

Evento Online vidiv

Cómo generar más y mejores oportunidades de venta a través de eventos online.

21 de septiembre de 2022



Hora de inicio: **17:00** Hora de fin: **17:49** Duración: **0h:49min**

En vidiv somos pioneros en extraer y analizar datos cuantitativos y cualitativos accionables de los eventos. Esta información permite evaluar cómo el evento ha contribuido a **alcanzar los objetivos de negocio** de la organización. Además, facilita el esfuerzo de **mejora continua para futuros eventos**.

Informe cuantitativo

Participantes online

Participantes únicos

104

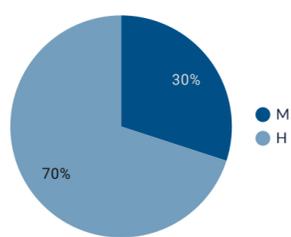
Participantes activos simultáneos (máximo)

56

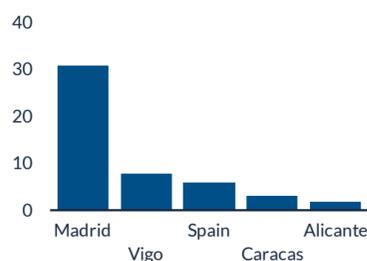
Participantes activos simultáneos (media)

42

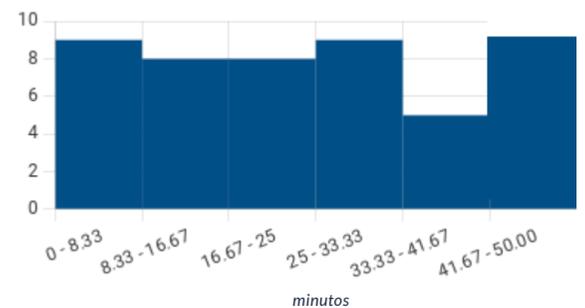
Género



Distribución geográfica

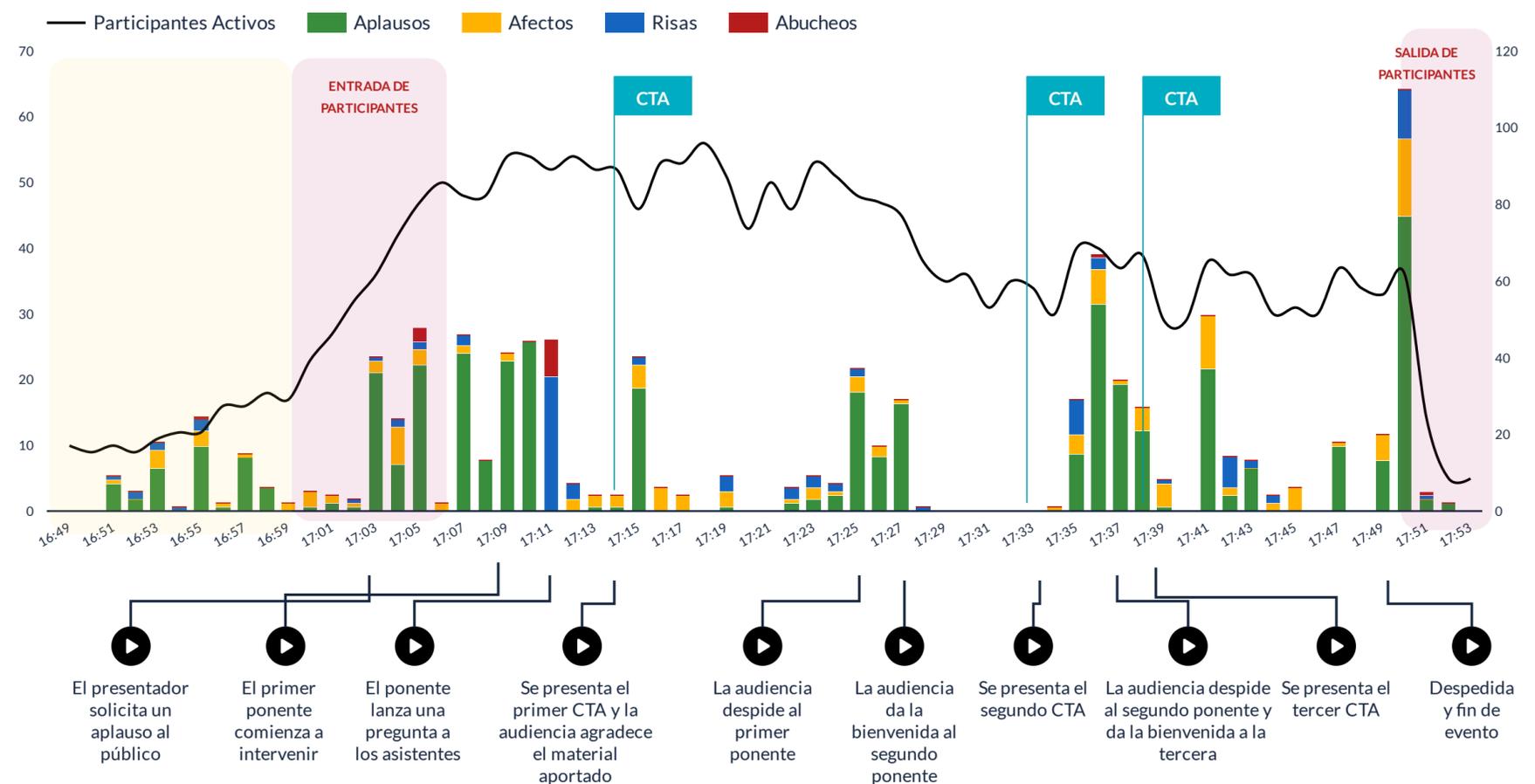


Minutos de evento atendiendo



Reacciones de la audiencia

Eje Y izquierdo: Participantes Activos
Eje Y derecho: Reacciones



Intervenciones online

Número de intervenciones

15

Tiempo medio de intervención

140s

Carlos Cabañas Gárate (31s)
Marcos Eguillor (13s)
Marcos Eguillor (327s)
Marcela González (22s)
Oscar Astier (52s)

Marcela González (65s)
Marcos Eguillor (8s)
Marcos Eguillor (274s)
Marcela González (6s)
Cristina Marcos (31s)

Marcos Eguillor (34s)
Marcos Eguillor (28s)
Fred Lores (576s)
Carlos Hernandez (588s)
Teresa Millanes (56s)

Vamos a vivirlo

Análisis accionable

Actualizamos estas recomendaciones de forma continua y trabajamos con nuestros clientes para **mejorar los resultados de negocio** de sus eventos y ayudarles a **conocer mejor a su audiencia**.

General

Llegar tarde: cuestión cultural respaldada por datos

Los datos de los eventos realizados en vidiv revelan un patrón de comportamiento: los participantes llegan hasta 10 minutos tarde, según nuestra experiencia.

Recomendación: cuando diseñes y ejecutes un evento ten en cuenta que no vas a tener a toda la audiencia hasta pasados los 10 primeros minutos, aproximadamente. Procura no incluir contenido crítico en ese tiempo.

Si buscas engagement, diseña tu evento pensando en la participación

Los datos muestran que podemos convertir un *evento en vidiv* en un *evento vidiv*. Los eventos vidiv **multiplican x2 la atención** y consiguen un engagement de los participantes **superior al 90%**.

Recomendación: para lograr un evento vidiv, busca de manera activa que los asistentes participen a lo largo de todo el evento; no esperes al final para que pregunten. Cuanto más participan, más se enganchan a tu mensaje, y mejor es su experiencia.

Específico

Tu audiencia ha mostrado interés

El 68% de tu audiencia ha mantenido la atención durante más de un 15% del tiempo de evento, marca que consideramos clave para evaluar la experiencia.

Recomendación: a partir de 60 minutos de duración, es frecuente encontrar tasas de atención algo más reducidas. Procura mantener la duración de tus eventos similar a este para lograr retener el interés de tus participantes.

Buena dinámica = buen engagement

Has logrado que el 80% de tus participantes expresen sus emociones mediante las reacciones. El contenido del evento y dinamización han conseguido que la gente se vuelque con tu contenido en momentos concretos.

Recomendación: los disparadores emocionales como encuestas, bromas o anécdotas parecen funcionar bien con tu audiencia. Mejoran el engagement y recuperan la atención en momentos clave de tu evento.

Los CTA convierten y despiertan curiosidad en lo que cuentas

De media, has logrado el interés del 94% de tu audiencia en los enlaces (CTAs) que has enviado. Además, tras estos momentos la atención no solo vuelve a su estado inicial, sino que en ocasiones logras recuperar el interés de algunos participantes que no estaban prestando atención.

Recomendación: los CTAs son elementos poderosos de conversión. También, si logras lanzarlos en el momento correcto, sirven de catalizador de la atención, reenganchando a la audiencia que pueda estar en otras pestañas. Úsalos sabiamente entre bloques de contenido para maximizar su eficiencia, pero no abuses de ellos.

Registro de participantes



Se muestran los primeros 55 participantes del evento ordenados por el tiempo total atendiendo al evento. El registro completo con todas las métricas está disponible en el fichero que te hemos compartido (*vidiv-data.csv*).

	nombre	apellido	departamento	Reacciones	Minutos Activos
1.	Anonimizado 20	Anonimizado 20	Anonimizado 20		
2.	Anonimizado 19	Anonimizado 19	Anonimizado 19		
3.	Anonimizado 3	Anonimizado 3	Anonimizado 3		
4.	Anonimizado 18	Anonimizado 18	Anonimizado 18		
5.	Anonimizado 9	Anonimizado 9	Anonimizado 9		
6.	Anonimizado 16	Anonimizado 16	Anonimizado 16		
7.	Anonimizado 12	Anonimizado 12	Anonimizado 12		
8.	Anonimizado 52	Anonimizado 52	Anonimizado 52		
9.	Anonimizado 7	Anonimizado 7	Anonimizado 7		
10.	Anonimizado 54	Anonimizado 54	Anonimizado 54		
11.	Anonimizado 1	Anonimizado 1	Anonimizado 1		
12.	Anonimizado 32	Anonimizado 32	Anonimizado 32		
13.	Anonimizado 67	Anonimizado 67	Anonimizado 67		
14.	Anonimizado 36	Anonimizado 36	Anonimizado 36		
15.	Anonimizado 43	Anonimizado 43	Anonimizado 43		
16.	Anonimizado 27	Anonimizado 27	Anonimizado 27		
17.	Anonimizado 34	Anonimizado 34	Anonimizado 34		
18.	Anonimizado 46	Anonimizado 46	Anonimizado 46		
19.	Anonimizado 37	Anonimizado 37	Anonimizado 37		
20.	Anonimizado 25	Anonimizado 25	Anonimizado 25		
21.	Anonimizado 21	Anonimizado 21	Anonimizado 21		
22.	Anonimizado 84	Anonimizado 84	Anonimizado 84		
23.	Anonimizado 42	Anonimizado 42	Anonimizado 42		
24.	Anonimizado 5	Anonimizado 5	Anonimizado 5		
25.	Anonimizado 11	Anonimizado 11	Anonimizado 11		
26.	Anonimizado 73	Anonimizado 73	Anonimizado 73		
27.	Anonimizado 23	Anonimizado 23	Anonimizado 23		
28.	Anonimizado 90	Anonimizado 90	Anonimizado 90		
29.	Anonimizado 45	Anonimizado 45	Anonimizado 45		
30.	Anonimizado 28	Anonimizado 28	Anonimizado 28		
31.	Anonimizado 4	Anonimizado 4	Anonimizado 4		
32.	Anonimizado 8	Anonimizado 8	Anonimizado 8		
33.	Anonimizado 10	Anonimizado 10	Anonimizado 10		
34.	Anonimizado 30	Anonimizado 30	Anonimizado 30		
35.	Anonimizado 66	Anonimizado 66	Anonimizado 66		
36.	Anonimizado 93	Anonimizado 93	Anonimizado 93		
37.	Anonimizado 26	Anonimizado 26	Anonimizado 26		
38.	Anonimizado 22	Anonimizado 22	Anonimizado 22		
39.	Anonimizado 24	Anonimizado 24	Anonimizado 24		
40.	Anonimizado 48	Anonimizado 48	Anonimizado 48		
41.	Anonimizado 69	Anonimizado 69	Anonimizado 69		
42.	Anonimizado 31	Anonimizado 31	Anonimizado 31		
43.	Anonimizado 85	Anonimizado 85	Anonimizado 85		
44.	Anonimizado 82	Anonimizado 82	Anonimizado 82		
45.	Anonimizado 47	Anonimizado 47	Anonimizado 47		
46.	Anonimizado 55	Anonimizado 55	Anonimizado 55		
47.	Anonimizado 6	Anonimizado 6	Anonimizado 6		
48.	Anonimizado 39	Anonimizado 39	Anonimizado 39		
49.	Anonimizado 71	Anonimizado 71	Anonimizado 71		
50.	Anonimizado 64	Anonimizado 64	Anonimizado 64		
51.	Anonimizado 40	Anonimizado 40	Anonimizado 40		
52.	Anonimizado 41	Anonimizado 41	Anonimizado 41		
53.	Anonimizado 87	Anonimizado 87	Anonimizado 87		
54.	Anonimizado 49	Anonimizado 49	Anonimizado 49		
55.	Anonimizado 63	Anonimizado 63	Anonimizado 63		

Accionable

Que define una relación causa-efecto sobre la que se puede actuar para mejorar.

Aforo de comienzo

Punto óptimo dentro de la entrada de participantes en el que se considera que la audiencia está preparada.

Aforo de salida

Punto en el que la mayoría de participantes abandonan el evento.

Apertura de puertas

Intervalo pre-evento en el que se espera que la audiencia comience a entrar.

Cualitativo

Relativo a las causas subyacentes, emociones y valores de una hipótesis.

Cuantitativo

Relativo a la propiedad numérica de los datos, investigaciones, métodos o resultados.

Duración medible óptima

Intervalo del evento en el que la medición de la experiencia tiene sentido y es concluyente.

Entrada de participantes

Intervalo adicional a la Apertura de puertas en el que los participantes aún están entrando al evento.

Evento en vidiv

Evento realizado en la plataforma vidiv.

Evento vidiv

Evento realizado en la plataforma vidiv siguiendo las recomendaciones que los datos permiten concluir.

Flujo de atención

Presencia de participantes activos en cada minuto, visualizada en una línea temporal.

Hora oficial de comienzo

Hora en la que empieza el evento según lo comunicado en la difusión del evento.

Intervenciones

Intervalos en los que los participantes entran a la conversación tras haberles sido concedida la palabra.

Participantes activos

Participantes que no sólo están conectados, sino presentes en la pestaña del navegador.

Reacciones

Expresión de las emociones de los participantes a través de la interfaz de vidiv.

Salida de participantes

Intervalo en el que la participación decrece drásticamente por haber finalizado el evento.

Tasa de engagement

Proporción de participantes que han expresado sus emociones mediante reacciones.