

Evento Online en vidiv

Manos alzadas, herramienta clave de la cultura corporativa

vidiv

10 de febrero de 2022

Apertura de puertas: **18:30** Aforo de comienzo: **19:07** Duración medible óptima: **59 min**
 Hora oficial de comienzo: **19:00** Aforo de salida: **20:06**

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

122

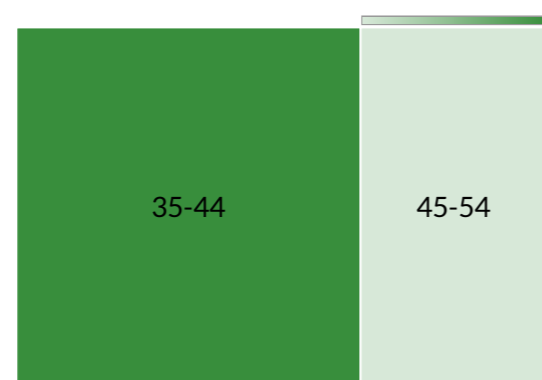
Participantes activos simultáneos (máximo)

70

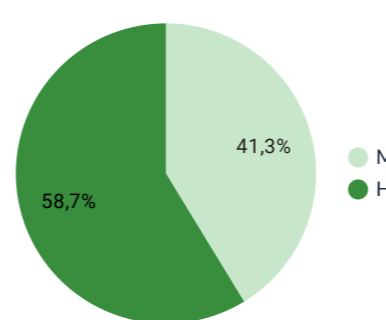
Participantes activos simultáneos (media)

56

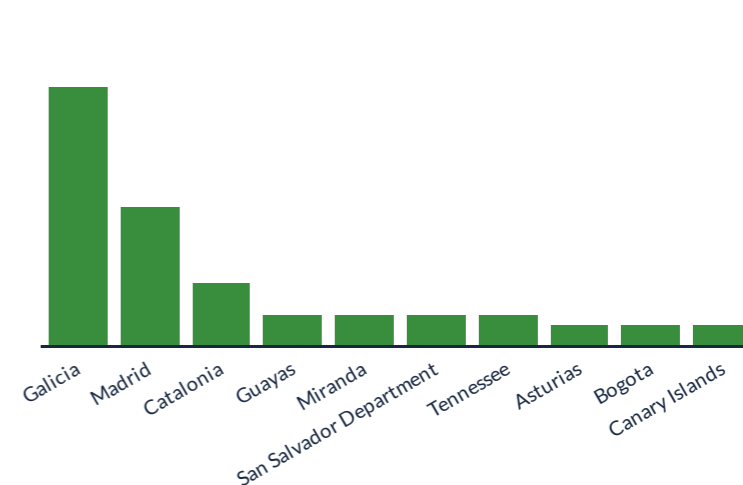
Grupos de edad



Género

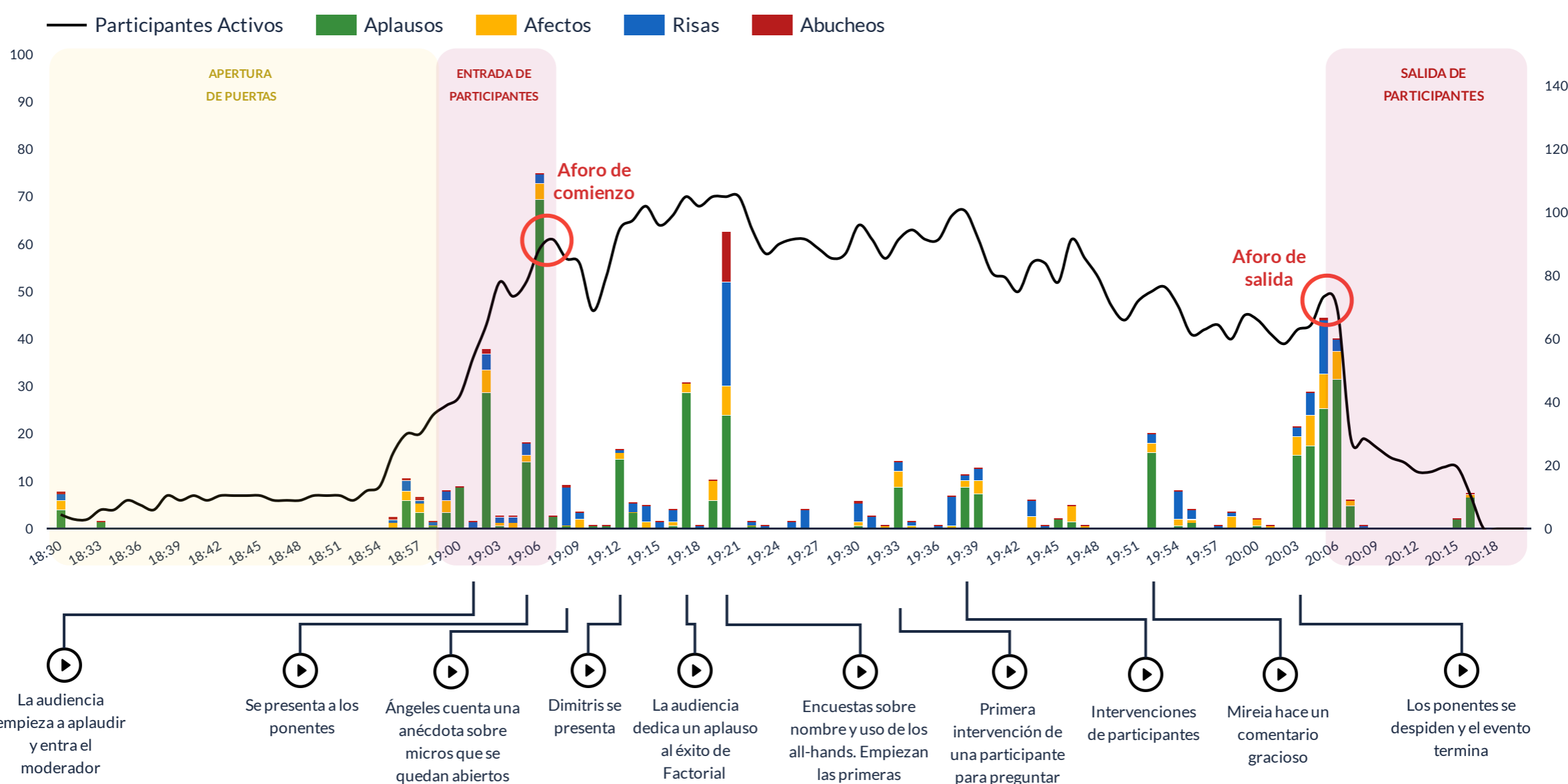


Distribución geográfica



Reacciones de la audiencia

Eje Y izquierdo: Participantes Activos
 Eje Y derecho: Reacciones



Intervenciones online

Número de intervenciones

4

Tiempo medio de intervención

1min 19seg

▶ Ana Celia Vázquez González (1m 14s)

▶ José Palma (49s)

▶ Guillem Daniel Esteba (1m 51s)

▶ Alfonso Gutiérrez (1m 23s)

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**.

Recomendaciones generales

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 vidid* 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.

Recomendaciones específicas

Las encuestas funcionan, sigue aprovechándolas

Las encuestas son una buena manera de estimular las reacciones de los participantes. El momento en el que las has introducido ha marcado uno de los **picos más altos de reacciones**, detrás del momento de presentación de los ponentes.

Recomendación: a todo el mundo le gusta hablar de sí mismo; lanza encuestas con un toque personal o divertido, y deja que la audiencia se emocione. Especialmente durante los primeros minutos y de forma más intercalada a lo largo de tu evento.

El cómo ha ido mejor que el qué

El flujo de atención de tu evento es ligeramente irregular. Puedes comprobarlo siguiendo la participación activa. Sin embargo, has logrado alcanzar el **90% de engagement**. Esto sugiere que los participantes han disfrutado mucho de cómo se ha desarrollado la dinámica del evento, pero no han prestado tanta atención al tema del que se hablaba.

Recomendación: tu evento ha incluido la mitad de intervenciones frente a nuestro benchmark. Procura hacer más preguntas concretas que generen curiosidad y permitan el debate entre participantes y mejorar la retención de atención.

Las anécdotas graciosas captan risas y atención

La proporción entre **Risas y Aplausos es un 32% mayor** que la mayoría de eventos vidiv; los comentarios y anécdotas de ponentes y moderador han impactado positivamente en la audiencia. Al estar bien intercalados entre el contenido, has conseguido una media de **11 reacciones por minuto** y **8 reacciones por participante**.

Recomendación: tu discurso gusta, informa y entretiene. Sigue así. Puedes experimentar con nuevos disparadores, como chistes o bromas.

Glosario

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.