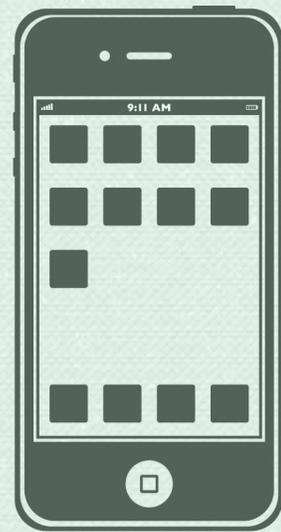


EVENTOS DE
MARKETING
EN
LA ERA DIGITAL



EVENTOS DE MARKETING EN LA ERA DIGITAL

GUÍA PARA PROMOCIÓN DE EVENTOS EN LA ERA DIGITAL

Eventos de marketing es una forma muy efectiva para promover un negocio u organización. Hacerlo bien puede mejorar su imagen de [marca en línea](#), llegar a nuevos públicos y construir una sólida reputación pública. Por otro lado, en realidad la planificación y tirando de un evento exitoso puede ser un desafío. Un vendedor que no paga la atención al detalle podría terminar con una escasa participación y esfuerzos inútiles. El potencial para el desastre es lo que mantiene a algunos promotores distanciados del lugar de promoción de eventos.

La innovación tecnológica ha permitido que tomemos eventos de marketing más allá de las tácticas tradicionales como repartiendo volantes a los métodos que son más creativos y mucho más eficaz. Desde conferencias de la industria y ferias comerciales a [webinars](#) y otros virtuales acontecimientos, ahora tenemos el lujo de la promoción de nuestros encuentros en maneras que no eran a disposición de las empresas y organizaciones de antaño. El canal digital en constante evolución ha abierto un mundo de nuevas posibilidades, y la clave del éxito es saber qué áreas de trabajo y cómo trabajar con ellas.

En esta guía usted descubrirá cómo el correo electrónico puede ser utilizado en conjunción con otras herramientas y canales para acelerar sus esfuerzos de eventos de marketing.

► Si Usted lo Promociona, Ellos Vendrán

Incluso algunos de los expertos en eventos de marketing con más experiencia probablemente de acuerdo en que este no es el ámbito más fácil de especialización. Se vuelve aún más difícil cuando los asistentes ideales están en la Multitud B2B - hombres y mujeres profesionales que quieren su tiempo y la presencia de justificarse antes de considerar hacer un acto de presencia. Entonces, ¿cómo conseguir que la gente se muestre? Bueno, mucho de ello tiene que ver con el tipo de evento que usted está recibiendo. Pero aunque hay varios métodos de promoción cruzada, no importa lo que tienes en la tienda, el [email marketing](#) puede ser instrumental en ayudar a que sea un éxito.

Cuando se trata de tomar sus esfuerzos de eventos de marketing en línea, el correo electrónico es sin duda una de las mejores herramientas para apoyarse. En comparación con los tradicionales métodos, es significativamente más barato y tiene mucho mayor alcance. Utilice esta herramienta correctamente y puede ser eficaz en la promoción de su evento desde el momento en que de la palabra inicial todo el camino hasta el día en que tiene lugar. A continuación se presentan algunos aspectos más específicos de email marketing puede ayudarle en la promoción de eventos:

- **Diseños personalizados** – Una [plantilla de correo electrónico](#) personalizado puede ayudar a establecer el tono, mirar y sentir por su campaña de eventos de marketing. ¿Qué tipo de diseño funciona mejor? Eso depende del evento. Por ejemplo, si estarán involucrados música y el baile, tal vez su diseño debe representar un ambiente animado y divertido. Si se trata de una iniciativa del Día Conmemorativo, tal vez un tema que refleja la temporada sería lo ideal. Si la intención del evento es recaudar fondos, el mejor un diseño a medida probablemente sería uno que pone énfasis en la causa.



- **Proporcionar una Dirección** – El correo electrónico simplifica muchos aspectos tradicionalmente asociados con eventos de marketing, proporcionando una manera fácil de llenar a los clientes potenciales en el todo lo que necesitan saber. Además de los detalles acerca del evento, puede enviar enlaces que dirigen donde los suscriptores puedan registrarse, comprar entradas u obtener más información. También podrían incluir indicaciones para llegar al lugar directamente en su mensaje. Sea cual sea su audiencia necesita saber, el correo electrónico puede llegar a ellos de una forma u otra.
- **Educar y Comprometer** – El correo electrónico puede informar y participar en una variedad de formas. Usted no está limitado al texto, como imágenes e incluso vídeo que se pueden utilizar para resaltar la importancia de asistir. ¿Quieres incentivar el registro? Crear una oferta especial o descuento que endulza el acuerdo y les incita a registrar. Email marketing proporciona una oportunidad de participar mucho más allá del momento y en el lugar de su evento; decirles cómo participar, decir por qué es importante que los que asisten. Configurar [respuestas automáticas](#) para miembros de su lista de suscriptores para crear emoción en cada paso del camino y mantener el evento en la parte delantera de sus mentes.

Aunque el correo electrónico tiene una ventaja sobre la mayoría de las tácticas de la vieja escuela, es en realidad las más eficaces en eventos de marketing cuando se mezcla con métodos tradicionales. Si usted ha estado utilizando el correo directo para promover sus eventos, no lo abandonan. Mezclar con el email marketing para impulsar sus esfuerzos generales. Hay un poco más de trabajo en cuestión, pero la integración de su estrategia de eventos de marketing puede ayudar a asegurar una excelente participación.



► Construyendo Conocimiento en Torno a su Evento

Muchas cosas buenas pueden venir de reunir a un grupo de personas con intereses y objetivos comunes. Es el tipo de unidad que se puede conseguir apoyo para un candidato político, impulsar el conocimiento de una causa sin fines de lucro, o que la gente participe en una comunidad. Organizar un evento es una gran manera de crear conciencia y reunir lo positivo de la publicidad que ayuda a la imagen de su organización tremendamente. Sólo se necesita una planificación cuidadosa y una buena ejecución.

► Aproveche su presencia en Internet

Cuando se trata de eventos de marketing, algunos pasos son opcionales, otros son absolutamente obligatorios. Con el fin de conectar a una audiencia para un evento importante, ya sea en lo real o mundo virtual, tener un sitio web de algún tipo es una necesidad. Si usted tiene un sitio web o blog para su empresa u organización, entonces debe ser configurado para explicar lo que su caso se trata, cuando y donde se está llevando a cabo, y por qué el público debe asistir.

La gente necesita saber todos los detalles pertinentes, por lo que deben utilizar sus propiedades de Internet para hacer tangible lo intangible. Optimice su sitio web o blog de una manera que permite a las personas para pasar fácilmente la información a los demás (puede usar RSS o intercambio [social de Botones](#)). El alcance y la influencia de Internet significa simplemente tener un sitio web puede hacer maravillas para la creación de conciencia en torno a su evento.

► Elabore una Página de Destino de Eventos

Si está utilizando email marketing u otras técnicas de publicidad en línea para impulsar clientes potenciales a un destino que contiene más información sobre el evento, es muy recomendable crear una página de destino personalizado que se centra en otra cosa que el asunto que nos ocupa. Esencialmente hay dos opciones aquí se puede crear una [página que se encuentra](#) en un subdominio de su dominio principal (por ejemplo, [youreventpage.yourwebsite.com](#)), o la creación de una página separada dentro de su sitio web principal. Cualquiera de estas opciones podría funcionar, pero la tarea más importante es lo que se



familiarice con las mejores prácticas de personalización de una página de destino para su evento:

Crear una transición sin problemas – ya sea desde un correo electrónico o un anuncio, el contenido que lleva a un usuario a aprender más sobre su caso debería realizar una transición suave en su página de destino. Esto significa que todo tiene que coincidir. Por ejemplo, si usted está ofreciendo un descuento del 15% para el evento en su mensaje, la página de destino debe reflejar el mismo ahorro de costos exactos. La gente ya está bastante sospechosa, y no cumple completamente sus expectativas sólo criarlos.

Elimine las distracciones - Una de las principales razones de eventos de marketing deciden establecer una página de destino en un subdominio es eliminar las distracciones, lo que se puede hacer fácilmente ya que es como tener un sitio web independiente. Mediante la creación de una página dentro de su sitio actual, se corre el riesgo de que los usuarios estén distraídos por los elementos de navegación existentes que podrían causar que les permita ver el contenido sin registrarse para su evento. Si la creación de un subdominio no es una opción, asegúrese de que su página de destino se ha diseñado con la mínima distracción y mantener al usuario centrado en el evento.

Permanezca encima de la tapa – En muchos sentidos, una buena página de destino es similar a un buen mensaje de correo electrónico. Usted debe dar a los lectores los detalles importantes tan pronto como sea posible y esto no puede suceder si su principal llamada a la acción es en la parte inferior de la página. Por esta razón, es la mejor manera de mantener su formulario de inscripción y otros elementos importantes en la mitad superior, es decir, se ajustan a la parte superior de la ventana del navegador y se puede ver sin tener que desplazarse.

► Promocionar su evento a través de la Web Social

Facebook, Twitter, LinkedIn y otras redes sociales pueden ayudar a promover la conciencia para la su evento de varias maneras. Con Facebook tiene la capacidad de comercializar los eventos a través de una página de fans, actualizaciones de estado, y las [aplicaciones de Facebook](#). Twitter te da la oportunidad de publicar los mensajes con enlaces a su sitio web o blog que sean retuiteados por personas influyentes y compartidas con un público aún más amplio. LinkedIn te permite hacer publicidad de eventos en la red y permite a los usuarios ver cuáles de sus conexiones están asistiendo.



Las [redes sociales](#) pueden desempeñar un papel muy importante en la toma de su evento sea un éxito, pero se debe tener precaución cuando se trabaja este canal. La gente no le gusta que le vendan, y esto es más evidente en el ámbito social. Usted no desea que aparezca como demasiado agresivo o demasiado auto-promoción, así de relieve cómo su evento es una parte de una causa digna y cómo los clientes se beneficiarán en asistir. Mientras que las personas tienden a fruncir el ceño en vendedor insistente, a menudo se aprecian los que comparten información y un precio con ellos.

► Crear un Programa de Incentivos

Ofreciendo regalos y otros incentivos se ha convertido en una práctica común en email marketing. Los vendedores cuelgan estas recompensas para alentar nuevas suscripciones, dirigir el tráfico, e incluso aumentar las ventas. Ya se trata de firmar para arriba para algo, haciendo una compra, o que se muestren, la historia nos ha enseñado una y otra vez que las personas son mucho más propensos a tomar las acciones que desea que realicen cuando los beneficios inmediatos están en la línea. El ofrecimiento de recompensas es una manera de mostrarles que esas acciones valen su tiempo y esfuerzo.

Un programa de incentivos bien diseñado no sólo puede ayudarle a aumentar la asistencia para los próximos eventos, también genera rumores durante una escapada juntos también. Una forma de hacer esto es, dedicando un segmento especial del evento a los de su programa de incentivos - los usuarios que hacen [clik a través](#) de emitir bonos de descuento, descuentos y exclusivas ofertas que sellaron el acuerdo y en última instancia les llevó a asistir. Esta es una

manera eficaz de mostrar su agradecimiento a su público y crear un ambiente que genera entusiasmo para la próxima edición.

► Marketing Post-Evento

Aunque el asunto es técnicamente más de una vez que la gente se va y las puertas se cierran, su trabajo como vendedor del evento no se hace todavía. De hecho, tan pronto como un evento de libros, usted debe centrarse en poner el siguiente juntos. Aquí hay algunas cosas que usted puede comenzar a hacer inmediatamente:

- **Seguimiento** – Después de meses de planificación y preparación, sus eventos se han ido y venido. ¿Y ahora qué? Seguimiento y estar en contacto con sus invitados. Si usted tomó la iniciativa para recoger los nombres y direcciones de correo electrónico, asegúrese de que su procedimiento de seguimiento consiste en conseguir esos clientes al suscribirse a una [doble opción de lista](#). Esta es la mejor manera de mantener las quejas hacia abajo y asegúrese de que usted está centrando sus esfuerzos de marketing en la dirección correcta.
- **Intercambio de Ideas** – ¿Qué piensa de los asistentes de su evento? ¿Se sintieron como si fuera tiempo bien empleado o dejar sentir que le faltaba algo? Este es el conocimiento que sólo tiene su público y la mejor manera de conseguir que comparten es simplemente salir y preguntar. Una [encuesta en línea](#) simple o sondeo podría ser todo lo que necesitan saber los clientes pensando en el evento y lo que les gustaría ver en movimiento hacia adelante.
- **Comparta su éxito** – ¿Fue su evento un gran éxito? Si es así, ¿por qué no poner de relieve su éxito en sus esfuerzos de destino de marketing? Su boletín mensual, sitio web o blog o harían herramientas perfectas para el trabajo, ya que proporcionan una forma de compartir fotos, videos y relatos que ilustran su éxito. El más emocionante y atractivo de realizar este contenido, el mejor cambio que tendrá en conseguir la conversación y dar impulso que te lleva al siguiente evento.

► Comience Temprano

Al promover cualquier caso, la clave para maximizar su potencial de éxito es cada vez un comienzo temprano. Esto es importante tanto para dar a los clientes potenciales de tiempo suficiente para preparar y dar suficiente tiempo para tomar los esfuerzos necesarios para crear conciencia y aumentar asistencia.

Uno de los mayores errores cometidos por los promotores de eventos está fallando a la rampa de sus esfuerzos de promoción en el momento oportuno. Mantenga, su equipo y sus suscriptores en la pista con regularidad de email marketing boletines de noticias y actualizaciones. No cansar a su público antes del gran evento pero encontrar un método de frecuencia y el diseño que sus lectores reaccionarán. Aprovechar cada actualización y nunca enviar a un contacto a menos que el contenido mejore y disfrute del evento por venir.



▶ Acerca de Benchmark Email

Tome características de gran alcance por la docena, sofisticadas gestiones de listas, cientos de plantillas de correo electrónico, informes ultra-precisos y deslumbrantes de correo electrónico y el vídeo de correo electrónico. Ahora, reunir todo eso en conjunto por un precio muy asequible. Suena atractivo? Esos somos nosotros.

Hay una razón - o 100 - que más de 73.000 usuarios confían en nosotros con sus campañas de email marketing. Con un inigualable conjunto de características, herramientas sin dolores de cabeza que hacen de cada campaña un chasquido y planes de precios muy razonables, estamos al servicio de email marketing para empresas de todos tamaños y formas.

En Benchmark, somos más que expertos en email marketing, somos innovadores. Nuestro principal objetivo es no es solo perfeccionar nuestro servicio de marketing por correo electrónico, sino también las redes sociales, optimización de motores de búsqueda (SEO) y Web 2.0 simplemente por lo que nuestro software esta 100% basado en la Web, totalmente compatible con el mundo de Internet en constante cambio.

Ningún otro servicio le dará esta robusta gama, estándar de características por sólo \$9.95 al mes para empezar. Descúbralo por ti mismo al inscribirse en nuestra, prueba de 30 días www.benchmarkemail.com/es/register.

CONTÁCTENOS

▶ Póngase en contacto con Benchmark Email

Agradecemos sus comentarios y nos encantaría hablar con usted acerca de sus necesidades de email marketing. Por favor, póngase en contacto con nosotros en las siguientes direcciones.

Sitio web: <http://www.benchmarkemail.com/es>

Llame al: 213.493.6558

Email: sales@benchmarkemail.com