

O eventach – w procentach, czyli analiza wydarzeń online w 2020 roku

Mimo wszechobecnej pandemii, branża eventowa nie odpuszcza. A ponieważ nowa rzeczywistość wymaga nowych rozwiązań, technologie stały się naszą codziennością. Wszystkie wydarzenia są teraz online, dając sporo możliwości – ale jak w wirtualnym świecie osiągnąć realny sukces?



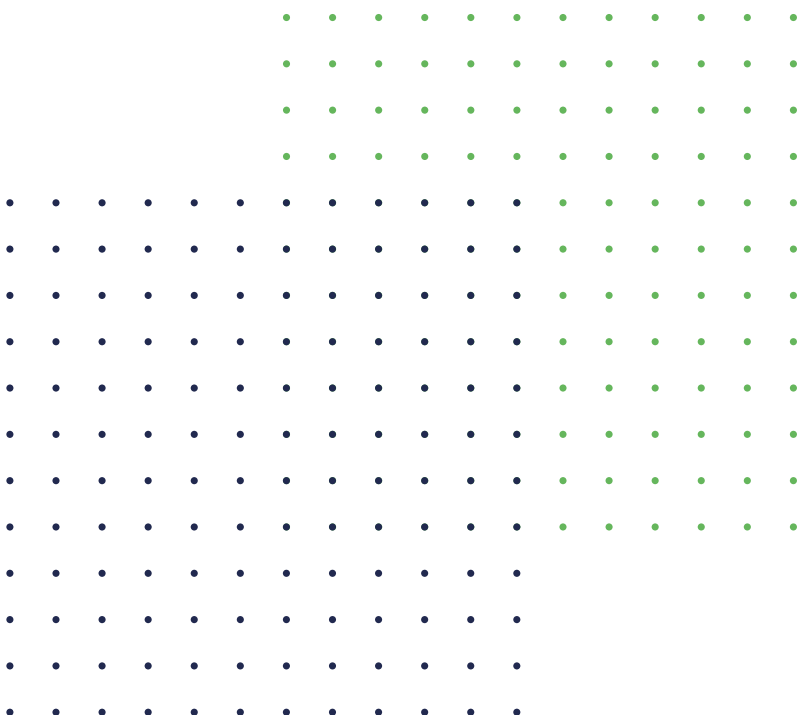
Słowem wstępu

Prześledziliśmy 20 wydarzeń zorganizowanych przez nas w 2020 roku i obecnych w kalendarzu www.events365.pl. Wzięliśmy pod lupę ich tematykę, formę, a także dobór prelegentów i narzędzi, które miały podtrzymywać zainteresowanie uczestników. To wszystko pozwoliło nam ocenić, co się najlepiej sprzedaje – i co sprawia, że działania organizatora cieszą się większą skutecznością. Poniżej prezentujemy zestawienie najciekawszych statystyk podzielonych na tematyczne obszary. Warto się z nimi zapoznać, bo **wiedza... procentuje!**

Planowanie zawsze w planie

To podstawa wszystkich eventów online! A co podpowiedzą nam statystyki związane właśnie z tą fazą? Przede wszystkim, dowiemy się z nich, ile wynosi średni koszt udziału uczestnika. Poznamy także platformy hostingowe używane w branży i idealne terminy dla wirtualnych wydarzeń.

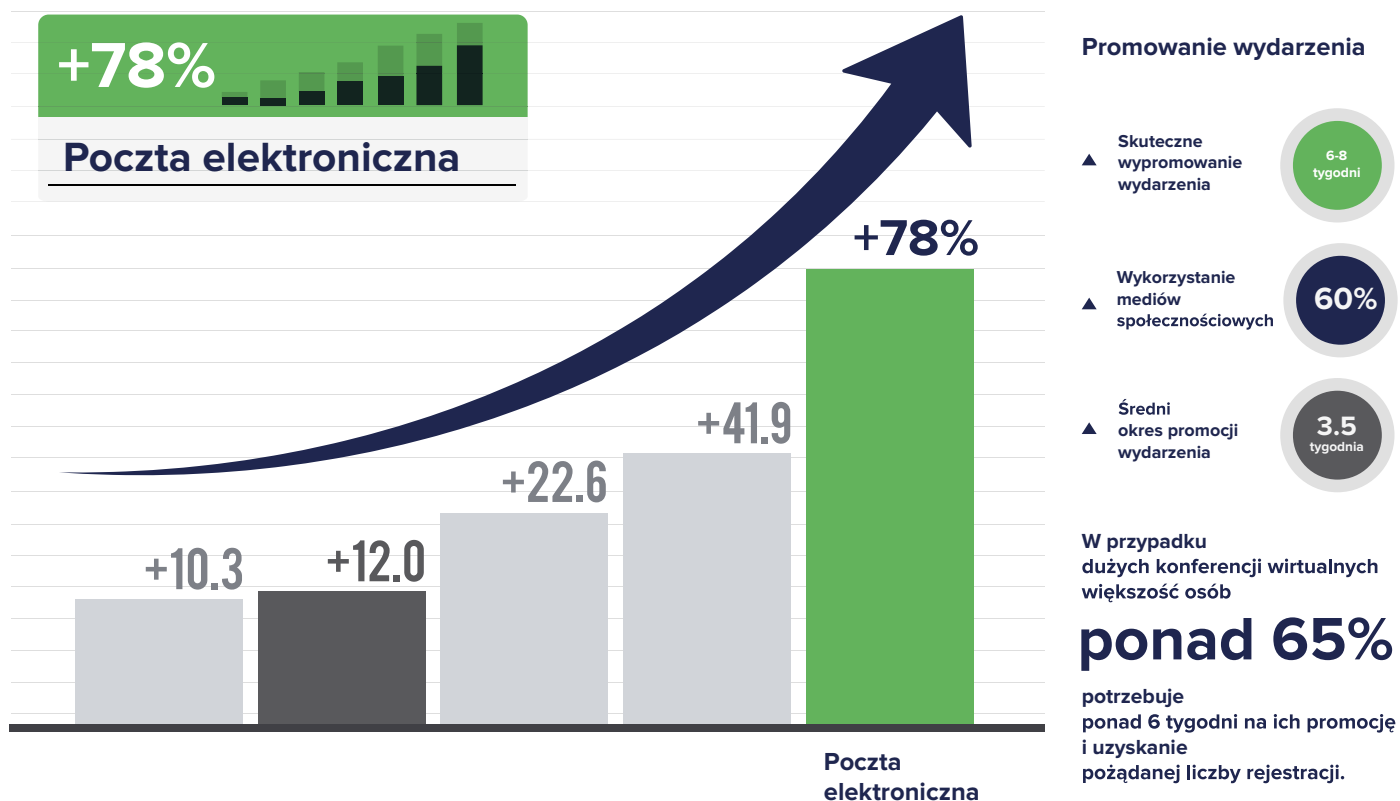
- Aż **56%** ankietowanych twierdzi, że zaplanowanie małego wydarzenia online zajmuje od **2 do 4 tygodni**.



Moc promocji

Nie od dziś wiadomo, że reklama jest dźwignią handlu i... eventów! Dlatego warto zagłębić się w statystyki dotyczące kolejnej fazy, jaką jest promocja wydarzeń online. Dzięki temu poznamy główne źródło rejestracji uczestników, a także średnie koszty pakietów sponsorskich.

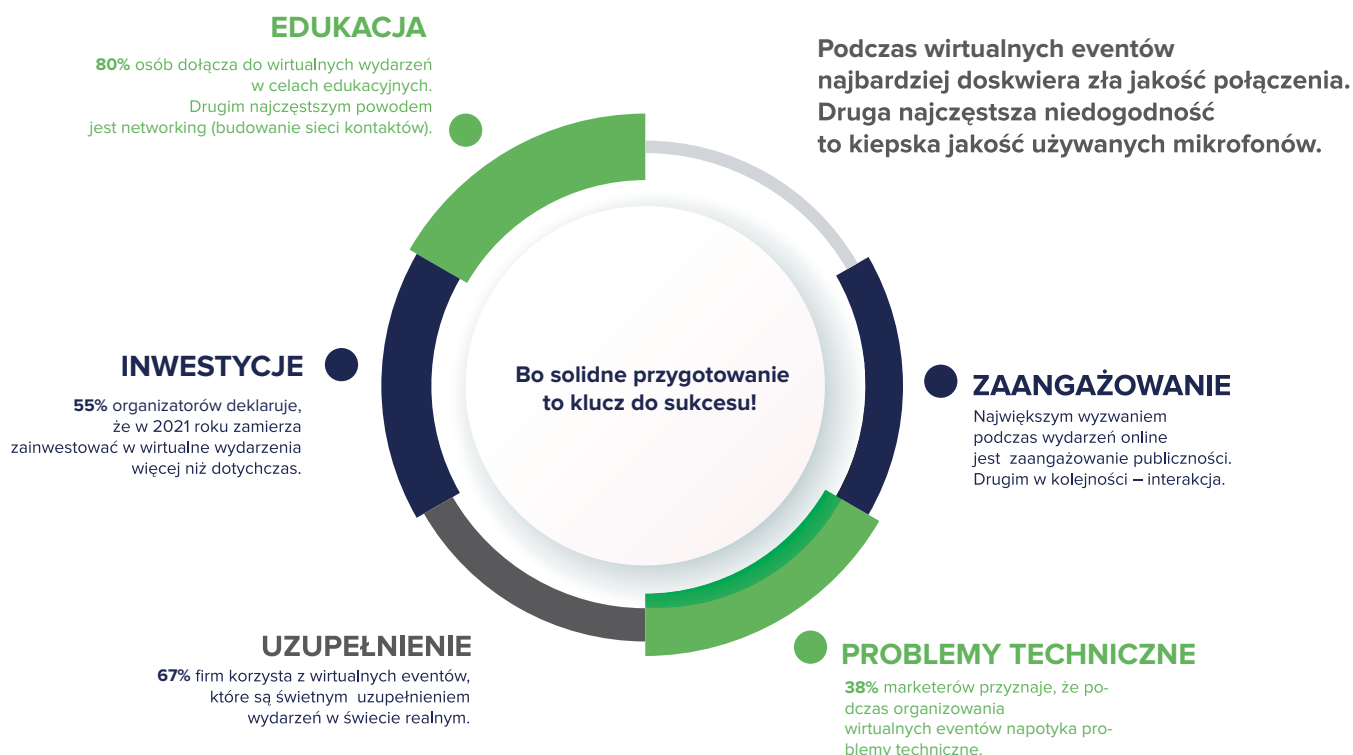
- Do generowania znaczącej liczby rejestracji, aż **60%** organizatorów wirtualnych wydarzeń wykorzystuje media społecznościowe.
- **76%** marketerów przyznaje, że poczta elektroniczna jest najskuteczniejszym sposobem na zwiększenie liczby rejestracji.
- W większości przypadków skuteczne wypromowanie małych wydarzeń wirtualnych trwa **od 3 do 6 tygodni**.
- W przypadku dużych konferencji wirtualnych większość osób (**65%**) potrzebuje **ponad 6 tygodni** na ich promocję i uzyskanie pożądanej liczby rejestracji.
- Średni okres promocji wydarzenia trwa **3,5 tygodnia**.



Gotowi na wszystko

Bo solidne przygotowanie to klucz do sukcesu! A statystyki sukcesów i wyzwań dają nam wgląd w jego wskaźniki. Pokazują też, jakie wyzwania wiążą się z wirtualnymi wydarzeniami – dzięki czemu można im wyjść naprzeciw. Co więcej, świadomość ich istnienia usprawnia etap przygotowań.

- Największym wyzwaniem podczas wydarzeń online jest **zaangażowanie publiczności**. Drugim w kolejności – **interakcja**.
- **38%** marketerów przyznaje, że podczas organizowania wirtualnych eventów napotyka problemy techniczne.
- **80%** osób dołącza do wirtualnych wydarzeń w celach edukacyjnych. Drugim najczęstszym powodem jest networking (budowanie sieci kontaktów).
- **55%** organizatorów deklaruje, że w 2021 roku zamierza zainwestować w wirtualne wydarzenia więcej niż dotychczas.
- **67%** firm korzysta z wirtualnych eventów, które są świetnym uzupełnieniem wydarzeń w świecie realnym.
- Podczas wirtualnych eventów najbardziej doskwiera zła jakość połączenia. Druga najczęstsza niedogodność to kiepska jakość używanych mikrofonów.



Akcja interakcja

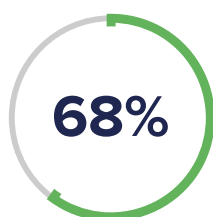
Równie ciekawe są statystyki, które biorą pod lupę zaangażowanie podczas wydarzeń online. Dają one wgląd w preferencje użytkowników i tym samym pomagają organizatorom w tworzeniu eventów. Bo oprócz dobrego sprzętu czy ładowarek, ważny jest również kontakt... z uczestnikami!

- Tylko **30%** organizatorów wysyła uczestnikom prezenty.
- **68%** firm B2B zatrudnia zewnętrznych moderatorów, którzy prowadzą wirtualne rozmowy przy okrągłym stole.
- Głównym powodem korzystania z aplikacji do wydarzeń jest możliwość rejestracji sesji, a także przegląd agendy.
- **78%** firm, które używają aplikacji do wydarzeń, zauważa ich wpływ na pozytywny zwrot z inwestycji.
- **63%** osób twierdzi, że idealny czas na wirtualną dyskusję przy okrągłym stole wynosi **od 60 do 90 minut**.



PREZENTY

Tylko 30% organizatorów wysyła uczestnikom prezenty.



MODERATORZY

68% firm B2B zatrudnia zewnętrznych moderatorów, którzy prowadzą wirtualne rozmowy przy okrągłym stole.



ZWROT

78% firm, które używają aplikacji do wydarzeń, zauważa ich wpływ na pozytywny zwrot z inwestycji.



CZAS

63% osób twierdzi, że idealny czas na wirtualną dyskusję przy okrągłym stole wynosi od 60 do 90 minut.

Ogrom możliwości

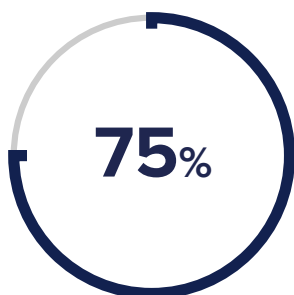
Następny rodzaj statystyk dotyczy wyłącznie dużych, wirtualnych targów. Są to wydarzenia, które obejmują co najmniej 1.000+ osób. Robi wrażenie! A jak zrobić wrażenie na ich uczestnikach?

- **68%** marketerów twierdzi, że podczas targów online satysfakcję odbiorców zwiększają spotkania indywidualne.
- **59%** organizatorów tych targów korzysta z grywalizacji, która ma na celu zwiększenie zaangażowania publiczności.
- **87%** organizatorów targów online decyduje się na wirtualne platformy eventowe, które oferują obecność sponsorów w formie stanowisk wirtualnych (booths).
- **74%** organizatorów wydarzeń B2B widzi dodatni zwrot z inwestycji co najmniej 6 miesięcy po wirtualnym wydarzeniu.



Profesjonalizm w cenie

Wspólnym mianownikiem większości wydarzeń (**75%**) jest obowiązkowa rejestracja oraz opłata za uczestnictwo. Rangę takich eventów podnoszą prelegenci. Gdy mamy do czynienia ze spotkaniem liczącym powyżej 2000 osób (**90%** ankietowanych odnotowało taką liczbę!), w $\frac{3}{4}$ takich przypadków co najmniej jeden prelegent pochodzi z zagranicy.

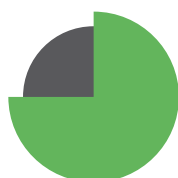


wydarzeń ma obowiązkową
rejestrację i opłatę

WYDARZENIA POWYŻEJ 2 TYS. OSÓB:



90% wydarzeń w 2020 roku



3/4 zaprasza prelegentów z zagranicy

↑ ranga ↑ prestiż ↑ zainteresowanie

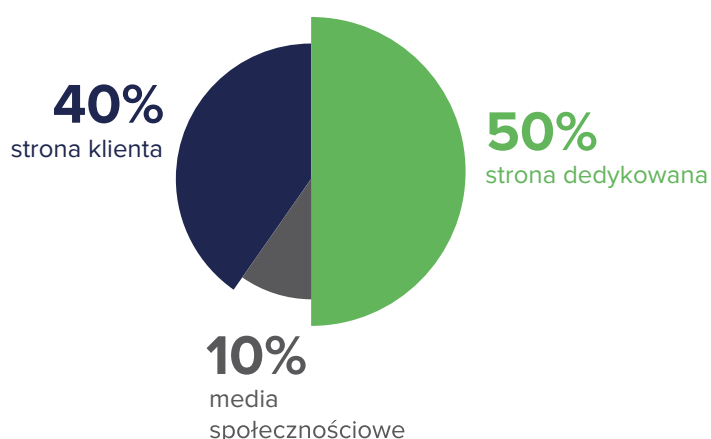
Nomen women

Równie ciekawie prezentują się liczby związane z samymi uczestnikami i uczestniczkami. W **60%** kobiety stanowiły mniejszość, a na **75%** konferencji stanowiły jedynie ¼ prelegentów.

Garść wiedzy

Mamy już w garści sporo danych na temat konferencji i ich uczestników – czas poznać kolejne informacje! Wynika z nich, że najchętniej transmitujemy wydarzenie za pośrednictwem strony dedykowanej (**50%** przypadków) lub na podstronie osadzonej w środowisku klienta. Najrzadziej na transmisję tego typu spotkań trafimy w mediach społecznościowych (tylko **10%**). Jak zauważyliśmy na początku tekstu, organizatorzy bardzo chętnie sięgają po dodatkowe narzędzia i rozwiązania. Oznacza to, że w trakcie trwania wszystkich konferencji i webinarów możemy wchodzić w interakcje poprzez czatowanie – a w większości przypadków spotkamy się z sesjami równoległymi (**75%**), Mentimeterem (**65%**) oraz pokojami tematycznymi (**55%**). Ponad połowa wydarzeń pozwala zwiedzić także strefy expo, gdzie wystawcy prezentują różne materiały multimedialne.

TRANSMISJA KONFERENCJI



NAJCZĘŚCIEJ WYKORZYSTYWANE ELEMENTY W TRAKCIE KONFERENCJI:





Jak w zegarku

Dobrze zorganizowane wydarzenia online mają pod kontrolą również czas! Większość z nich (**75%**) zaczyna się w godzinach porannych. Według założeń organizatorów, to właśnie wtedy najłatwiej jest utrzymać skupienie uczestników. Z tego też powodu poranki są najintensywniejsze – w agendach zawierają najwięcej punktów (do 10 punktów – **34%**, do 20 punktów – **40%**, do 30 – **17%**). Tak obfite wydarzenie wymaga oczywiście przerw. Najpopularniejsze to te krótkie, czyli 10-20 minut. Przerwa obiadowa trwa 20-30 minut i warto ją uwzględnić, ponieważ cały program trwa przeważnie 6-8 godzin (**75%**). Choć zdarzają się też takie, które liczą nawet 14 godzin (**9%**)!



Co dalej?

Mając wiedzę z minionych wydarzeń, wspólnie możemy dojść do kilku wniosków i rekomendacji. Event online wymaga utrzymania uwagi osób oglądających – inwestujmy zatem w dodatkowe narzędzia takie jak czat czy Mentimeter. Budujmy interakcje pomiędzy uczestnikami, tworząc pokoje tematyczne. Podkreślajmy prestiż i powagę wydarzenia, zapraszając wartościowych prelegentów, także tych z zagranicy. Pamiętajmy, że spotkania w godzinach porannych działają na naszą korzyść, gwarantując lepsze skupienie wśród uczestników. Zadbajmy także o zdrowie naszych oglądających – w tych czasach to wyjątkowo ważne, dlatego planujmy zawsze kilka krótkich przerw.

PS. Kobiety sprawdzają się świetnie w rolach prelegentów. Serio!



Nasze opracowanie przygotowaliśmy we współpracy z organizatorami wydarzeń:

- Perspektywy Women in Tech Summit 2020
- PLNOG Live
- TARGI PLAKATU 2020
- HackYeah 2020
- BPM Trends - automatyzacja i robotyzacja procesów biznesowych
- International PMI Poland Chapter Congress
- POZITIVE TECHNOLOGIES 2020
- .NET DeveloperDays
- BUSINESS INSIDER Global Trends Festival
- XXVII Sympozjum CHEMIA 2021
- Konferencja UJ - Badania w sektorze kultury
- Digital Dragons 2020
- Konferencja Dealerów Husqvarny 2020
- Festiwal Animacji ANIMARKT 2020
- Forum IAB
- Konferencja LEAN
- Międzynarodowa Konferencja Stowarzyszenia DALTON
- Konferencja EDU Lublin

Kontakt

Lively jest częścią agencji Live Age. Wspólnie realizujemy eventy i projekty live experience dla najlepszych. W realu i digitalu.

Jeśli chcesz poznać nas lepiej, odwiedź nasze strony:
liveage.pl oraz lively.pl.

Możesz też porozmawiać z nami bezpośrednio.

- **W sprawie raportu i badania:**

Szymon Pasaj, CEO
602 104 236, szymon@lively.pl

Katarzyna Maziarz, communication manager
kasia@events365.pl

- **O realizacji Twojego wydarzenia z nami:**

Jacek Mech, project manager
535 868 530, jacek@lively.pl

Niniejszy raport, w tym wszelkie informacje, materiały, grafiki, zdjęcia, infografiki, teksty, dane, wyniki badań i zestawienia w nim zawarte, podlegają ochronie prawa autorskiego. Kopiowanie, zwielokrotnianie, rozpowszechnianie i wszelkie inne formy korzystania z raportu wykraczające poza granice dozwolonego użytku osobistego bez zgody Agencji Live Age (Grupa Manta spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Krakowie) jest zabronione.

