



COMO ORGANIZAR EVENTOS DIGITAIS NA FORMAÇÃO E EDUCAÇÃO

UMA PRIMEIRA PALAVRA...

160 respostas às expectativas sobre a sessão:

Nada há que chegue à presença humana mas...

Em qualquer ação, formação, sessão, há três novos desafios:

Ser interessado nos participantes

Tentar ser interessante

Procurar compreender o público alvo



AS APRESENTAÇÕES E VÍDEOS... SÃO VOSSOS...

[HTTP://BIT.LY/forma-te2910](http://bit.ly/forma-te2910)



OBJETIVOS DA SESSÃO:

Identificar os vários tipos de evento digital

Conhecer as fases de um evento digital e a importância na organização

Adequar as plataformas às necessidades do evento

Compreender a importância dos testes, guião e do conteúdo num evento digital

Tirar proveito do pós-evento

3 PERGUNTAS CHAVE SOBRE O EVENTO DIGITAL

1. QUEM É O NOSSO PÚBLICO E PORQUE ESTÁ AQUI?

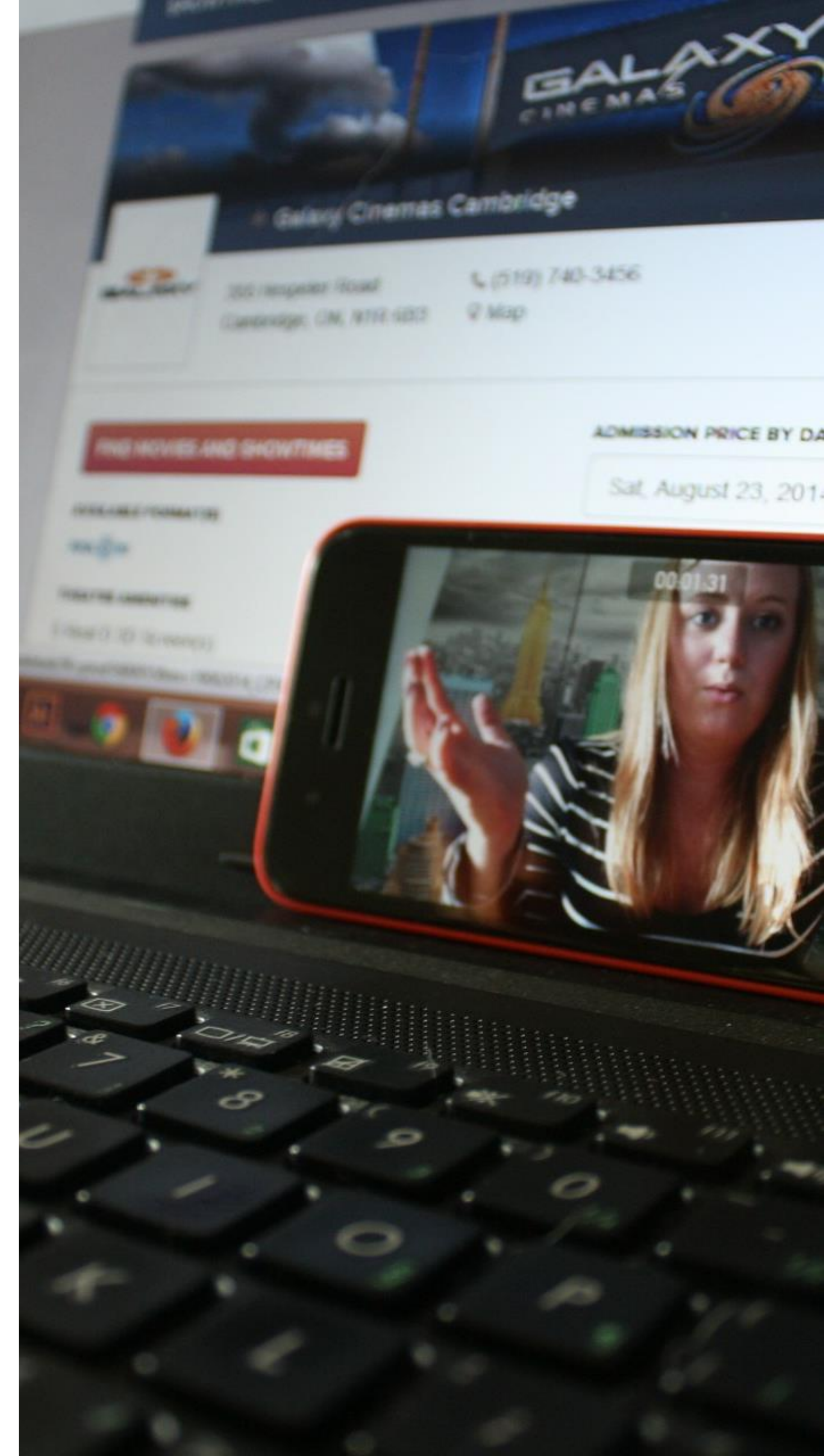
Qual a sua idade, qual o contexto sócio económico, qual o tempo disponível, como prefere realizar a formação? Formação obrigatória vs por interesse/proatividade

2. QUE EXPECTATIVAS TEM E O QUE VAMOS ENTREGAR?

O que espera que aconteça? Como podemos cumprir, o que vamos entregar e como vamos entregar.

3. COMO CAPTAR E MANTER A ATENÇÃO?

Que interação vamos ter? Vídeos, Quadro branco, perguntas, conteúdo assíncrono, votações, apresentação, “roleplaying”?... Como produzir um conteúdo diferenciado, como ser interessado e procurar ser interessante.



TIPOS DE CONTEÚDO

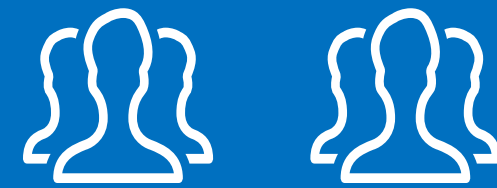


LIVE STREAMING

Entrevistas com
personalidades

Concertos

Assuntos de carácter geral



CONFERÊNCIA A GRUPO

Sessões Breakout
(técnicas)

Formações com poucos
participantes

Consultoria

Reuniões de Equipa



WEBINAR

Aula

Demonstração de Produto

Apresentação com Q&A técnico

Apresentação de especialista

Formação generalista (grandes
equipas, procedimentos)

Comunicação resultados

DEFINIR TIPO DE EVENTO DIGITAL



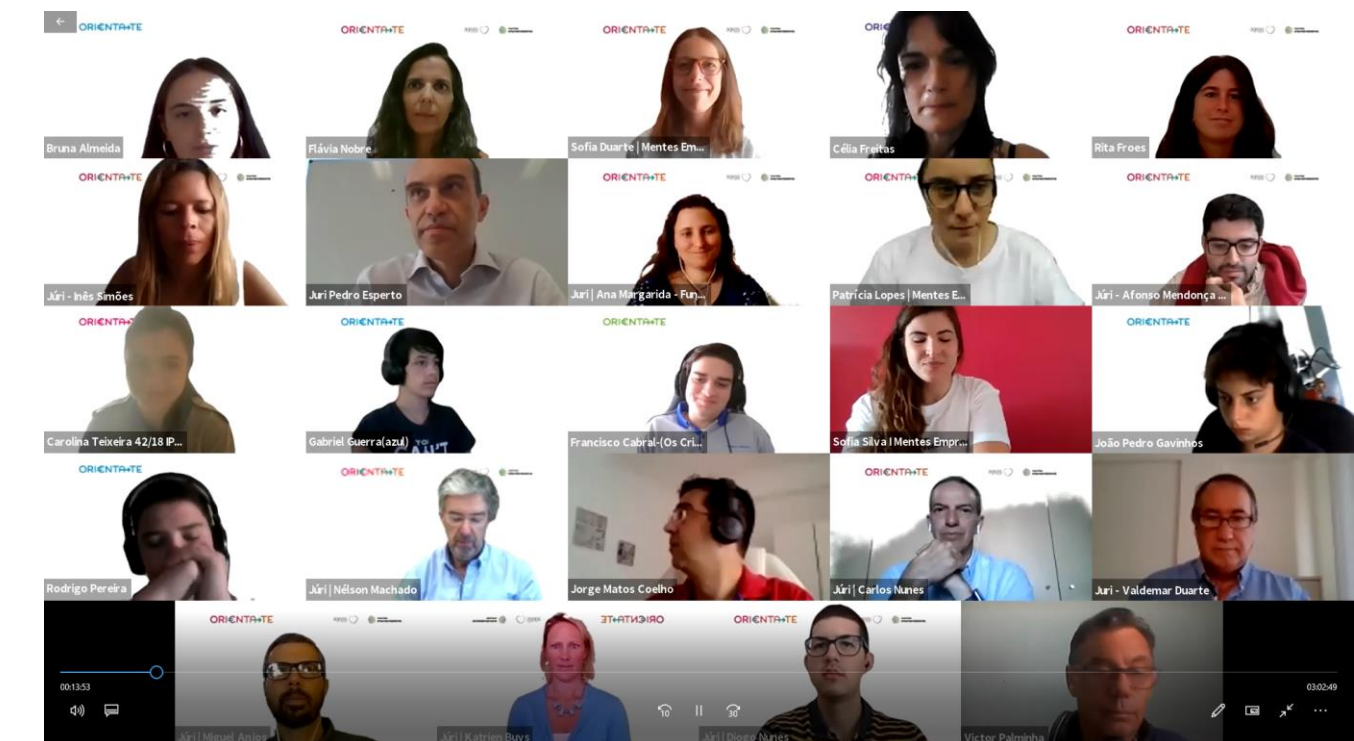
Inscrição e lembretes	Sem inscrição / facultativa
Customização da marca	Logotipo, nome, background
Tipo de público	Não segmentado
Forma de entrar/participar	Livre acesso
Capacidade	Ilimitada (Redes sociais)
Plataforma	Streamyard.com, be.live, obs studio, zoom
Funcionalidades de Interação	Chat aberto em texto
Pós-evento	Vídeo fica disponível nas Redes Sociais
Adequado a:	Eventos públicos, apresentações, entrevistas para público em geral



DEFINIR TIPO DE EVENTO DIGITAL



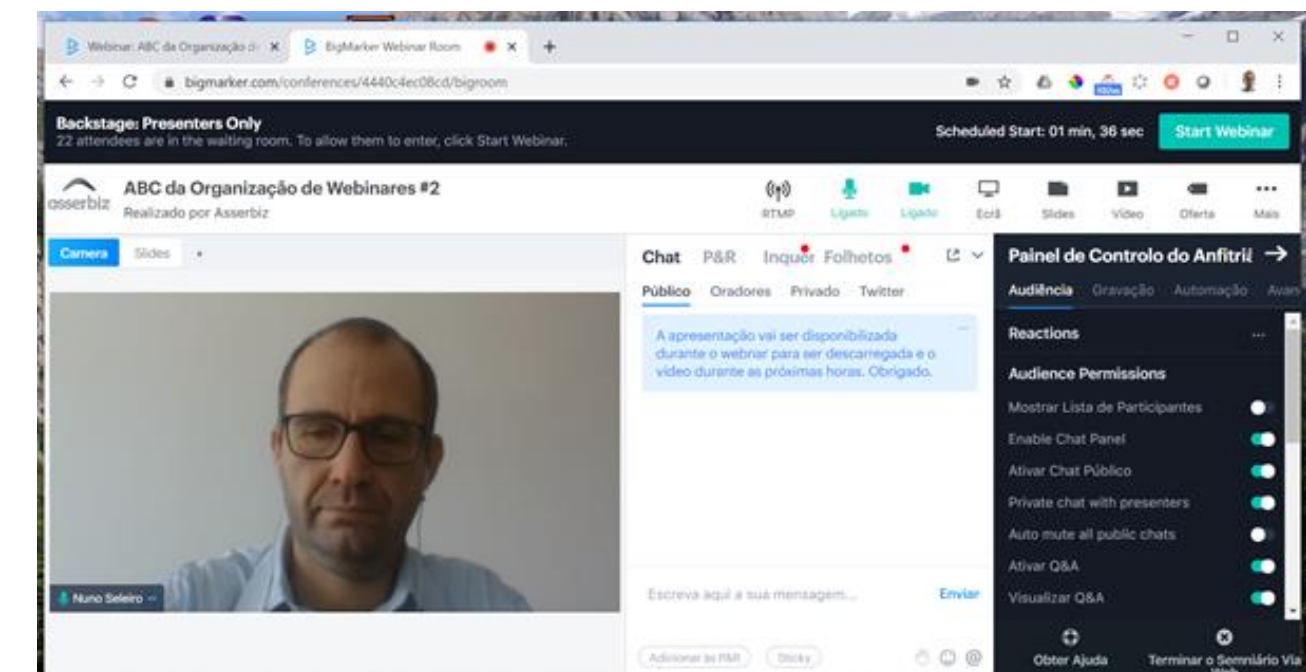
Inscrição e lembretes	Link único para os participantes,
Customização da marca	Praticamente inexistente (fundos virtuais)
Tipo de público	Por convite, muito restrito
Forma de participar/entrar	Validado pelo Host (administrador da reunião)
Capacidade	Limitada (normal até 50 podendo ir a 100/200)
Plataforma	Zoom, GotoMeeting, CiscoWebex, Teams
Funcionalidades de Interação	Chat, votações, Q&A, tradução em simultâneo (Zoom), partilha de áudio e vídeo
Pós-evento	Restrito
Adequado a:	Reuniões restritas, todos participam, gestão concertada das intervenções, cooperação, formações com poucas pessoas.



DEFINIR TIPO DE EVENTO DIGITAL



Inscrição e lembretes	Formulário, com envio de links únicos para cada participante
Customização da marca	Reduzida, podendo ser melhorada com integração de estúdio ou ferramentas de live streaming
Tipo de público	Restrito por inscrição
Forma de participar/entrar	Inscrição, podendo ser automática ou validada
Capacidade	Limitada (100/500/1000)
Plataforma	Bigmarker, Zoom Webinar, GoToWebinar.
Funcionalidades de Interação	Chat, votações, Q&A
Pós-evento	Disponibilização da gravação para quem não assistiu, followup de inquérito de satisfação, certificados
Adequado a:	Conferências virtuais, demonstrações de produto, formações com muitas pessoas, métrica robustas de participação. Foco na interação.



AS FASES DE UM EVENTO DIGITAL



AS 9 FASES DE UM EVENTO DIGITAL

1. DEFINIR TIPO DE EVENTO

Live streaming, webinar ou conferência de grupo

2. ESTRUTURA DO EVENTO

Oradores e moderadores, captação de imagem, apresentações, formato do evento, sessões.

3. GESTÃO DE INSCRIÇÕES

Formulário de registo e lembretes.

4. PLATAFORMA

Customização, investimento

5. GUIÃO DO EVENTO

Definir os vários momentos e intervenientes.

6. INTERAÇÃO

Intervenções dos participantes, chat, Q&A, votações, partilha de documentos

7. TESTES

Cuidados a ter, partilha de boas práticas, alinhamento do guião

8. NO EVENTO...

Gestão de comentários, regie virtual, questões técnicas.

9. PÓS-EVENTO

Partilha do video, novas peças de conteúdo (ebooks, vídeos mais pequenos), podcasts.

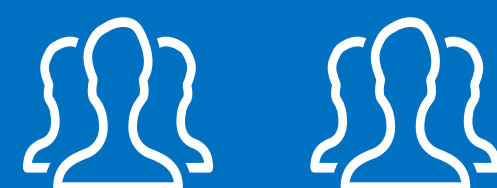
GESTÃO DE INSCRIÇÕES



LIVE STREAMING

Facultativa, pessoas acedem à Rede Social ou ao site sem necessidade de registo.

No entanto registo é muito útil para os lembretes e aumentar a audiência ao vivo



CONFERÊNCIA GRUPO

Obrigatória, através de link único para os participantes. Administrador pode aprovar a entrada.



WEBINAR

Obrigatória, com registo personalizado em formulário da Plataforma.
Link único para cada participante.

PLATAFORMA DO EVENTO DIGITAL



LIVE STREAMING

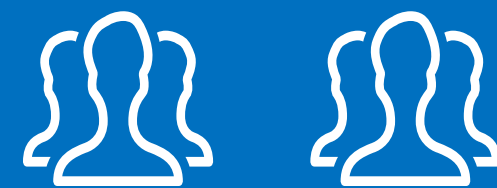
Streamyard

Be.live

Zoom

Vmix

OBS Studio



CONFERÊNCIA GRUPO

Teams

Zoom

GoToMeeting

Cisco Webex



WEBINAR

GotoWebinar

Webinarjam

Bigmarker

Webinarninja

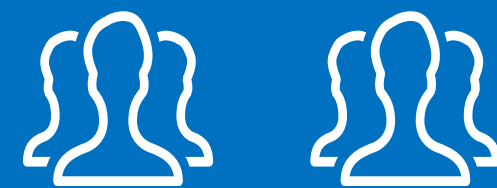
ClicktoMeeting

GUIÃO DO EVENTO DIGITAL



LIVE STREAMING

Oradores em simultâneo
Imagens e multimedia
Início e fim
Gestão das perguntas
Gestão dos temas



CONFERÊNCIA GRUPO

Gestão das intervenções
Gestão de audio e video (mute)
Agenda
Formas de interação



WEBINAR

Definição dos oradores
Conteúdo a apresentar
Dinamização da interação
(Perguntas, votações)
Partilha de informação
Início e fim

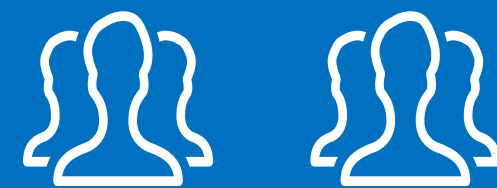
INTERAÇÃO NO EVENTO DIGITAL



LIVE STREAMING

Chat e perguntas

Definir momentos de interação
com público



CONFERÊNCIA GRUPO

Chat

Perguntas
Votações



WEBINAR

Chat

Perguntas
Votações
Partilha de documentos
Ofertas
Vídeos

O QUE USAR (HARDWARE E SOFTWARE)

1. PC SEMPRE QUE POSSÍVEL

Com maior poder de processamento, maior capacidade e melhor robustez, o PC é a forma ideal de fazer webinar ou videoconferência, comparativamente com tablet e smartphone.

2. BROWSERS A USAR

De todos, é preferível o Chrome e depois o Firefox, dado que algumas não são compatíveis com o Safari. O Edge e o descontinuado Internet Explorer podem gerar problemas de acesso.

3. BOA ILUMINAÇÃO NO LOCAL

Sombras, ângulos escuros, pioram a qualidade da imagem. Sempre que possível ter o local bem iluminado para permitir que o rosto seja bem visível e desta forma melhorar a experiência de quem observa.

4. CÂMERA AO NÍVEL DOS OLHOS

Já vimos comunicações onde o rosto está em plano superior à câmera ou muito inferior resultando em ângulos que desfavorecem o rosto. Além de passar uma imagem pouco cuidada e profissional, cria mais ruído visual.

5. AURICULAR DE FIO É PREFERENCIAL

Há muitos tipos de microfones. Mas as condições dependem do ruído do local, do retorno do som do computador, entre outros aspectos. Os auriculares Bluetooth podem gerar incompatibilidades ou pode a bateria não durar. O ideal é ser de fios para minorar estes riscos.

6. LIGAR O EQUIPAMENTO À CORRENTE

Ficar sem bateria é uma frustração e pode minar a sua intervenção, aumentando o nervosismo. E para mais, com pouca bateria, os processadores entram em modo de poupança. Tenha sempre o seu carregador a postos.

LIGAÇÃO, O CORAÇÃO DO EVENTO

1. LIGAÇÃO POR CABO É O IDEAL

É cada vez mais raro mas a ligação por cabo permite menos oscilações na qualidade do sinal, maior estabilidade e consequente aumento da qualidade na ligação.

2. ESTAR PRÓXIMO DO ROUTER

Não sendo possível cabo, estar próximo do router, sem obstáculos (paredes, p.e.) é o segundo cenário preferido para uma ligação com qualidade.

3. TESTAR A INTERNET

Com o speedtest ou outras ferramentas saber com o que contamos é o primeiro passo para sabermos se estamos bem ou se precisamos de outros planos para ligação. Há aplicações que exigem menos mas ter 10Mbps/10Mbps.

4. USAR BACKUPS EM 4G

A fibra nunca cai (mas pode cair), mas a eletricidade sim ou o router pode ter um problema. Se pudermos ter um backup em 4G garantimos redundância de equipamento e tecnologia. Se estivermos a aceder em ADSL ainda é mais crítico.

5. UPS PARA COLMATAR FALHA DE ENERGIA

Ter uma UPS, permite durante largos minutos que mesmo que a eletricidade falhe, a internet funcione, sem quebra de serviço, o que é muito bom para implementar planos alternativos (p.e. o 4G), ou terminar a comunicação de forma fluída.

TESTES, TESTES E PREPARAÇÃO

1.

AMBIENTE DE TESTE = EVENTO

Estar num local com um computador e equipamento diferente do dia do evento, não é fiável. São muitas variáveis diferentes. Assim, tudo deve ser o mais semelhante ao dia do evento para que se possam aferir problemas ou necessidades, ou simplesmente atestar que está tudo em condições.

2.

FECHAR OUTRAS APLICAÇÕES

Tudo ajuda a tornar a experiência mais ou menos fluída. Ter várias aplicações em segundo plano torna o computador mais lento e pode mesmo impactar no próprio serviço. Além de evitar ventoinhas a funcionar, aquecimento entre outras situações. O processamento de áudio e vídeo é intenso

3.

DESLIGAR NOTIFICAÇÕES

Colocar o telefone em silêncio e desligarmos notificações do PC ajuda não nos desconcentrarmos e não gerirmos sons que não são próprios no dia do evento. .

4.

TESTE CONJUNTO E COM AS APRESENTAÇÕES

Há vários oradores? Há apresentações? Então deverá existir uma sessão conjunta com uma agenda prévia do que vai ocorrer no dia do evento. É aqui que se alinha o guião, as partilhas de apresentações, onde e quem vai fazer.

5.

VALIDAR AGENDA E GUIÃO

Quem, o quê, como e quando. Sempre. É fundamental perceber os tempos, onde está a informação, quem vai participar, com que formatos, como são feitos os separadores, pausas e momentos de votação, Q&A, entre outros. É o ponto-chave de um evento bem organizado.

O DIA DO EVENTO CHEGOU

1. 30 A 15 MINUTOS ANTES ESTAR ON

Já está tudo testado mas nunca é demais chegar a horas e fazer o último check. A postura é diferente, o timbre de voz e respiração são diferentes quando nos preparamos.

2. O QUEBRA GELO

Se existirem mais pessoas, uma pequena conversa ajuda a quebrar o nervosismo, e quando a sessão começar, já há uma cumplicidade.

3. INFORMAR OS PARTICIPANTES DA AGENDA

Vai existir momento próprio para Q&A? Qual o tempo de cada intervenção? Como se vai desenrolar? É importante dar a conhecer a dinâmica do evento (a não ser que faça parte da surpresa) à audiência para não defraudar expectativas (p.e ter questões e não responder em tempo útil)..

4. CONHECER O PLANO B E O CHAT DE ORADORES

Se “cairmos”, e se outra pessoa “cair”? E se a apresentação não arrancar? Sim, faz parte de uma preparação de que não falamos mas está inerente. Se algo falhar o que deve acontecer? Usar o chat entre oradores permite uma comunicação paralela que pode auxiliar em alguns momentos de transição ou chamadas de atenção.

5. QUESTÕES TÉCNICAS

Alocar recursos humanos para respostas técnicas na sessão no caso da Conferência Grupo e Webinar.

6. GESTÃO DE QUESTÕES

Como vão ser geridas as questões, e quem as vai escolher? Definir os momentos onde existe interação (sempre, em dado momento)

FORMAS DE CAPTAR E ANTER ATENÇÃO

1. MOMENTOS PARA QUESTÕES

Definir momentos de intervenção e colocação de questões pelos participantes. Alocar tempo para esse tipo de momento.

2. INSERÇÃO DE VÍDEOS CURTOS

Há quem aprecie apresentações, diálogo, mas os vídeos curtos permitem uma compreensão do conteúdo de forma rica, permitindo alterar várias formas de conteúdo.

3. CONTEÚDO FOCADO E POR PONTOS

Legibilidade, facilidade na exposição, clareza de raciocínio, manter a linguagem acessível.

4. VOTAÇÕES PARA DISCUSSÃO

Definir momentos de quebra-gelo para estimular a audiência. Dentro das plataformas ou com plataformas como o Kahoot (partilhando p.e. o ecrã)

5. DAR ESPAÇO AOS PARTICIPANTES

Apresentações, colocação de questões, num tom próximo, amigável e colaborativo.

6. GERIR O TEMPO (REGRA DOS 50%)

Se uma apresentação demorava 40 minutos, “apontar” para 20 para permitir espaço aberto, esclarecimento de questões, e o digital “cansa” mais.

A LISTA DO ORGANIZADOR

1. APRESENTAÇÕES

Quem vai ter apresentações. Teste, duração, e forma de partilha. O público vai ter acesso?

2. AGENDA

Que duração vai ter cada intervenção? Qual o momento de respostas? Qual o papel dos oradores? Quem vai gerir?

3. MOMENTOS DE INTERAÇÃO

Q&A/Votações/Partilha de documentos, quando, quem e como.

4. PRESENÇA DOS ORADORES

Quem entra, fica e sai. Regras de microfones e cameras. Tipos de intervenção (solo, conjunta)

5. GESTÃO DA DURAÇÃO

Intervalos, lembretes de tempo, informação sobre as intervenções. Definição de formas e responsáveis

6. O PAPEL DO MODERADOR

Definir papel e existência de moderador e qual a intervenção com outros palestrantes e com o público. Gere as questões, p.e.?

7. PERGUNTAS TÉCNICAS

Tipos de questões a responder, responsáveis pela resposta.

8. PLANO B

Definição das falhas (oradores, apresentações, ligações)

9. COMO TERMINAR

Manter o público atento no fim, como terminar (separador imagem, video, inquérito)

PÓS EVENTO



FORMATOS DE CONTEÚDO/Métricas

Email Marketing

Partilha de conteúdo segmentada para os participantes / não participantes com principais conteúdos, Q&A ou temas de interesse

Audio / Podcast / Ebooks

Tornar inesquecível uma apresentação, ou partilhar conteúdo num formato cómodo para os participantes.

Vídeos intervenções / Formação

Em alguns eventos, 4x a 10x mais visualizações são feitas após evento, seja pelos participantes, seja por interessados nos temas.

Otmização de conteúdo / artigos

A produção de conteúdo acessível e otimizada em artigos no site / blog, preparados para indexação nos motores de busca

Follow up técnico e comercial

Agir sobre os interessados, os que descarregaram um determinado documento ou compraram um determinado serviço.

ALGUMAS QUESTÕES DA AUDIÊNCIA

1. QUAIS OS HORÁRIOS E DURAÇÃO RECOMENDADA?

Conhecer o público-alvo (profissional, pessoal) permite ter uma ideia do horário ideal (p.e. médicos, noite e fim de semana).
Duração – 1h a 1h30 no máximo já com questões.

2. REGISTO E MÉTRICAS

Plataformas de Webinar e Zoom reunião permitem saber quanto tempo cada participante esteve ligado.

3. COMO DIVULGAR?

Publicidade nas redes sociais, email marketing, posts LinkedIn ou Facebook conforme o público-alvo.

4. COMO TRABALHAR COM POPULAÇÃO “MENOS” DIGITAL

Tutoriais de uso, sessões mais curtas, sessões prévias de configuração, utilização de plataformas mais acessíveis.

5. TIPOS DE INTERAÇÃO

Não há uma interação infalível. Usar várias formas para captar a atenção de vários tipos de participantes (ver, ouvir, sentir)

6. QUAL A PLATAFORMA MAIS INTUITIVA?

Zoom tem sido a Plataforma onde a curva de aprendizagem é menor, Streamyard é também muito acessível. Salas simultâneas para trabalhos de grupo.

7. PLATAFORMAS DE E-LEARNING E SITES DE CONTEÚDO

Thrive Apprentice e sites em Wordpress para colocação de vários tipos de conteúdo para curso em várias etapas com acessos restritos

8. COMO FAZER AS APRESENTAÇÕES?

Claras, concisas, por pontos, focadas, com grafismo qb, fontes grandes.

9. GRAVAR OU AO VIVO?

Momentos de exposição, gravar (controle de qualidade e tempo, vídeos curtos), momentos com interação ao vivo.

ALGUMAS QUESTÕES DA AUDIÊNCIA

10. FORMAS DIGITAIS DE AVALIAÇÃO?

Inquéritos (jotform.com) com Código pessoal e tempo limitado.

11. NOVAMENTE A DURAÇÃO

Se temos um conteúdo mais complexo, dividir em várias sessões

12. COMO ATRAIR PARTICIPANTES?

Fazer questões prévias, fazer um pequeno video, enviar conteúdo a priori, organizar sessões de discussão.

13. ASSÍNCRONO VS SÍNCRONO

Disponibilizar conteúdo para consulta previa ou posterior, formato YouTube p.e. para não sobrecarregar a sessão em direto.

14. NÚMERO SUGERIDO DE PARTICIPANTES

Formato reunião até 25, formato webinar 300, formato livestream sem limite.

15. TRABALHAR O PÓS EVENTO

Produzir conteúdo a partir do evento, (cortar video), disponibilizar ebooks, criar canais de contacto com participantes.

DÚVIDAS E QUESTÕES



Nuno.seleiro@asserbiz.com

Asserbiz.pt