Publicado en Madrid el 04/06/2020

# [Los eventos de la "nueva normalidad", híbridos, más tecnológicos y globales, según The Valley](http://www.notasdeprensa.es)

## El reto es alcanzar la excelencia en este nuevo formato aprovechando las ventajas de la digitalización para ofrecer experiencias lo más similares posibles a las presenciales

 La pandemia ha sacado lo mejor de la tecnología, ofreciendo soluciones digitales a todas las actividades que de alguna u otra forma se han visto limitadas por la situación actual. Durante los últimos meses la compra en comercios físicos se ha trasladado al eCommerce, los hogares se han convertido en las nuevas oficinas por el teletrabajo, las reuniones presenciales son ahora videoconferencias y de la misma forma, los eventos se han convertido en digitales, respondiendo a las necesidades de las marcas de seguir conectando con sus públicos. Durante las primeras semanas de confinamiento las empresas comenzaban a explorar la posibilidad de realizar encuentros, webinars y eventos via streaming, intentando mantener activas sus agendas y su conexión con sus clientes o usuarios, aunque muchas de ellas se encontraban con escaso éxito en cuanto a calidad y valor para sus marcas. Con el paso del tiempo, ha aflorado una nueva forma de hacer eventos, en parte debido a las nuevas necesidades y las posibilidades de las herramientas digitales. El reto ahora es pasar de la supervivencia a la excelencia por la vía de la generación de valor y para ello la clave es trabajar sobre el triángulo virtuoso que une experiencia, agilidad y tecnología, aprovechando las ventajas de la digitalización para ofrecer experiencias lo más similares posibles a las presenciales. Los expertos de The Valley afirman que para realizar un evento virtual realmente exitoso se necesita mucho más que una plataforma y un contenido de calidad. “De la misma forma que un evento presencial va más allá del espacio donde se celebre, en un evento digital es imprescindible tener en cuenta muchos más factores que permitan al público vivir una experiencia completa, aunque sea a distancia, y esto solo es posible aprovechando las ventajas que ofrece la tecnología”, explica Julieta López de Jorge, experience manager en The Valley. Así, el ecosistema de conocimiento digital arroja luz sobre 5 factores que serán claves en los eventos de la “nueva normalidad”: - El formato híbrido, el futuro: si durante el confinamiento el formato online fue la solución más socorrida para llevar a cabo conferencias, webinars e incluso festivales musicales, con la desescalada se comienza a hablar de eventos híbridos. Se trata de un formato flexible que permite adaptarse a la situación en cada momento sacando provecho a lo mejor de ambos formatos, el físico y el online. La clave de su éxito se basa en aprovechar el conocimiento, la tecnología y el expertise para ofrecer una experiencia que genere sensaciones y emociones entre los asistentes. Este formato permite la fluidez del evento presencial, pues se desarrolla en un espacio físico en el que están algunos ponentes y asistentes (siempre respetando las medidas de seguridad), pero con el valor añadido de poder llegar a un público ilimitado. - Más globales que nunca: el formato telepresencial o híbrido permite conectar a personas alrededor del mundo en una misma sala virtual, necesitando únicamente conexión a internet y un dispositivo. La globalización en su máxima expresión. Se abre también la posibilidad de contar con ponentes, expertos o presentadores con los que, en el caso físico, hubiera sido más difícil y costoso por la ubicación física y gastos de viaje necesarios. Se trata en todo caso de trascender del concepto físico, pudiendo así llegar a públicos más amplios e impulsar y fortalecer la relación de las marcas con sus clientes. - Ni aforos, ni tiempo límite: si se cuenta con la tecnología y las infraestructuras necesarias, el entorno online derriba las limitaciones de aforo que existen en el formato físico, ofreciendo la posibilidad de celebrar encuentros con todos los asistentes que se quiera. Más allá, el hecho de poder dejar los eventos grabados y disfrutarlos en diferido hacen que la temporalidad no sea un obstáculo. Así, las agendas de los asistentes se “flexibilizan” pudiendo asistir al evento en cualquier momento, y se aumenta también el impacto que pueden tener las marcas por poder llegar a un mayor número de espectadores. - Cada detalle cuenta para el efecto “wow”: de la misma forma que en los eventos físicos, en el formato híbrido se debe cuidar cada detalle, para ofrecer a los asistentes una experiencia de calidad que va más allá de la plataforma donde se aloje el evento. Aquí entra en juego la disposición de los ponentes y la importancia de una puesta en escena física de calidad; la posibilidad de que los participantes y presentadores o ponentes puedan conectar e interactuar entre sí; los recursos visuales, auditivos y sensoriales que den dinamismo al encuentro; un sistema de producción y tratamiento de la señal que permita dar una imagen cuidada, y cualquier otro factor que ofrezca una experiencia de usuario amigable y satisfactoria y que deje un recuerdo positivo. - El data, también crítico en los eventos: una estrategia de analítica alrededor del evento podría ayudar a los organizadores a valorar tanto antes como durante y después del mismo todos los factores necesarios para ofrecer una experiencia completa y acorde a las expectativas de los asistentes. Adicionalmente, todos los datos recogidos servirán para incrementar el ROI del evento, gracias a una explotación posterior de los mismos.

**Datos de contacto:**

Redacción

Redacción

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/los-eventos-de-la-nueva-normalidad-hibridos\_1](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Comunicación Marketing E-Commerce Recursos humanos Innovación Tecnológica Digital



[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)