facebook Live, o bien usar un codificador separado, como Livestream Studio HD550. Los codificadores convierten los videos en directo en un stream que las personas pueden disfrutar desde sus teléfonos o equipos portátiles.



Software

Es posible que ya cuentes con una plataforma de transmisión en vivo en tu teléfono. Algunas apps como Facebook Live han mejorado muchísimo, pero si lo que buscas es mayor fiabilidad y alcance, podrías considerar utilizar un servicio profesional para tu evento.

Los servicios de streaming profesionales como **Vimeo** te dan la posibilidad de transmitir en varias redes sociales a la vez, agregar gráficos de calidad, configurar una transmisión de respaldo e incrustar video en tu sitio, entre otras cosas.

A LA HORA DE ELEGIR UN SERVICIO, CONSIDERA LO SIGUIENTE:

La calidad del streaming

La privacidad

La interacción con la audiencia

La accesibilidad (subtítulos en vivo y a pedido)

Gestión de contenido y posibilidad de volver a ver eventos después de la grabación

Personalización y branding

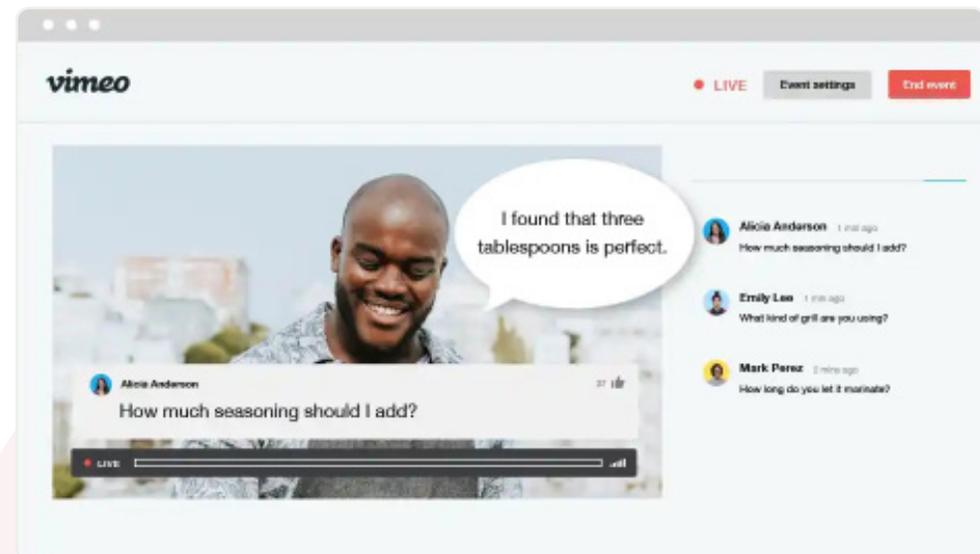
Analíticas

Distribución

Si vas a usar alguna red social, como LinkedIn Live, Facebook Live, YouTube Live o Twitter, echa un vistazo a la [Guía de streaming en redes sociales \(en inglés\) de Vimeo](#).

Asistencia técnica

Puede ser alguien de tu equipo o un asesor de la industria quien garantice que tu evento se lleve a cabo sin problemas. Independientemente del tamaño de tu evento, asegúrate de contar con una persona que se dedique a abordar las preguntas e inquietudes que surjan antes, durante y después del evento.



Buenas prácticas

Al organizar un evento virtual, debes tener en cuenta algunas cuestiones para asegurarte de que tu audiencia lo aproveche al máximo. No olvides que los participantes tienen muchas otras cosas que hacer, pero aun así deciden ver tu contenido. Quieren interactuar, conectar con otros y aprender.

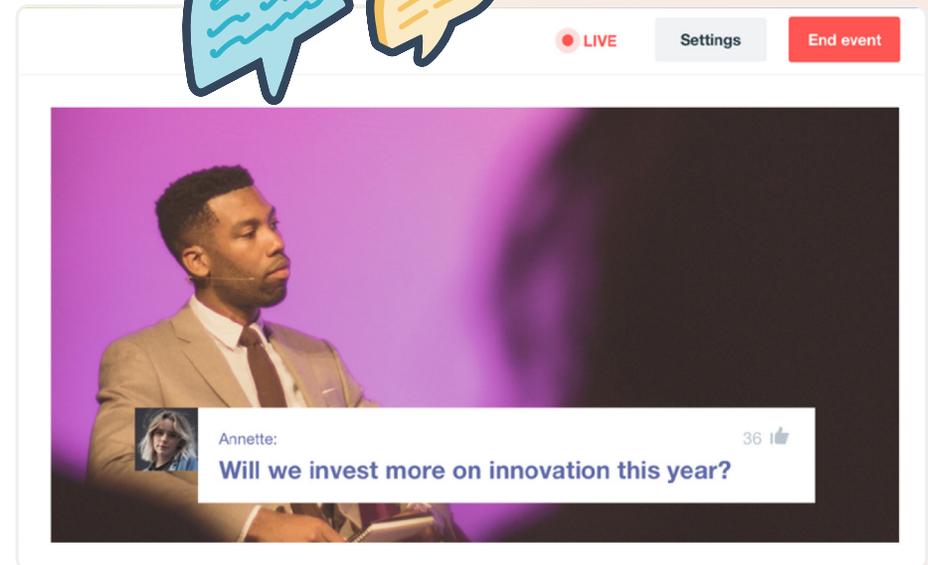
Crea oportunidades de interacción durante las sesiones.

Usa encuestas en vivo y cuestionarios para interactuar con la audiencia.

Para eventos virtuales en directo, ofrece sesiones de preguntas y respuestas en tiempo real.

Ofrece espacios para el debate y oportunidades de interacción, ambos disponibles con el software de videoconferencias.

Incluye un espacio para que los participantes puedan chatear en línea antes, durante y después del evento.



Algunas empresas que llevan a cabo eventos virtuales increíbles

Muchas empresas como HubSpot han celebrado eventos virtuales, como **Inbound Sales Day**. Su vasta experiencia ha abierto el camino hacia el cambio de eventos presenciales, como **INBOUND**, a experiencias de inmersión 100% online.

INBOUND

La conferencia INBOUND de HubSpot incluye sesiones en directo adaptadas a los distintos husos horarios, contenido a pedido que puede verse en cualquier momento y sesiones solo de audio que te darán un descanso de las pantallas.

Venture Café

Esta organización con sede en Cambridge (EE. UU.) ha ofrecido un espacio para hacer conexiones y un horario abierto para emprendedores y otros profesionales. Transformaron su evento presencial en uno virtual y se han unido unos 4000 participantes.

MozCon

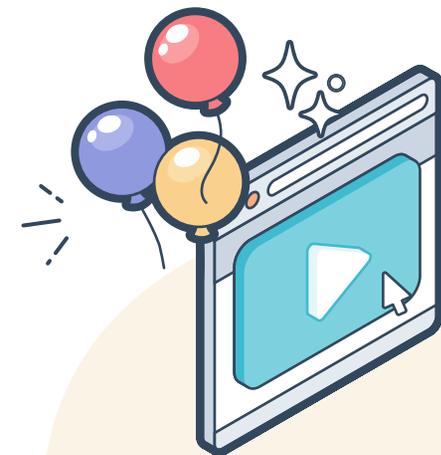
Este año, MozCon, una experiencia que siempre fue presencial, se llevó a cabo en el espacio virtual y ofreció oportunidades de networking online varias veces al día para que los usuarios de distintas regiones pudieran participar. Este evento virtual puso en contacto a expertos en optimización para motores de búsqueda (SEO), agencias y profesionales del marketing de contenidos, entre otros.

Conferencia anual de SaaStr

La conferencia anual SaaStr es el evento global de SaaS más grande a nivel mundial, con más de 50.000 participantes. La edición virtual incluyó oportunidades para hacer conexiones profesionales, sesiones de preguntas e instancias de formación, todo en línea. Las grabaciones están disponibles para todo el público.

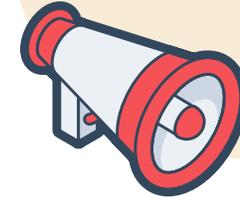
STREAMEO

En junio de 2020, miles de creadores y emprendedores participaron en STREAMEO, el primer evento virtual de Vimeo de 9 horas de duración dedicado a impulsar el crecimiento de todos los tipos de canales de video. Fue como un maratón de aprendizaje, networking, consejos de expertos, y algunos extras para que el día no resultara aburrido, como películas cortas, sesiones de estiramiento y hasta una clase para preparar cócteles.



Tácticas de promoción

A la hora de **promocionar tu evento virtual o conferencia**, asegúrate de darle a tu audiencia una idea clara de qué pueden esperar. Valora su tiempo y dinero haciéndoles saber qué encontrarán una vez que se registren.



Fija expectativas acerca de lo que pueden esperar los participantes.

Asegúrate de aclarar si tu evento será en directo o pregrabado, cuánto tiempo tendrán para acceder al contenido, si podrán hacer preguntas, si habrá sesiones de debate u oportunidades de conectarse con otros participantes y si tendrán acceso a contenido o material exclusivo.

Coopera con otra empresa, ofrece asociaciones y proveedores, y trabaja con influencers de tu industria.

Habla con otras organizaciones de tu sector y colaboren para llegar a su audiencia. Desde el comienzo, deja en claro si ambas marcas participarán.

Los profesionales del marketing de eventos recomiendan recrear experiencias interactivas en el espacio virtual y considerar tu estrategia desde el comienzo de la planificación.

Alienta a tus empleados y conferencistas a promocionar el evento.

Bríndales plantillas para las redes sociales con tu marca y mensajes para el evento, para que sea lo más fácil posible compartir la información y promocionarlo.

Usa las redes sociales para promocionar el evento y propiciar oportunidades para socializar entre los participantes.

Si creas un hashtag para tu evento, los participantes podrán conversar entre ellos fácilmente. También puedes crear un canal en Slack o Facebook para que los participantes se relacionen y formen grupos más pequeños sobre temas específicos.

Checklist para eventos virtuales

ANTES DEL EVENTO	
✓	Planifica si tu evento será en directo o pregrabado.
✓	Reúne a los oradores y el contenido, incluidos los socios con los que colaborarás en el marketing.
✓	Planifica la programación.
✓	Detalla tu presupuesto, e incluye el hardware, el software y la asistencia técnica.
✓	Elige el equipo que usarás, las herramientas y el grupo de personas que planificarán el evento.
✓	La práctica hace al maestro. Hazlo lo más que puedas. Mira el consejo número 3 de ¿Eres nuevo en el mundo del streaming? 9 consejos de nuestro equipo (en inglés).

DURANTE EL EVENTO	
✓	Ofrece asistencia técnica a los participantes.
✓	Mantente conectado a las redes sociales e interactúa con los participantes de tu evento.
✓	Transmite el evento usando equipo de iluminación y streaming de calidad.
✓	Comprueba el estado de la transmisión para evitar contratiempos. Más información.
✓	Interactúa con los participantes y crea sesiones de debate y oportunidades de conexión.
✓	Mantén el interés de los participantes a través de chats, encuestas y networking, entre otras cosas.

DURANTE EL EVENTO	
✓	Pon la grabación a disposición de los participantes durante un tiempo o indefinidamente para que puedan volver a verla.
✓	Revisa el rendimiento de la transmisión en directo.
✓	Continúa las conversaciones en Slack, Facebook, Twitter u otros sitios de interacción.
✓	Recopila opiniones de los participantes.
✓	Alienta a los ponentes y empleados a compartir información sobre el evento, incluso tras su finalización.

