



LIVE

EVENTO DIGITAL

UNA NOVEDAD QUE
LLEGÓ PARA QUEDARSE

La pandemia obligó al aislamiento de las personas y anticipó hábitos que tardarían años en ganar escala en el trabajo. Muchos profesionales que han tenido que ir a trabajar desde casa se encuentran sanos y productivos. Las empresas con grandes oficinas ya están replanteándose el uso del espacio y

LA COMUNICACIÓN DIGITAL ENTRE PERSONAS YA ES UNA REALIDAD.

El mundo de los eventos corporativos también está en TRANSFORMACIÓN





LA TECNOLOGÍA NOS **PERMITE**

hacer casi **todo lo que hacemos en eventos presenciales y los eventos digitales innovadores prometen cambiar radicalmente la forma en que pensamos sobre este mercado.** La mejor noticia es que los eventos digitales son mucho más baratos que los presenciales. Y si lo hace todo bien, el compromiso de su audiencia interna puede ser el mismo, o incluso mayor, que en los eventos presenciales.



LUZ, CÁMARA, ACCIÓN

EL EVENTO DIGITAL va mucho más allá de encender una cámara y poner PowerPoint en la pantalla.

LAS POSIBILIDADES SON INFINITAS. Después de todo, su audiencia estará frente a una pantalla. Piense en las innumerables emociones que ha tenido frente a un televisor: una película, una telenovela, un periódico, un programa de entrevistas o un reality show. Todos estos son formatos establecidos que puede utilizar para su evento.

La pantalla de la computadora que tienes y el espectador te está esperando.
¿QUÉ FALTA ENTONCES?

**UNA DOSIS DE CREATIVIDAD
Y UN POCO DE TECNOLOGÍA.**

La tecnología es la parte menos complicada: **en un estudio, o incluso en tu empresa, es fácil configurar una estructura** para que pases tu información en un formato conocido y reconocido por tu audiencia, un programa de televisión.



TU PROGRAMA

DE TELEVISIÓN:

**ENTRETENIMIENTO QUE
ATRAE A TU AUDIENCIA**

Todos, alguna vez en la vida, han intentado leer esas **pequeñas letras que aparecen en la pantalla** al final de cada programa de televisión. Ahí están las **funciones y las personas que trabajaron para hacer que ese contenido se destaque.**

Son profesionales especializados y altamente calificados que garantizan la ejecución del programa sin interrupciones.

Para que tu evento digital tenga apoyo público, será necesario pensar como estos profesionales.



TU PROGRAMA

DE TELEVISIÓN:

**ENTRETENIMIENTO QUE
ATRAE A TU AUDIENCIA**

Una idea en tu cabeza y una cámara en tu mano pueden haber funcionado en algún momento de la historia del audiovisual. Pero para un evento corporativo no es una opción. Incluso más importante que en un evento cara a cara, donde lo inesperado a veces puede ser bienvenido, **en un evento digital todos los pasos deben planificarse y ejecutarse meticulosamente.** La televisión es así. Tu evento digital también lo será.

AQUÍ HAY UNA GUÍA **PASO A PASO** PARA AYUDARLO A **CREAR UN EVENTO DIGITAL** QUE PERMANEZCA EN LA MEMORIA DE SU AUDIENCIA.

1

GUIÓN

Hablar con una cámara es una comunicación antigua, sin el apoyo de la audiencia contemporánea. ¿Alguien sabe algo más aburrido que la publicidad política? Incluso si el contenido es de su interés, el formulario es aburrido. Un buen guión para eventos digitales **debe mezclar momentos de contenido denso con contenido más ligero.**



Puede **iniciar temas más importantes con viñetas o videos cortos** que le recuerden a su audiencia la importancia del contenido por venir.

También puedes, **luego de una presentación de resultados**, repleta de gráficos y tablas, **crear un video con los principales mensajes de la presentación.**

O también intercalar **presentaciones expositivas con formatos de programas de entrevistas**, en los que los presentadores intercambian ideas sobre un tema específico. En este caso, la tecnología puede volver a ayudarte: **es posible abrir el debate a tu audiencia** y los presentadores pueden leer y responder preguntas o comentarios.

ÉS EL TIPO DE
COMUNICACIÓN QUE

**ATRAE E INVOLUCRA
A SU AUDIENCIA**

2



DIRECCIÓN ARTÍSTICA

El ritmo es la clave del éxito de un evento, digital o en persona. Es importante transmitir la sensación de **interacción** a los espectadores. Esto hace que la audiencia se sienta **más cercana** a quien está presentando. En los eventos digitales, la obligación de marcar el ritmo es aún mayor.

Piense en un programa de televisión exitoso: no hay interrupciones, problemas de continuidad, tampoco cortes secos.

TODO ES FLUIDO, CON PRINCIPIO, MEDIO Y FINAL



POR OTRO LADO, LAS HERRAMIENTAS DIGITALES LE BRINDAN POSIBILIDADES TÉCNICAS PARA MANTENER EL RITMO: **LAS COSAS PUEDEN SIMPLEMENTE SUCEDER.**

Como por arte de magia, los escenarios aparecen y desaparecen, **dando a los mensajes objetivos una capa emocional y sensorial.** Mientras el presentador hable de las recompensas que puede ganar su equipo de ventas, el telón de fondo es una playa. Cuando vuelve a hablar de metas, el escenario es la propia oficina de la empresa. Son elementos sensoriales que están al servicio del guión. **Los cortes de una escena a otra dan un dinamismo** que muchas veces no se logra en un evento presencial. Y para que la interpretación sea perfecta, **es necesario que emerja la figura de un director artístico.** Sea alguien de su equipo, sea un profesional contratado, **él es quien gobierna la fluidez de su evento digital.**





EL DIRECTOR ARTÍSTICO

conoce el guión como nadie y **es él quien determina la entrada de personas y elementos visuales en sus momentos específicos.** Si organiza su convención en el estudio, el director artístico tiene una gran cantidad de recursos para hacer realidad la magia. Pero si opta por hacer que el evento sea más acogedor, no se preocupe. Software como **Microsoft Teams, Google Hangouts, Skype for Business, Slack y Zoom tienen características similares** que, si se trabajan bien, aseguran el impacto en su audiencia. Solo conoce y piensa como un director artístico.



3

QUIEN SABE HALZO **EN VIVO...**

Los eventos suponen **comunicación en tiempo real**. Para eso existen. Si hoy tenemos una pantalla entre comunicador y público, **tu desafío es precisamente calentar lo que finalmente se enfrió**. La televisión (de nuevo) nos vuelve a enseñar: los programas en los que la comunicación es directa - periodísticos y reality shows - son en directo. La audiencia participa, interactúa y co-construye. Si es necesario, ahorre una parte de su presupuesto de ancho de banda de Internet. **Es muy importante mantener la conexión a Internet para que su evento digital sea un éxito.**

4...Y PRODUCE

VIDEOS DE APOYO

Ya dijimos que **el ritmo es aún más importante en un evento digital.** Y la forma más efectiva y sencilla de traer una buena dinámica a su evento es **producir contenido de video de antemano e intercalarlo con momentos en vivo.**

La forma más tradicional y sencilla es seguir el estándar de los periódicos de televisión: el presentador en vivo da un adelanto de las noticias y pide un informe más amplio en el camino de regreso, él (u otras personas) comentan y reverberan aún más sobre el tema. Cambie el informe por un **video explicativo sobre un nuevo producto o un servicio listo para usar:** ha creado una dinámica efectiva para su evento digital.

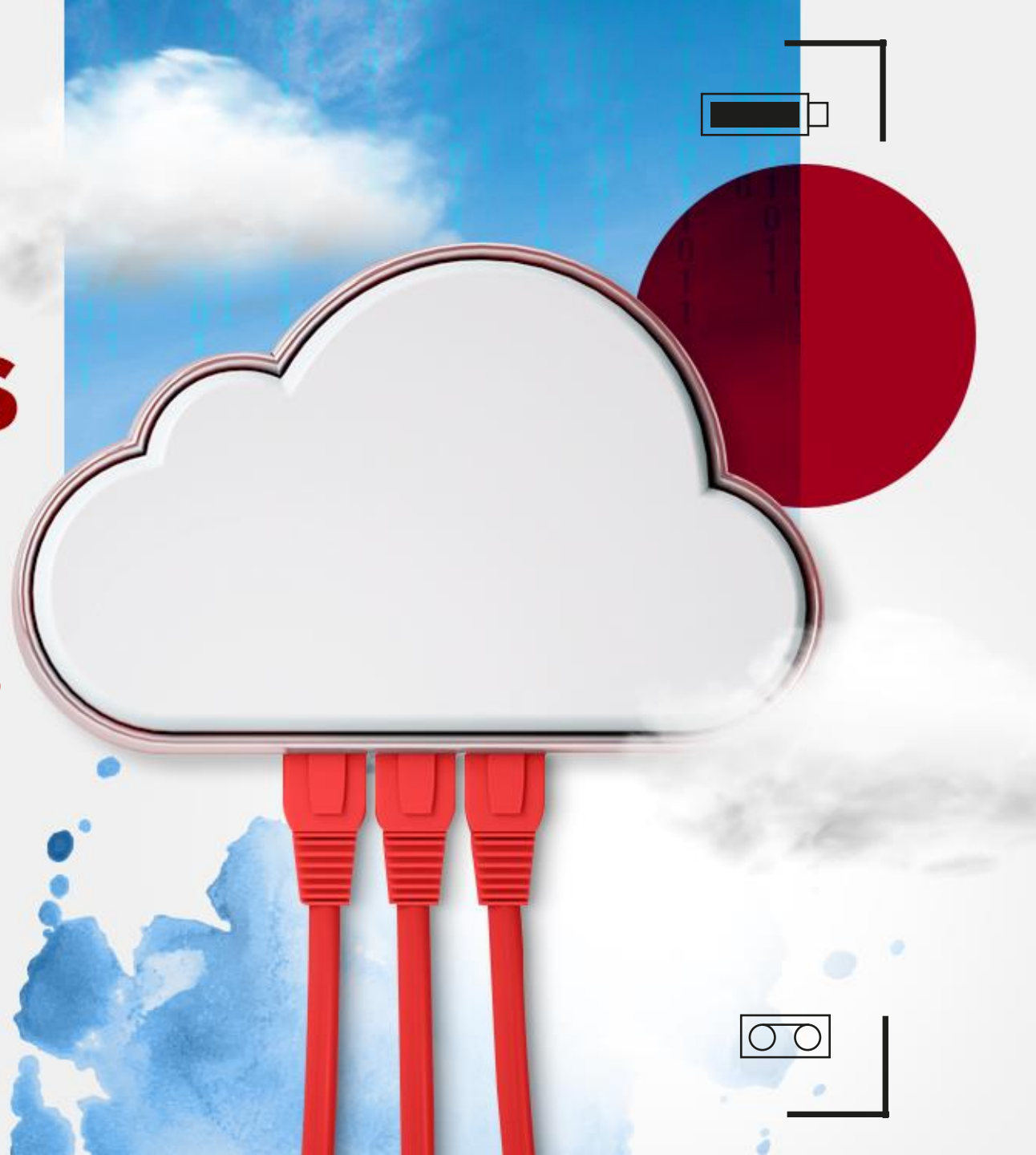
LIVE

5

REC

EVENTOS REGISTRADOS

Si quieres **grabar el evento y ponerlo a disposición en la red de la empresa** para todo aquel que quiera acceder a él, es una buena posibilidad. **Si su evento es memorable, es posible que las personas quieran volver a verlo o incluso usarlo como referencia.** También sirve para despejar cualquier duda puntual y sobre todo para aquellos que no tuvieron la oportunidad de participar. En ese caso, **incluso si no tiene el impacto de la comunicación en vivo, los mensajes importantes no se perderán.**





SI PUEDE, UTILICE FORMATOS CONOCIDOS

UN BUEN CONSEJO

para su evento digital es imitar los programas de televisión conocidos por su audiencia.

¿Qué tal hacer Fantástico, el espectáculo de la vida de tu empresa para contar la audiencia interna ¿Cómo se organiza la empresa para el próximo año? ¿O un Gran Hermano en su empresa que elimina a los distribuidores que no se centran en el cliente? **El uso de formatos conocidos, además de divertido, es otro elemento de acercamiento al público** que ya conoce y consume estos formatos. Estamos hablando de herramientas de lenguaje sofisticadas como la analogía y la metáfora. Por eso siempre es importante pensar con mucho cuidado que programa coincide con su mensaje.

Elegir el desfile de moda sin un enfoque temático puede ser un fastidio.

Otro error común es elegir un programa como tema que le guste a usted (o a los organizadores del evento), pero que tiene poca repercusión en la audiencia.

Recuerde, **la audiencia necesita comprender el universo de la presentación para conectarse con el mensaje.**

7

PRESENTACIÓN DE POWERPOINT

Con las tecnologías disponibles, **hay varias formas de ejecutar su presentación.** Puede ser así: donde aparece **PowerPoint junto al presentador.** Otra opción es poner las diapositivas en **pantalla completa y el espectador escucha lo que dice el presentador.** O incluso así, que **el presentador esté en una pequeña ventana al lado del Power Point.** Lo ideal es dividir los tres formatos en una misma presentación. Cuando el mensaje principal se describe en la diapositiva, elija pantalla completa. Cuando el mensaje deba ser directo al espectador, opte por el presentador de pantalla completa con la diapositiva de fondo. **Habla mucho con tu director artístico para que pueda sincronizar mejor el formato de tus presentaciones en tus eventos digitales.**



ACTUACIÓN

¿Has escuchado alguna vez la máxima de que hay actores para el teatro y actores para el cine? Sí, esta es una verdad absoluta en el campo de la dramaturgia. **Actuar para la cámara es completamente diferente a actuar para la audiencia.** Lo mismo ocurre con los eventos presenciales y los eventos digitales. Hay quienes son geniales con el público y terribles con la cámara, o viceversa.

Descubra cómo trabaja con la cámara. Un buen ejercicio es grabarse a sí mismo dando su discurso. Vea si puede ser natural.

Si no puede, trate de imaginar, o coloque el escenario de la película, a una persona detrás de la cámara y dele su discurso. **Si es necesario, use el teleprompter.** Pero cuidado, el uso de esta herramienta aparentemente facilitadora también requiere mucha formación. A ningún público le gusta que el presentador le lea la información. **La naturalidad es el camino hacia la empatía. Descubra cómo ser natural y conquistar a su audiencia.**

contē

EVENTO DIGITAL

UNA NOVEDAD QUE LLEGÓ PARA QUEDARSE