

# COME IMPEDIRE AL TUO EVENTO DI MORIRE NEL 2021



La pandemia di Covid-19 è sicuramente la cosa peggiore che potesse capitare agli organizzatori di eventi. Alcuni dei più importanti eventi del mondo sono stati cancellati, posticipati, riprogrammati o proposti online.

A quanto pare, questo dilemma è destinato a peggiorare per gli organizzatori di eventi; poiché attirare l'attenzione del pubblico può essere difficile, ma perderla è semplicissimo. Posticipa uno spettacolo di una settimana e puoi aspettarti che l'interesse scemi, per non parlare di posticiparlo di mesi!

Fortunatamente, ci sono almeno 3 strategie che puoi attuare immediatamente per aiutarti a rimanere in contatto con i tuoi stakeholder. Infatti, attireranno potenziali visitatori per la prossima edizione del tuo evento.

Ecco i 3 metodi per coinvolgere gli stakeholder e mantenerli interessati al tuo evento.

## **Advertorial coerente e ben studiato e pubblicazione di contenuti da PR**

Il primo errore che non vuoi fare con la tua content strategy è iniziare troppo tardi. Ogni giorno dopo di un mese dall'evento rischi di perdere po' di presa. Quindi concedi alle tue pubblicazioni il tempo di generare interesse inviandole in anticipo.

È inoltre necessario fare ricerche approfondite prima di scegliere una pubblicazione. È meglio affidarsi ad aziende che possono raggiungere potenziali clienti sia da città locali che internazionali e anche in lingue diverse.

Per trovare l'equilibrio tra coerenza e impegno, devi creare un calendario per determinare la frequenza con cui pubblichi e distribuisce i tuoi contenuti. Questo può variare, a seconda della capacità del tuo brand, ma un post sul blog e una rassegna stampa in un mese vanno bene.

## **Sfrutta il Marketing Video**

Non è un caso che l'85% degli imprenditori utilizzi il video marketing per rimanere in contatto con i propri clienti. Di questi tempi, niente coinvolge meglio le persone di brevi video clip.

Per ottenere il massimo ROI dalle tue strategie di marketing video, ecco alcuni suggerimenti da seguire:

- Assicurati che ogni video abbia uno scopo specifico, ad esempio per informare i potenziali clienti sulla registrazione anticipata
- Invia almeno un video al mese
- Tieni ogni clip entro un massimo di 60 secondi
- Assumi esperti SEO per rendere i tuoi video ricercabili
- Utilizza descrizioni audio o trascrizioni
- Assicurati che i tuoi contenuti video riflettano la positiva percezione del pubblico per il tuo

brand dall'inizio alla fine

- Utilizza sempre fotocamere di alta qualità

## **Falli Parlare Sui Tuoi Social Media**

La prima regola per far sì che un evento vada in tendenza sui social media è creare un hashtag che tutti possano utilizzare. Non deve essere eccessivamente lungo. Tuttavia, deve essere unico e accattivante.

Devi pubblicare su tutti i tuoi social media almeno una volta al giorno utilizzando l'hashtag. Tuttavia, cerca di fare abbastanza ricerche per scoprire quali piattaforme ospitano la maggior parte degli stakeholder e dei partecipanti all'evento. Questo ti permetterà di dare la priorità ai tuoi post.

Anche con i post promozionali, dovresti sempre incoraggiare i tuoi follower a commentare, mettere mi piace e condividere.

Tutte le strategie di cui sopra sono convenienti e facili da implementare. La parte migliore è che non devi gestire tutto da solo. La collaborazione con la giusta società di media ti consentirà di implementare queste strategie e altre ancora con la massima efficienza. L'obiettivo rimane lo stesso: creare un fermento senza fine attorno al tuo evento nel 2021.

**Puoi iniziare subito a portare a bordo i tuoi potenziali visitatori, [per maggiori dettagli contatta subito il nostro team.](#)**

Date: 2020-12-30

Article link:

<https://www.tourism-review.it/strategie-per-massimizzare-il-tuo-evento-durante-la-pandemia-news11824>