

- O que fazer para potencializar seu evento depois que ele acabou

Durante meses você planejou cada detalhe do evento: o local, as atrações, a data, a comida. Tudo! Agora que ele terminou, é hora de descansar, certo? Nada disso! Pois a gestão de um evento não acaba no dia em que ele termina. Há muito o que fazer no pós-evento para considerar trabalho concluído e sucesso alcançado.

Pense bem: seu evento deve ter sido realizado por algum motivo, não é mesmo? O que acontece é que, na maioria das vezes, esse objetivo é alcançado após o evento. E para que os esses resultados sejam potencializados, existem alguns passos a serem tomados...

Planejando os e-mails

O e-mail é uma das principais formas que você terá para conversar com seu público depois que o evento acabar. Para aproveitar bem essa forma de comunicação direta eu sugiro que você:

Faça um planejamento da campanha de e-mails. Quando estiver organizando os e-mails a serem enviados para atrair o público (antes do evento), já defina prazos para o envio dos e-mails pós-evento.

Crie um cronograma de temas, definindo o que vai abordar em cada e-mail e qual será o intervalo de tempo entre eles. Por exemplo: você pode definir que, no primeiro dia pós-evento, seu e-mail será de agradecimento, no terceiro dia, e-mail com conteúdo do seu blog sobre o evento, no quinto dia, um material para download e, uma semana depois, uma oferta especial para os participantes do evento.

Vá colhendo as informações que precisa antes e durante o evento para que consiga seguir o cronograma e passar todo o conteúdo possível para seu público. Prepare dois tipos de e-mails com informações diferentes: conteúdos voltados para o público que compareceu ao evento e outro tipo de conteúdo para aqueles que não foram.

Planejando o conteúdo

O conteúdo que você vai enviar depende das possibilidades que o evento oferece. Conheça alguns deles:

Slides: os slides utilizados nas apresentações podem ser muito úteis para o público memorizar melhor o conteúdo e, quem sabe, compartilhar com amigos. Essa é uma maneira de aumentar a divulgação de seu evento e, conseqüentemente, de sua marca.

Apostilas: da mesma forma que os slides, uma apostila com o resumo do conteúdo apresentado no evento ajudará os participantes a efetivamente levarem para suas vidas o que aprenderam lá.

Newsletter: já que eles forneceram seus endereços de e-mail, continue em contato com os participantes, enviando detalhes sobre o evento, sobre os conteúdos apresentados e informações sobre ofertas exclusivas e próximos eventos.

Fotos e vídeos: essas são duas coisas que interessam muito aos participantes. São mídias tão atrativas quanto uma apresentação ao vivo. Forneça vídeos e fotos com a cobertura do evento para que ele possa manter-se “vivo” mesmo após o seu término. Isso pode ainda ajudar a fazer com que aqueles que não foram fiquem com vontade de participar em uma próxima oportunidade.

Imprensa: deixe tudo preparado para que as mídias especializadas em seu segmento tenham informações sobre seu evento assim que ele terminar. Entre em contato com os jornalistas para garantir que eles receberam o conteúdo e ofereça informações exclusivas e segmentadas para cada um deles.

Fonte: <http://www.administradores.com.br>