

Crece el protagonismo de los eventos online, ante la nueva ola de Covid-19, según Avance Comunicación

Desde el inicio de la pandemia, las empresas han tenido que modificar sus estrategias de comunicación, debido a los cambios en la actividad, el teletrabajo y las circunstancias especiales sanitarias y de seguridad

Los primeros meses de la pandemia, pusieron de relieve el creciente auge de los eventos online, en sustitución de cualquier encuentro presencial. Teniendo en cuenta la actual situación sanitaria, este tipo de eventos virtuales han llegado para quedarse y evolucionan hacia formatos más elaborados.

Eventos presenciales, eventos híbridos o eventos online

Si las circunstancias y las restricciones lo permiten, se podrán realizar eventos presenciales, con aforos muy restringidos, implementando todo tipo de medidas de seguridad y fomentando experiencias diferentes muy personalizadas. Por otro lado, si las previsiones de llegada de una vacuna se cumplen, la normalidad podría restablecerse. "Sin embargo, la realidad es tozuda y pasarán meses antes de que la realización de eventos presenciales se normalice", afirma Noelia Perlacia, DIRCOM y responsable de eventos de la agencia Avance Comunicación.

Los eventos híbridos, suponen una propuesta novedosa, en la que se combina la presencia física de ponentes e, incluso, de un número reducido de asistentes, con la emisión en streaming para el resto de los espectadores. La parte presencial del evento puede realizarse en un plató o en otro espacio físico, que reúna las condiciones técnicas y de seguridad necesarias. Por otro lado, las plataformas tecnológicas permiten el desarrollo de una comunicación efectiva antes, durante y después del evento, favoreciendo la interacción de los asistentes virtuales y la medición de resultados.

Por último, los eventos online se realizan íntegramente de manera virtual, con los ponentes y los espectadores en su propia ubicación. Las posibilidades son diversas, desde webinars sencillos, con un único ponente y un chat para permitir interactuar con el público, hasta congresos completos con moderador, vídeos, presentaciones y consultas online de los asistentes. El equipo técnico lleva a cabo la realización del evento, que ha sido previamente ensayado y probado con los ponentes para evitar problemas de conexión. De esta manera, puede personalizarse el aspecto de la emisión y realizar una correcta moderación de las intervenciones y consultas de los asistentes virtuales.

El futuro de los eventos lúdicos corporativos es audiovisual

En estos últimos meses de 2020, muchas empresas están viendo cómo sus celebraciones de final de año, que suelen resultar una potente herramienta de comunicación interna y de motivación para los empleados, están en peligro.

Según Noelia Perlacia: "Es evidente que la experiencia que proporciona el contacto físico es difícilmente sustituible por cualquier tipo de experiencia virtual. Sin embargo, en los últimos meses han surgido formatos audiovisuales dirigidos a empresas, en los que, bajo una estética televisiva, se realiza

un contenido en vídeo, totalmente personalizado para cada marca, dinamizado con música y humor y producido de manera profesional, para que el resultado final sea atractivo y brillante. Sin duda, un buen broche para este 2020 que no va a ser fácilmente olvidado".

El gran reto de los eventos virtuales es captar y retener la atención. Por ello, el contenido y la forma de emitirlo es fundamental para alcanzar los objetivos planteados en cada evento. La elección del formato más adecuado y la utilización de medios técnicos y humanos profesionales marcarán, sin duda, la diferencia.

Datos de contacto:

Noelia Perlacia
915191005

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Imagen y sonido](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [E-Commerce](#) [Ciberseguridad](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>