

Getxo >MEETING<



Getxo MEETING 11 de abril

Pensar un evento es fácil, organizarlo... ¿también?

Ya lo sabes, el aniversario del negocio, el lanzamiento de un nuevo servicio, el “día internacional de...” toda excusa puede ser buena para poner en marcha un evento, que pueda alimentar tu marca, sacarte de la rutina y llevarte a explorar nuevas posibilidades.

Organizarlo no necesariamente te va a traer venta directa. Genera movimiento, hace que hablen de tu negocio y provoca un “momento”, aunque sea breve, de atención positiva por parte de tu público. Quien asiste en persona o quien lo ve en redes sociales.

Pero para eso hace falta elaborar un plan.

Con este listado de preguntas, podrás tenerlo más claro para motivarte e ¡ir a por ello!

Para qué: ¿Cuál es tu objetivo real al realizarlo? ¿Qué efecto concreto deseas conseguir? (a veces existe un objetivo hacia fuera y otro oculto, no explicitado, pero que debemos detectar para adecuar nuestras expectativas)

Para quién: Cuanto más defines tu público, más fácil ir a buscarlo donde está. “Familias” es algo muy amplio, borroso. “Familias a las que les gusta viajar”; “Familias con un bebé de 0 años”; o “Familias multiculturales”; o “Familias “que están preocupadas por el medio ambiente” nos da mayor información y afina mucho la búsqueda; tanto a la hora de buscar entidades aliadas para la difusión, como al crear campañas en redes sociales.

Mensajes clave: Determina tres beneficios que tu público vaya a obtener, y ordénalo por importancia. Te servirá al redactar contenido de todo tipo.

Euros, ingresos y gastos: ¿Es un evento que tú organizas? ¿Existen figuras institucionales o privadas que aportan ingresos? ¿Se financia por venta de entradas? ¿Es una inversión “mini” que hago para promocionar mi empresa? Hacer un primer borrador de la parte económica puede servirte para dimensionar la acción adecuadamente. Siempre está bien para tomar decisiones sobre ingresos y gastos y tener control de la situación.

La foto: ¿Cuál va a ser la foto que resume el evento? Siempre hay que pensar que ese evento ha de tener un *momentazo*, un instante de oro que merezca una foto, un vídeo, algo para difundir. Ha de ser una instantánea que contenga un componente emocional, te ayudará a conectar con tu audiencia al difundir en redes.

Info práctica para el cartel o el mailing. ¿Tienes todas las respuestas?

Dirigido a
Cuándo (1)
Dónde (2)
Inscripciones (3)
Redes sociales
Precio de la entrada

- (1) La fecha y hora elegida ha de ser adecuada a tu público, y ha de tener en cuenta otros eventos de alrededor que puedan influir positiva o negativamente al tuyo.
- (2) Un evento empieza a ser real cuando ya tenemos un lugar reservado. Lo demás son conjeturas.
- (3) Plataformas como eventbrite facilitan el proceso de inscripción, recordatorio de asistencia u otros aspectos para facilitar la difusión.

¿Qué apoyo necesito? Económico, o de personas que pueden apoyarte, gente con la que conversar que te pueda orientar en base a su experiencia, **asesoramiento de Getxolan*...**

Comunicación online: Piensa en un #hashtag que pueda ser único para tu evento, y otros que puedan ser relacionados con la temática, así como a qué entidades hacer mención.

Prensa: Si crees que tu evento merece una aparición en los medios, no dejes de intentarlo. Elabora una nota de prensa donde quede claro cuál es el motivo por el cual es un hecho “noticiable”. Recuerda incluir en el documento las 5W (What, Who, Where,..) , datos de contacto y fotografías que ilustren la noticia.

Fotos y vídeos: Un buen evento con malas fotos es una pena. No olvides ese detalle.

El plan: ¿Y cómo empiezo con todo esto? Cuando tengas la fecha marcada y sepas que el espacio donde celebrarlo está disponible o pre-reservado, debes comenzar a planificar hacia atrás.

Si el evento es el 30 de mayo, dos días antes, el 28, tienes que tener confirmadas las personas asistentes, para lo cual, si existe periodo de inscripción, ha de iniciarse el 14 de mayo....y así sucesivamente. Eso te dará una idea de para cuándo has de tener elaborados los textos que describan adecuadamente el evento y sus beneficios.

Si tienes conformada la idea, algo ya concreto, organizarlo con dos meses de antelación puede ser una opción realista. O con un mes, si realmente vas a emplearte a fondo.

Con pocos recursos, imaginación y tirando de tu red de contactos, podrás realizar un evento sencillo...y al mismo tiempo inolvidable.

Pensar un evento es fácil, ¿organizarlo? ...¡apasionante!

***Getxolan ofrece a empresas del municipio un asesoramiento personalizado en gestión de empresa y espacios disponibles para ser utilizados por empresas del municipio siempre que sean gratuitos(consulta condiciones en Getxolan)**