

3 reglas para aplicar en la estrategia de redes sociales en su próxima feria o evento

Fuente: <http://ungerboeck.com/blog/3-rules-to-apply-to-your-events-social-media-strategy>

Son muchas las predicciones sobre las tendencias de la industria ferial para 2014, que resaltan la importancia de las redes sociales en la industria, y su papel clave en la promoción y comercialización de eventos. Jessie Rubin, productor de eventos de Spotify mencionó en un reciente artículo que el “Social Sharing” (proceso a través del cual los asistentes a una feria o evento comparten los contenidos del evento mediante fotos y comentarios en sus propias redes sociales,) se transformó en una actividad prevalente durante los últimos años, que incluso se lleva a cabo sin que los organizadores del evento apoyen y participen de este proceso. Esto significa que la publicidad online de los eventos puede llegar a estar a cargo de los asistentes en lugar de los organizadores como se esperaba.

Su trabajo como el organizador de la feria es establecer un marco sencillo para ayudar a fomentar el intercambio social de información o Social Sharing. La gente no viene a su exposición a mantener sus cabezas enterradas en sus teléfonos y tabletas, pero si querrán usar las redes sociales para aumentar su networking cara a cara. Para ayudar a fomentar y mejorar la calidad de interacciones entre sus asistentes tenga en cuenta los siguientes 3 tips :

Regla # 1. Haga del intercambio social de información un proceso sencillo

Cree su propio portal de interacción web a través del cual funcione una comunidad virtual que intercambie información sobre su evento. Esta plataforma debe funcionar preferiblemente desde el sitio web de la feria o desde sus propias redes sociales y debe ser una persona de su equipo de trabajo quien lidere el tráfico de información. Publique actualizaciones permanentemente, antes durante y después del evento y cree hashtags cortos pero atractivos que faciliten aún más la interacción y socialización de información entre los asistentes al evento.

Si su feria o evento cuenta con una aplicación, intégreala con sus redes sociales de manera tal que la socialización de contenidos sea aún más sencilla para sus asistentes. Si los asistentes ingresan frecuentemente a su aplicación para conseguir información relevante sobre el evento, ¿Por qué no utilizar la misma herramienta para que compartan los contenidos?

Regla # 2 Dele significado al Social Sharing

Si bien subir los contenidos de su feria permanentemente es necesario, tenga en cuenta que la calidad es más importante que la cantidad. Por esta razón cuando usted, como organizador comparta los contenidos de su evento, asegúrese de compartir los más relevantes, tales como las mejores fotos, las estadísticas, las frases célebres de las conferencias etc. En general publique solo aquellos contenidos con alto potencial de generar impacto entre los asistentes y así logrará captar más la atención de sus seguidores.

Si conoce a sus asistentes tan bien como debería, debe saber que redes sociales son las más utilizadas por ellos y concentrarse en publicar solamente en esas, en vez de intentar publicar constantemente en todas y cada una de las redes sociales existentes. Concéntrese en las realmente importantes.

Regla # 3 Haga publicaciones que sean “Motivantes”

Conteste la pregunta más sencilla e importante visto desde la perspectiva de un asistente antes de publicar algo ¿qué tiene de importante o relevante para mi esta publicación? ¿Es la publicación capaz de proveerme de información clave sobre el evento? ¿Esta publicación me genera valor agregado? Si cree que las respuestas a estas preguntas serán no, mejor no publique nada.

Si durante su evento se entregarán premios o regalos, obviamente es necesario que utilice las redes sociales con el fin de hacer correr la voz. No obstante, tenga presente que este no puede ser su único tema a publicar y comentar permanentemente a través de las redes sociales o este perderá brillo, relevancia e interés entre sus asistentes.

Cuando los asistentes ven a sus propios compañeros del público participando activamente en las redes sociales y publicando contenidos del evento, se sienten incentivados a hacer lo mismo. Por esta razón, una herramienta que podría usar la web de su evento en un tagboard, o tablero digital que recopile la interacción de los visitantes y la ponga a la vista de todos los asistentes.

Por último, tenga en cuenta que el Social Sharing se dará entre los asistentes a su evento, independientemente de si usted como organizador ferial interviene o no. Por lo tanto la recomendación es tomar el liderazgo de este proceso desde el principio y hacer que sea lo más provechoso y enriquecedor posible.