

¿Cómo promocionar un evento con éxito? Echa tus redes

Escrito por Gema Garrido

Jueves, 20 de Mayo de 2010 17:00 - Actualizado Miércoles, 30 de Junio de 2010 08:44

Me gustaría que este post os facilitase el camino a todos aquellos que apostáis por la web 2.0, que trabajáis en departamentos de comunicación, promoción o marketing, y que con frecuencias os encontráis con dificultades para llevar a cabo acciones de comunicación y promoción en las redes sociales.

También para que proporcione confianza y seguridad a instituciones y organizaciones que aún no están convencidas del cómo, del para qué o del cuándo utilizarlas.

Fundamentalmente para dar las gracias por escrito, las palabras se las lleva el viento, a todos los que colaborasteis, antes, durante o después en las Jornadas Turismo In, organizadas por AndalucíaLab.

Antecedentes:

□

Jornadas Turismo In: Se celebraron en Antequera, Málaga en marzo de 2010.

300 profesionales de turismo de interior se desplazaron hasta el lugar para escuchar hablar sobre nuevas oportunidades de comercialización en Turismo de Interior.

Batió record de participantes.

El perfil de los participantes no era Twittero, o web 2.0, a priori. El de los ponentes tampoco

¿Cómo promocionar un evento con éxito? Echa tus redes

Escrito por Gema Garrido

Jueves, 20 de Mayo de 2010 17:00 - Actualizado Miércoles, 30 de Junio de 2010 08:44

(salvo honrosas excepciones como Fabian Gonzalez, Pedro Jareño o Javier San José de Iberia Rural).

□

Resultados:

Más de un centenar de Twitteros diferentes ayudaron a su difusión.

Llego a 1.000 profesionales a través de redes sociales.

Se generaron más de 1.000 twitts.

La convocatoria se realizó a través de email y redes sociales. Sin prensa tradicional ni otros medios.

Tercer Trend Topic a nivel nacional.

Andalucialab ha creado el primer e-twitt-book de unas jornadas de turismo de interior.

Ingredientes clave de éxito: □

¿Cómo promocionar un evento con éxito? Echa tus redes

Escrito por Gema Garrido

Jueves, 20 de Mayo de 2010 17:00 - Actualizado Miércoles, 30 de Junio de 2010 08:44

- Definir con precisión el público objetivo y el objetivo. ¿Obvio? Más que obvio es fundamental.
- Analizar la situación del mercado para detectar necesidades específicas. No te dejes engañar, a veces puedes creer que tienes clara cuál es la situación y lo que el público necesita pero es cómo lanzar un producto y no realizar primero un test de mercado ... analiza la situación, te puedes llevar sorpresas.
- Ser conciso y claro con los objetivos que se cubrirán con la jornada, no crear falsas expectativas. Te lo agradecerán.
- Seleccionar los ponentes en función del tipo de público y de los objetivos. Ni más, ni menos.
- Informar a los ponentes de los objetivos específicos de la jornada y el tipo de público. “Hemos detectado que... por ello deseamos que los participantes se vayan sabiendo que ...”
- Concretar con cada ponente los objetivos de su participación y los temas que se deben abordar para evitar solapamientos.
- Advertir sobre la exclusividad de la difusión en redes sociales para involucrar al sector profesional en la difusión de las jornadas, haciéndoles partícipes de su papel protagonista en la difusión de las mismas. Pide ayuda y colaboración. Sin remilgos Tú también debes estar dispuesto a dar cuando haga falta. Esto es crear comunidad.
- Disponer de una base de datos de profesionales. Contar con todo el mundo. Cada persona un granito, muchos granos juntos forman una montaña. La involucración de pequeñas asociaciones ayudó muchísimo.
- Involucrar a los propios ponentes en su difusión. Aprovecha sinergias.
- Ser muy agradecido y honesto en todas las fases de elaboración de las jornadas porque el éxito es de TODOS. No es una frase hecha.
- Para twittear las jornadas ten en cuenta: define los objetivos con claridad y en función de ellos selecciona el perfil de los posibles twitteros. En cualquier caso es imprescindible una actitud colaborativa demostrada en twitter.
- Una premisa clave, libertad de expresión y difusión desde distintos puntos de vista.
- Nuestra selección fue:

1. una experta en turismo rural y además twittera @paquipedrosa
2. una experta en redes y comunicación turística @victoriamdq
3. una profesional del turismo, twittera con tono peculiar, querida y respetada en comunidades turísticas @martorres77

¿Cómo promocionar un evento con éxito? Echa tus redes

Escrito por Gema Garrido

Jueves, 20 de Mayo de 2010 17:00 - Actualizado Miércoles, 30 de Junio de 2010 08:44

- Confiar totalmente en la capacidad y personalidad de las personas seleccionadas para cumplir el objetivo fijado. Libertad para comunicar con personalidad es clave.
- Si el perfil de los participantes y ponentes es twittero, déjalo en sus manos, total van a twittear de todas formas.
- Terminado el evento agradece. Las queridas twitteras fueron recompensadas con cariño. Cariño con cariño se paga. Andalucialab ha trabajado para crear páginas con código QR y con una deliciosa cena.

En conclusión:

- Cariño
- Constancia
- Colaboración
- Ilusión
- Honestidad

Por último, GRACIAS, MUCHAS GRACIAS de nuevo. Sin vosotros imposible.

Mi conclusión personal es que las redes sociales bien entendidas permiten generar eso, fuertes redes, construidas desde lazos emocionales, que son más fuertes y poderosos que las meras relaciones profesionales. La profesionalidad y la honestidad son sus mejores avales.