

**Go—
PopUp**
Live

**Hoe maak je
een boeiende**



**Online
Pop-Up**

Tips en “best practices”

Het is wellicht de eerste keer dat je een online evenement organiseert.

Het verschilt niet van het organiseren van een fysiek evenement, aangezien beide een doel en een concept moeten hebben. Maar het medium is natuurlijk anders, en videocommunicatie heeft zo zijn kenmerken.



Het **actieve** entertainment van het chatten

Het **passieve** entertainment van het kijken naar de show.

HAVE FUN!

De consument die dit soort evenementen gebruikt, ervaart de Livestream-show als een dubbel genot.

Daarom streven de consumenten ernaar om wat tijd door te brengen, contact te houden met het merk, sociale banden te onderhouden en vooral **plezier te hebben!**

Laten we eens kijken waar je rekening mee moet houden voordat je je online pop-up start.



1. DOEL

Wat zou je willen bereiken met deze Online Pop-Up?
Wat zijn je doelen?

Dit punt moet vanaf het begin duidelijk zijn, want dat zal je helpen bij het organiseren van je concept en het structureren van de onderwerpen die je gaat communiceren.

Mogelijk doeleinden

- Een product of dienst lanceren
- Creëer een gemeenschap
- Vergroot je publiek en klanten
- Bouw een nieuw contactpunt in je omnichannelstrategie



2. CONCEPT

Als je eenmaal duidelijk hebt wat je doel is, kun je **brainstormen over het concept**. Het verwijst naar alle details en elementen die de praktische aspecten van het evenement zelf vormen.

3. LOCATIE

Waar gaat het evenement plaatsvinden?

Als je een fysieke winkel hebt, kan dit ideaal zijn. Als je dat niet hebt, maar je hebt wel een werkplaats of een ruimte gereserveerd voor je bedrijf, dan kan dat ook de perfecte plek zijn. Het belangrijkste is dat het je **merkidentiteit** en je **algehele boodschap** weerspiegelt.



4. MATERIAAL

Inventariseer alle rekvisieten en materiaal die je nodig hebt tijdens je live / video. Het is essentieel om **alles bij de hand** te hebben om je te concentreren op de communicatie met je publiek zonder afleiding en zonder je gedachtegang te verliezen.



5. WIFI EN ANDERE TOOLS

Als je een Live-evenement start, moet je een stabiele en brede internetverbinding hebben.

Een ingebouwde camera is voldoende om van goede kwaliteit te zijn, maar als je een stand-alone camera hebt, kan het natuurlijk handig zijn om deze te gebruiken als je van plan bent een meer dynamische show te hebben.

6. VERLICHTING

Afhankelijk van het tijdstip van de dag waarop je live gaat, heb je mogelijk wat kunstlicht nodig voor de streaming / video. Onthoud dat een duidelijk beeld essentieel is op dit moment van communicatie, aangezien de video het belangrijkste ondersteunende instrument is. Als het overdag is en je goed natuurlijk **licht** hebt, kan dat voldoende zijn.

Anders moet je wat ondersteuning krijgen van kunstlicht om het beeld zo duidelijk mogelijk te krijgen.



7. CONTENT

Het Live-evenement / video is een communicatiekanaal om verbinding te maken met je publiek. Zoals hierboven vermeld, willen klanten vermaakt worden. Daarom raden we je aan om de onderwerpen op te stellen die je wilt behandelen, zodat je boodschap duidelijk is.

Voor de rest, wees jezelf!

Wat gebruikers leuk vinden, is het natuurlijke aspect van dit soort evenementen, en elke vraag of elk onderwerp dat via de chat naar voren komt, kan rechtstreeks worden aangepakt, waardoor het live-evenement nog spannender wordt.

8. CHAT!

Als je besluit dat je gebruikers met je chatten tijdens het live-evenement, raden we je aan een chatbemiddelaar te gebruiken als je ondersteuning nodig heeft. Misschien ben je ervaren en heb je het niet nodig. Sommige hosts kunnen doorgaan met hun live-evenement terwijl ze de commentaren lezen en direct antwoorden. Dus het is aan jou! **Oefening baart kunst!**



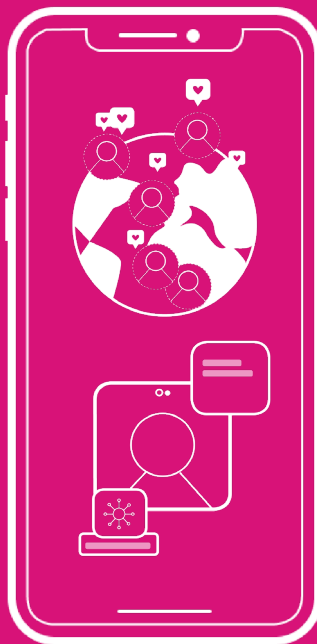
9. NA HET LIVE-EVENEMENT

Wanneer het Live-evenement eindigt, is je werk nog niet voorbij!

We raden twee dingen aan: om je **Live-evenement opnieuw te bekijken** en te kijken naar de dingen die goed zijn gegaan en wat er kan worden verbeterd!

Neem contact op met je publiek dat aan het evenement heeft deelgenomen, vraag om feedback en bedank hen voor het tonen van interesses! Je kunt ook van de gelegenheid gebruikmaken om commerciële acties, promoties enzovoort te lanceren!

Het is aan jouw creativiteit!





Heb je ondersteuning nodig bij een van de stappen?
Of twijfel je over het evenement?

Neem contact met ons op via help@gopopup.com,
we zullen je helpen met al je vragen!

We zijn hier voor jou!