

Tapahumaviestinnän aikajana

1. MARKKINOINTI ENNEN TAPAHTUMAA

Tavoite: saada ihmiset sitoutumaan ja ilmoittautumaan

MAINOSTA

1–2 kuukautta ennen tapahtumaa

Hyödynnä koko verkostoasi. Mainosta tapahtumaa sekä sisäisissä että sosiaalisen median kanavissa. Kannusta ihmisiä jakamaan tapahtumaa ja tarjoa maksullisiin tapahtumiin varhaisen ilmoittautujan etuja.

KUTSU

2 kuukautta – 2 viikkoa ennen tapahtumaa

Hyvä kutsu sisältää tärkeät tiedot, muttei mitään ylimääräistä: mitä, missä ja milloin. Tarkempia lisätietoja annetaan ilmoittautumisen ja vahvistuksen yhteydessä. Tekstiviestikutsu voi olla tehokas sisäisissä koulutuksissa.

VAHVISTA

Välittömästi

Tarjoo osallistujille mielenrauhaa. Kun vahvistat osallistumisen välittömästi, ilmoittautuja saa heti alkuun tunteen, että hän on arvostettu ja tervetullut osallistuja.

2. TAPAHTUMAVIESTINTÄ

Tavoite: saada ihmiset osallistumaan ja sitoutumaan

1 MUISTUTUS

1–2 viikkoa kutsun jälkeen

Lähetä muistutus niille henkilöille, jotka eivät ole vastanneet kutsuusi. "Olisi mahtavaa saada sinut mukaan!" Online-tapahtumissa jopa vain tuntia ennen tapahtumaa lähetetyt muistutukset saattavat toimia.

2. MUISTUTUS

1–2 viikkoa ennen tapahtumaa

Lähetä tämä muistutus henkilöille, jotka ovat jo ilmoittautuneet tapahtumaan. "Nähdään pian!"

LÄHETÄ TEKSTIVIESTI

1 päivä – 1 tunti ennen tapahtumaa

"Joko kahvi on porisemassa, Emma? Pian nähdään!" Tämä on hyvä keino lisätä henkilökohtaista otetta osallistujakokemukseen ja lähettää viime hetken muistutuksia ja neuvoja.

TAPAHTUMA

Tapahtuman aikana

Esitysten aikaiset pollit eli äänestykset, arvioinnit, tekstiviestimuistutukset työpajoista jne., LinkedIn-verkostoituminen

3. MARKKINOINTI TAPAHTUMAN JÄLKEEN – KIITOS JA PALAUTE

Tavoite: saada ihmiset ostamaan

KIITOS & PALAUTE

Välittömästi tapahtuman jälkeen

Lähetä kiitokset ja pyydä yleisöä vastaamaan [Experience Value Score \(EVS\)](#) -kyselyyn sekä antamaan myös palautetta. Osallistujien on helpompaa arvostella tapahtuma, kun se on vielä tuoreessa muistissa. Jos vastauksia tulee vain muutamia, pyydä palautetta rohkeasti uudelleen esimerkiksi viikon kuluttua.

HOIDA

1–2 viikkoa tapahtuman jälkeen

Pyritpä tavoittamaan sitten potentiaalisia asiakkaita tai kollegoitasi, tee se tarkoituksenmukaisesti. Varmista, että viestisi sisältää selkeän toimintokutsun, liityipä se sitten tarjouksen esittämiseen, kokouskutsuun tai seuraavien vaiheiden esittelemiseen juuri käsitellystä aiheesta.