

آرشیو های کنفرانس

چگونه از آرشیوها استفاده کنیم تا به بازدیدکنندگان رویداد و درآمد نهایی خود ارزش افزوده بخشیم.

دلیل آرشیو کردن:

- جلسات کنفرانس آرشیو شده به مشارکت کنندگان ارزش افزوده می دهد. بعد از صرف هزینه مالی و گذراندن چند روز دور از دفتر جهت شرکت در یک کنفرانس ، به آنها چیزی دهید که به عنوان مرجع در تمام طول سال از آن استفاده کنند و ارزش مشارکت خود را ثابت نمایند.
- دسترسی محدود به مفاد آرشیو شده می تواند به مشارکت کننده بالقوه کمک کند که به علت عدم حضور در رویداد به برخی از اطلاعات دست نیافته اند.
- آرشیو ها فرصت های اسپانسرری ماندگار ایجاد می کنند.

آنچه را که می توان آرشیو کرد

- مکتوباتی مانند متن سخنرانی ها یا رایه ها
- اسلاید های power point حاوی متن یا گرافیک
- رایه های چند رسانه ای، مانند ترکیب صوت و power Point
- نوارهای ویدیویی/صوتی

موافقت ها و مخالفت ها در خصوص فرمت های مختلف آرشیو

کاغذ

- **موافق:** سنتی، محسوس، قابل حمل و نقل و قابل استفاده در هر کجا
- **مخالف:** نگهداری و حمل و نقل آن دشوار است، ممکن است که برگزارکننده "غیرپیشرفته" جلوه کند. معمولا چاپ نوشتجات زمان بر است و به محض این که وارد جراید می شود قدیمی به نظر می رسد.

CD

- **موافق:** محصول ملموسی است که بدون اتصال به اینترنت می توانید از آن استفاده کنید. سبک است و حمل و نقل آن راحت می باشد. اکنون بسیاری از مطالب در MP3 طراحی می شوند.
- **مخالف:** بعد از نوشتن اطلاعات در آن، دیگر نمی توان مطلب جدیدی به آن افزود.

وب

- **موافق:** تصحیح، به روز کردن یا افزودن مطلب به آن راحت است. چیزی حمل و نقل نمی شود. میزان استفاده از آن قابل اندازه گیری است.
- **مخالف:** برای برخی از کاربران که از سیستم شماره گیری یا کامپیوترهایی با سرعت پایین استفاده می کنند دسترسی به آن وقت گیر است.

هزینه های آرشیو

هزینه ها بسته به حجم/تعداد، ویژگی ها و وضعیت کاربران به شدت متفاوت هستند.

نحوه دریافت هزینه

- برای کلیه شرکت کنندگان سی دی رایگان یا دسترسی رایگان به وب سایت را فراهم کنید و از بقیه هزینه ای دریافت نمایید.
- برای جدیدترین اطلاعات هزینه دریافت کنید و برای مفاد قدیمی هزینه ای نگیرید.
- با تهیه فایل های کوچک ، پیش نمایش تهیه کنید.
- برای دسترسی به کلیه موارد نرخ ثبت نام سالانه اخذ کنید.

ایده های ایجاد درآمد

- مفاد آرشیو شده را بعد از کنفرانس روی وب سایت خود و به صورتی بالاتر با قیمتی بالاتر از سایت بفروشید.
- از انعطاف پذیری سی دی و وب سایت بهره مند شوید تا از آرایه های آرشیو شده به عنوان نمونه آموزشی تعاملی استفاده کنید.
- اگر فروش آرشیو برای شما یک الویت نیست، اجازه دهید تا یک پیمانکار این آرشیو را بفروشد و به سازمان شما حق امتیاز بدهد. از وب سایت خود به سایت های دیگر لینک شوید.

رهنمودهای بازاریابی

- مفاد آرشیو شده مربوط به کلیه کنفرانس ها را تبلیغ کنید. محلی روی فرم ثبت نام- چاپی یا online- در نظر بگیرید تا قبل از کنفرانس موضوعات را سفارش دهند.
- از موضوعات کنفرانس بعد از نمایشگاه استفاده کنید تا تبلیغی باشد برای رویدادهای آینده، مثلاً با استفاده از کلیپ های کوتاه را وی وب سایت.

- با ارایه دسترسی محدود به اطلاعات، مشارکت کننده جدید جذب کنید.
- از طریق خبرنامه های الکترونیکی که به صفحات وب لینک می شوند یا از طریق سی دی و فرمت های دیگر، آرشیو خود را تبلیغ کنید
- روی وب سایت محلی چشمگیر برای آرشیو های خود پیش بینی کنید، جایی که فرم سفارش، کاست یا سی دی یا امکان دیدن و شنیدن بخشی از آرشیو به صورت online وجود دارد.

آرشیوهای کاربرپسند

- ویژگی تنظیم خودکار را پیش بینی کنید و از پیمانکار بخواهید تا پشتیبانی تلفنی یا وب ارایه کند.
- لینک هایی برای **download** کردن برنامه های عامل در نظر بگیرید مانند Adobe Acrobat یا Macromedia Flash
- فهرست مندرجات یا تابع جستجو را پیش بینی کنید تا کاربران به راحتی از اطلاعات استفاده کنند.

نوشته لیندا چاندلر

مترجم: شیرین شریفیان

ژولای/اگوست ۲۰۰۵

منبع: مجله EXPO