

Etkinlikleri Dijitale Taşımak



Merhaba!



Şu anda birçok insanın etkinliklerini nasıl dijital taşıyacaklarını merak ettiğini biliyoruz. Bu nedenle, dijital etkinliğinizi nasıl gerçekleştirebileceğiniz üzerine bazı ipuçlarını ve etkinliğinizde kullanabileceğiniz Google araç ve kaynaklarını paylaşmak için bu rehberi hazırladık.

Şöyle ki...



Bu rehberde aşağıdaki bilgileri bulabilirsiniz:

- Etkinlikleri dijitale taşıırken nelerin değişmesi gerektiğine dair ipuçları ve taktikler
- Yardımcı olabilecek Google araçları hakkında bazı temel bilgiler
- İçerik ve iletişim hakkında bazı temel bilgiler



Ancak bu rehberde aşağıdaki maddeler yer almıyor:

- “Dijital bir etkinlik nasıl yapılır?” yönlendirmeleri
- Kesin ve değiştirilemez bilgiler
- Her etkinlikte geçerli olabilecek formüller
- Tüm etkinlikleri ve deneyimleri kapsayan öneriler

İşte ele alacağımız konular

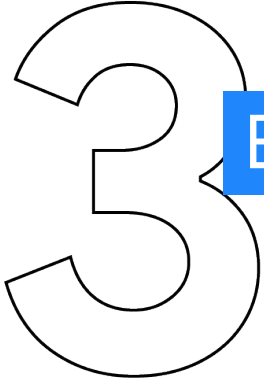




Müşterilerinizin neden etkinliğinize katılacağını düşünün. Temel içeriğe ve kazanımlara öncelik verin. Etkinliğinizi tanıtmak için en uygun platformu veya kanalı seçin.



Tasarım ve düzen, etkinliğinizin davetkar ve bilgilendirici hissedilmesinde büyük bir fark yaratabilir, **-ama en önemlisi- içeriğinizi ön plana çıkarmanıza yardımcı olur.**



Etkileşim

İçeriğinizi oluştururken etkileşimi ve interaktifliği göz önünde bulundurun.

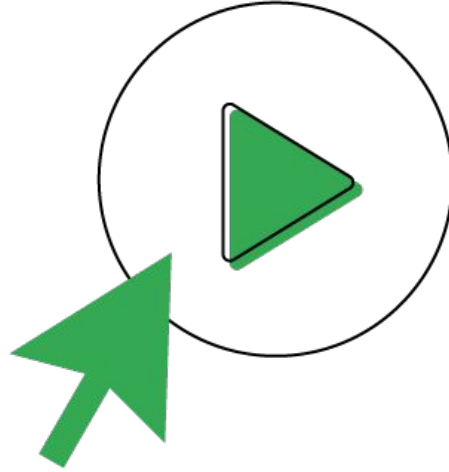
Planladığınız etkinliğin sadece canlı bir şekilde yayınlanması müşterileriniz için en iyi online deneyimi sunmayabilir.

4

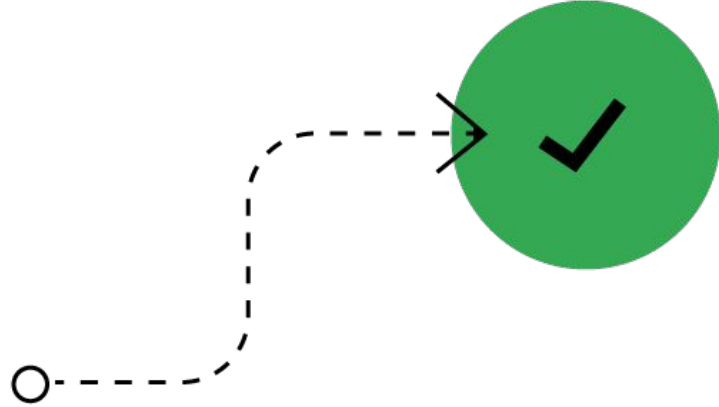
Sık sorularlar

Online bir etkinlik planlarken **dikkat edilmesi gereken noktalar farklıdır.**

**Haydi
başlayalım!**



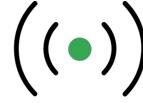
Yaklaşım



Öncelikle, etkinliğiniz
için hangi tür içeriğin
uygun olduğunu
seçin.

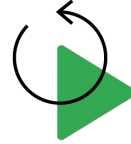
Dijital etkinlik yaklaşımı

Artıları ve eksileri olan birçok dijital içerik seçeneği vardır. Etkinliğiniz için en uygun olanı seçerek başlamak önemli.



Gerçek Zamanlı veya Canlı

Etkinlikler daha sonra doğrudan yayınlanabilir veya "canlı akış" ile gerçek zamanlı, kurguyu düzenleme fırsatı olmadan gerçekleştirilebilir.



Yinelenen Yayın veya Canlı Oynatma

Etkinlikler kaydedilir, ufak rötuşlarla düzenlenir ve yayınlanır, yine de gerçek zamanlı gerçekleşiyor gibi görünebilir.



Önceden kaydetme

Etkinlikler daha sonra görüntülenmek üzere kaydedilir, düzenlenir ve paylaşılır. Bu tür içerikler, isteğe bağlı video (VOD) aracılığıyla herhangi bir zamanda yayınlanabilir veya online olarak görüntülenebilir. İçeriğin, canlı olmasa bile gerçek zamanlı görünebilmesi ile daha fazla esneklik sağlayabilir.

Her zaman kısa ve öz olun

İzleyenlerin bakış açısından bir düşünün.

Bir etkinliği evde izlemek - hangi yaklaşıma sahip olursanız olun - canlı ve şahsen izlemekle aynı deneyim olmayacaktır. İçeriğiniz ne kadar açık ve öz olursa, o kadar iyidir.

Çok yönlü bir etkinlik için genel zamanlama kılavuzu:

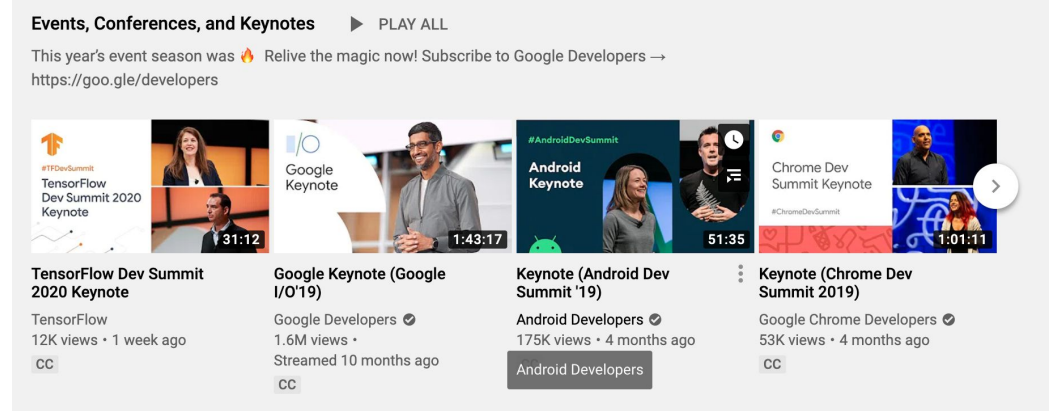
- Önemli noktalarınızı 30 dakika veya daha kısa bir süre içinde vermeye çalışın.
- Kimseden 3 saatten uzun bir süre boyunca konsantre olmasını istemeyin.
- Soru ve cevap bölümünü 20 dakika veya daha az tutun.
- Araları veya konuya detaylıca inmeyi 10 ila 20 dakika arasında tutun.



Bağlantı sorunları

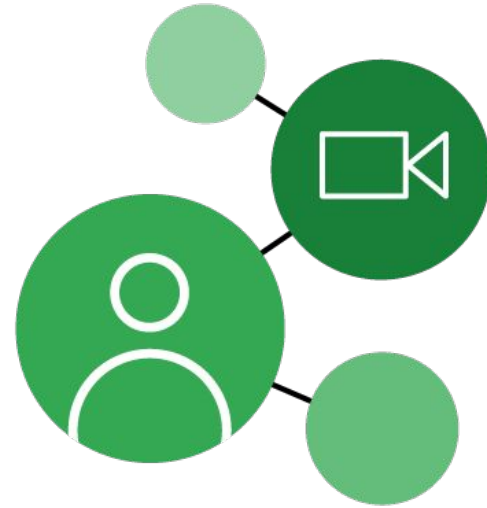
Bağlantı hızı sıkıntı yaratan bir yayın için yedek planınız var mı? Online içerik oluştururken çeşitli Wi-Fi hızları da dikkate alınmalı. Kullanıcılar görüşmeye katılabilir mi veya daha sonra izleyebilir mi?

Görüntüleyenlerin etkinlik sonrasında önemli noktaları tekrar gözden geçirmelerine olanak tanıyan materyalleri düşünün. Bu materyallerden biri, görüntüleyenlerin daha sonra izleyecekleri bir oynatma listesi olabilir.



Etkinlik sonrası yayınlanabilecek oynatma listesi örnekleri

Platformlar



Artık içerik yaklaşımınız hazır. Şimdi doğru platformun hangisi olduğunu seçme zamanı.



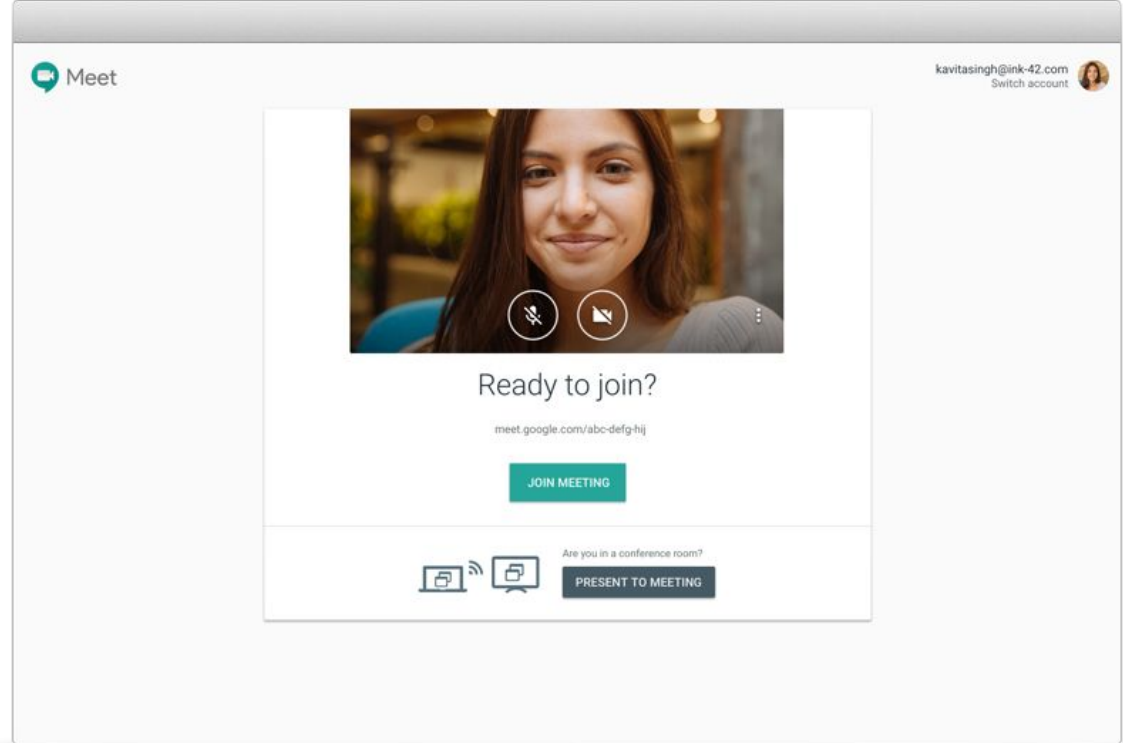
Hangouts Meet

Doğrudan iletişimin gerekli olduğu ekip toplantıları veya interaktif çalışmalar için kullanılabilir.

250 izleyiciye kadar eş zamanlı yayın yapabilirsiniz, ancak yayın öncesinde katılımcı genişliği ayarlarını kontrol ettiğinizden emin olun.

Kitle yönetimine dikkat edin.

Kitleniz ile etkili iletişimi sağlamak ve kitlenizden geri dönüş almayı kolaylaştırmak için yüz yüze yaptığınız iletişime göre daha çok dikkatli olun.





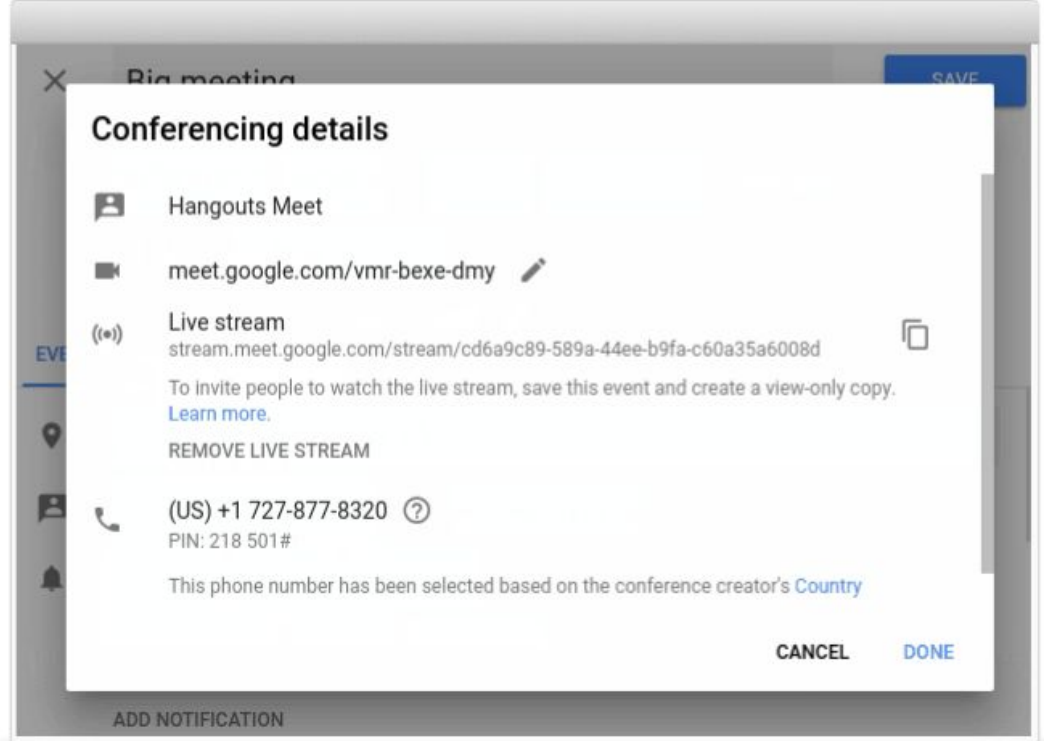
Hangouts Meet Canlı Yayın

Eş zamanlı & tek yönlü yayınlar için uygun.

100,000'e kadar eş zamanlı yayını destekler. İzleyiciler ve konuşmacılar farklı konumlarda bulunabilirler. Tek yönlü yayın, izleyicilerin yayından girip çıkmasının yayının bölünmemesini sağlar. Herhangi bir karşılıklı iletişimin farklı bir portal üzerinden sağlanması gerekir.

Tüm izleyicilerin G Suite hesabı olması gerekiyor.

Tüm katılımcıların aynı kurumsal hesaba sahip olmaları gerekiyor, bu nedenle bu platform organizasyon içi etkinlikler için en iyi seçim olabilir.



[Daha fazlası için](#)



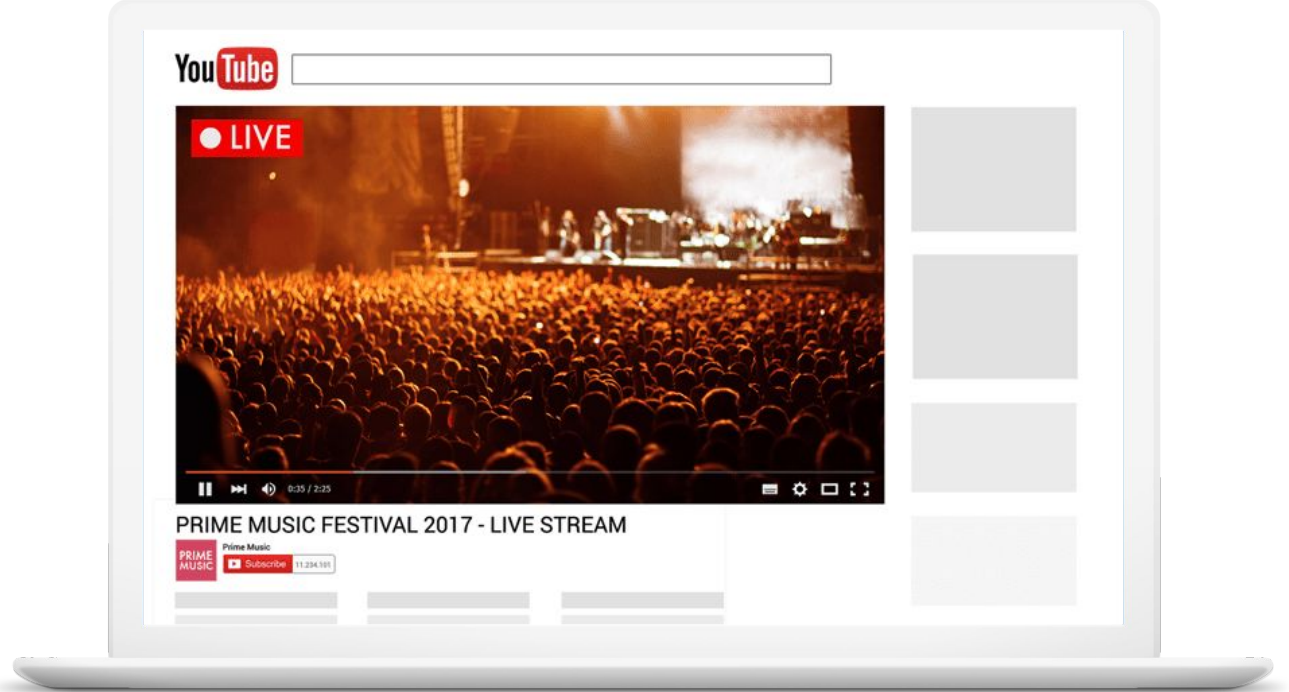
YouTube Canlı Yayın

Geniş izleyici kitlesine erişim gerektiren ve şirket dışı olan etkinlikler için uygun.

Sohbet ve yorum özelliği, abone olma seçeneği ile yayınızdaki etkileşimi destekler. En iyi kullanım şekli gerçekten canlı içerik ve de canlı oynatma seçeneği ile sağlanır.

Yayına başlamadan önce özelleştirmelere dikkat edin.

Yayın başlamadan önce grafikler, ses ve özelleştirmeler tamamlanmış olmalı.





YouTube Premieres

İzleyicilerin yeni içerikleri birlikte deneyimlemeleri için uygun.

Önceden kaydedilmiş bir içeriği canlı yayının beraberinde getirdiği zorluklar olmadan bir etkinlik haline dönüştürmek oldukça faydalı bir özellik.

Platform içerisinde ve platform dışındaki marka görünürlüğü yaratma fırsatlarını unutmayın.

Bu platform YouTube platformunun içerisinde yer alıyor. Eğer markanızın görünürlüğünü yaratmak isterseniz videonun çevresindeki alanları kullanabilir, ayrıca başka bir portalda oluşturduğunuz web sitesini içerisine ekleyebilirsiniz.

Google



[Daha fazlası için](#)



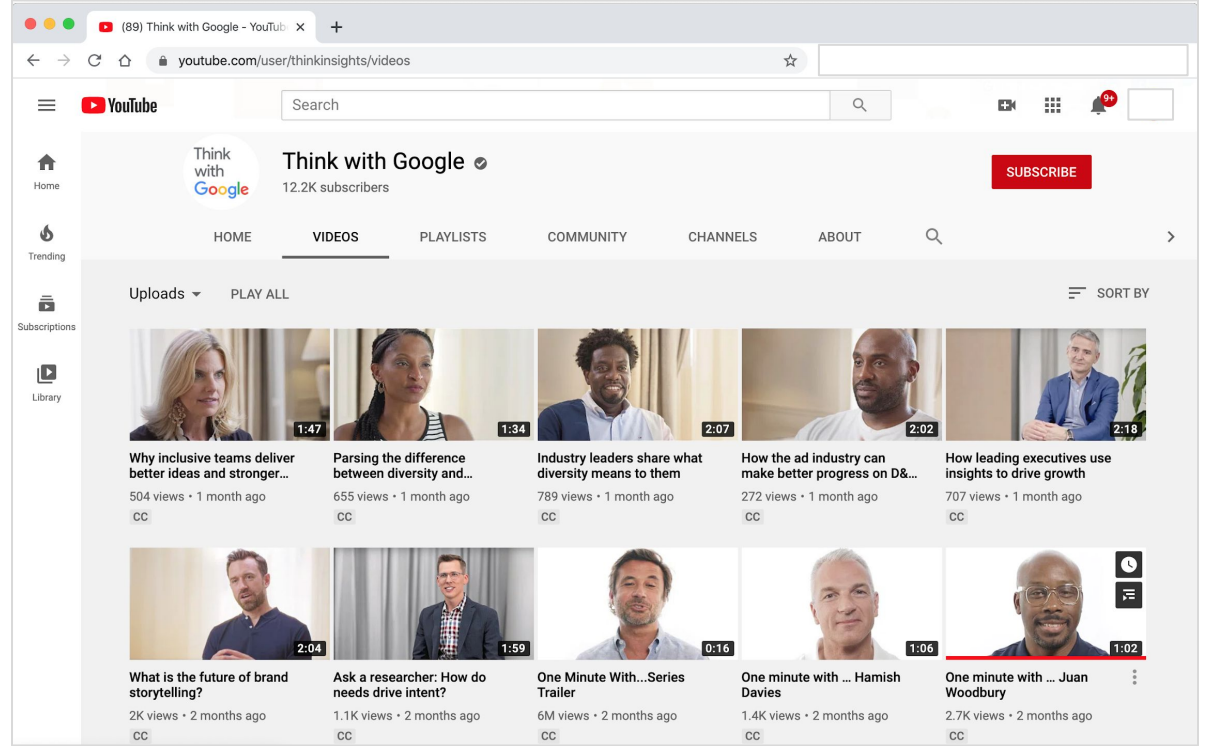
YouTube Channel

İsteğe bağlı video izleme özelliği için uygun.

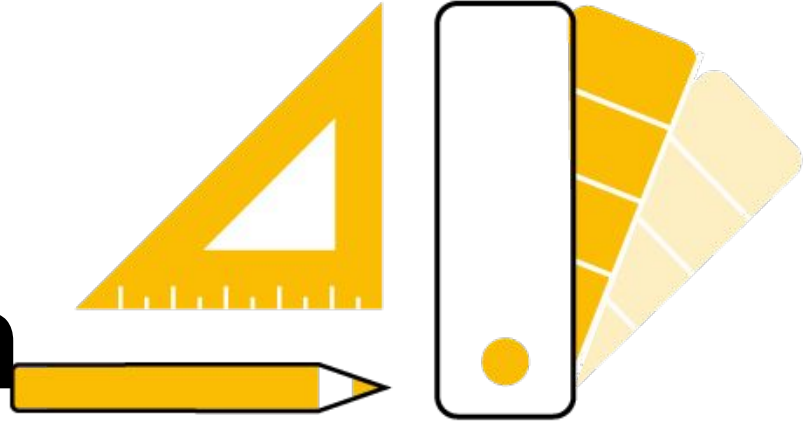
Ayrıca canlı etkinlikleriniz sonrasında içeriğinizi kullanıcınıza sürekli erişilebilir kılmak için kullanılabilir.

YouTube kanalını ve özelliklerini kullanmanın yolları:

- Önceden Hazırlanmış YouTube Videosu
- YouTube Oynatma Listeleri
- Etkinliklere Özel YouTube Kanalları



Tasarım + Kurulum



Online platformlara
geçiş şirket tasarımınızı
ve markanızı dijital bir
alana taşımak
demektir.

Gör & Hisset

Çekimleriniz için setinizi veya grafik tasarımlarınızı oluştururken markanızın tasarım yönlendirmelerine bakın. Fiziksel ve dijital tasarıma yaklaşımınızda tutarlı görünüm önemli.



Grafik Kimliği

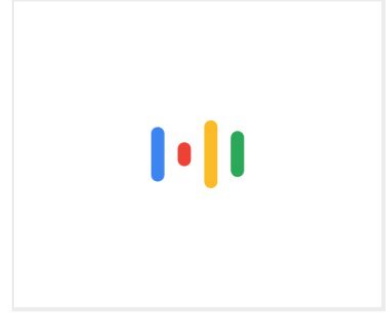
Etkinliğinizin ruh hali ve tonuyla eşleşen tutarlı bir grafik kimliği, etkinliğinizin içeriğini ve temasını tutarlı kılar. Grafik kimliği önerileri:

- Tutarlı bir renk paleti
- Tematik bir set
- Pop-up'lar ve başlıklar

Google'a ait grafik kimliği örnekleri →



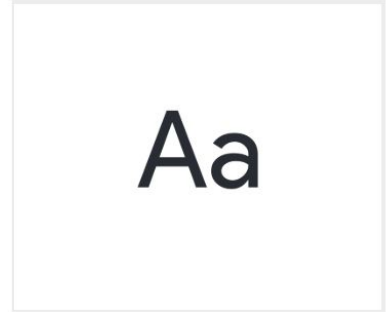
Logolar



Kimlik unsurları



Renkler

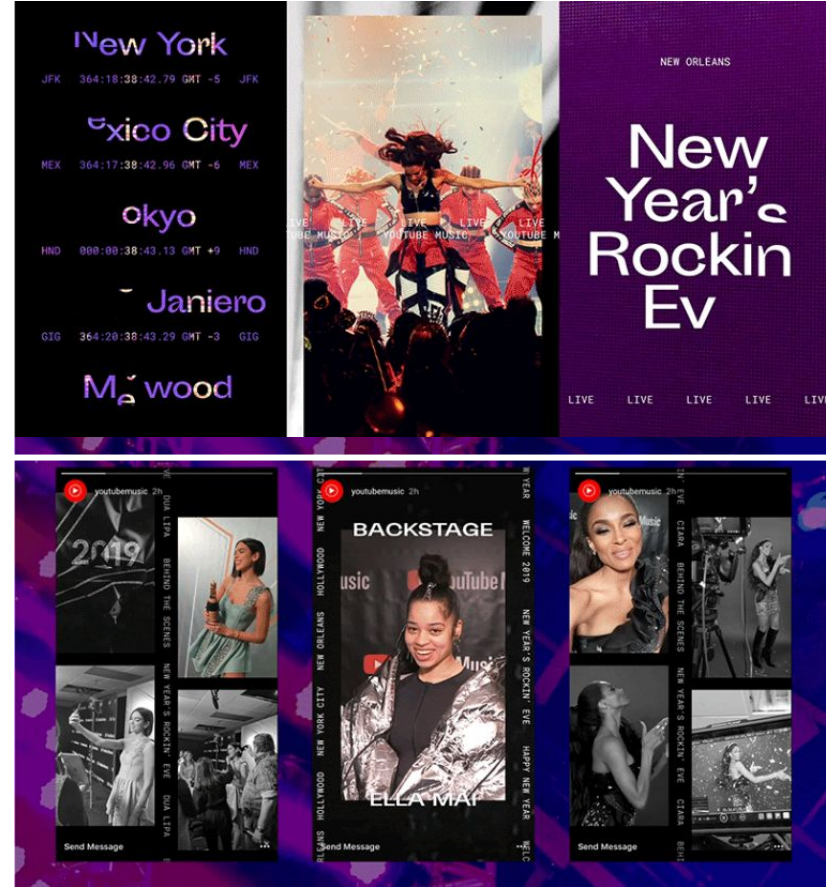


Yazı Tipi

Hareketin Gücü

Yayın paketleri ve hareket şablonlarındaki göz alıcı tasarım, içeriğin öne çıkmasını sağlayabilir ve marka için daha ilgi çekici bir görünüm yaratır.

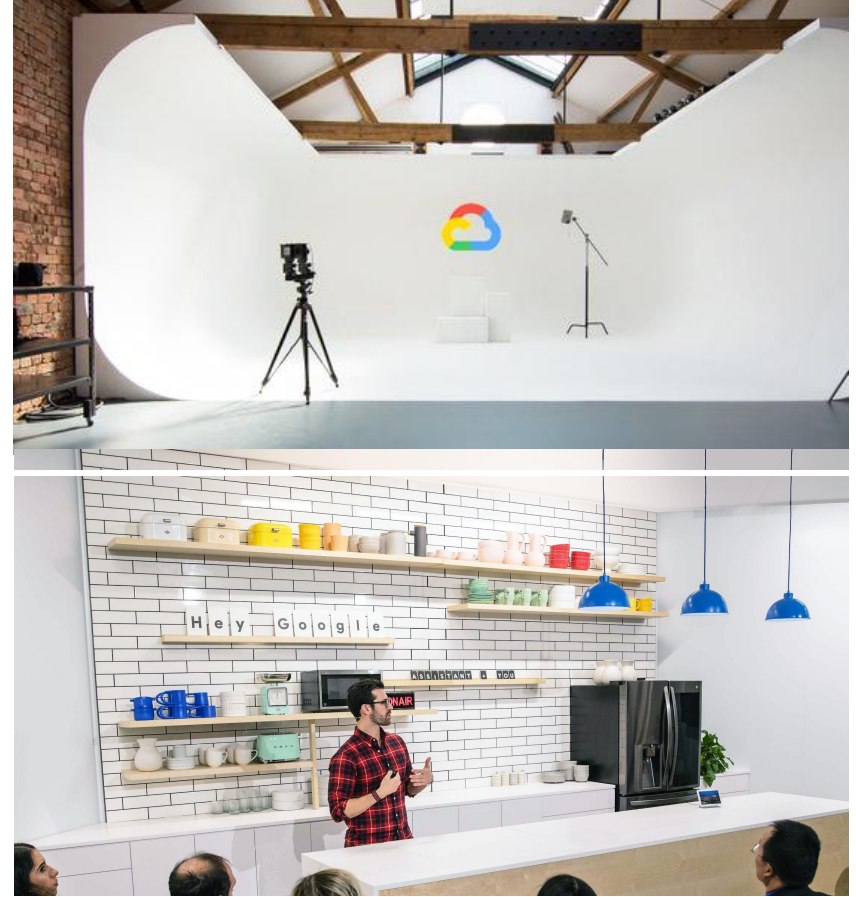
Burada YouTube'un hareketli arka plan yoluyla Yılbaşı Gecesi'nde markayı nasıl ilişkilendirdiğini görebilirsiniz.



Markanız için neyin daha işe yarar olabileceğine karar verin

Google'da, basit bir setle başlıyoruz.
Ardından içeriği sahnenin merkezine
yerleştirmek, grafikleri ve sunan kişiyi
daha görünür kılmak için beyaz bir arka
plan kullanıyoruz.

Google set düzenlerinden örnekler



Mobil cihazlar için uygun hale getirin

Akıllı telefonlar artık dünya genelinde online video izlemek için seçilen birincil cihaz konumunda. Kurulumunuz ne olursa olsun, daha küçük ekranları da hesaba katın.



Mütevazı Setler

Mütevazı bir kurulum bile profesyonel hissettirebilir. Bu seri dört adet Piksel telefon, beyaz bir arka plan (veya sonsuz fon) ve bir adet ses ve ışıklandırma ekipmanı ile çekildi. Tüm üretim materyalleri ise bir otel odasına rahatça sığıdı.

İpuçları:

- Mümkünse, anlatıcılardan düz renkler giymelerini isteyin.
- Tüm cilt tonlarının doğru bir şekilde temsil edilmesi için aydınlatmanın ayarlandığından emin olun.

Pixel Telefonlar



Sonuç

Google çekiminden örnek bir set

Eğlenceli Setler

Bitkiler, eğlenceli aksesuarlar veya özel bir arka plan gibi küçük dokunuşlar basit bir kurulumu daha eğlenceli hale getirebilir. Neden yalnızca tamamen beyaz bir düzen olsun ki? Farklı bir ortam hikayenizi anlatmanıza yardımcı oluyorsa küçük dokunuşlarla ortamınızı değiştirmeyi deneyin.

Eğlenceli setiniz ile uyumlu görünümler yakalamanız yayınınızı daha ilgi çekici hale getirebilir.

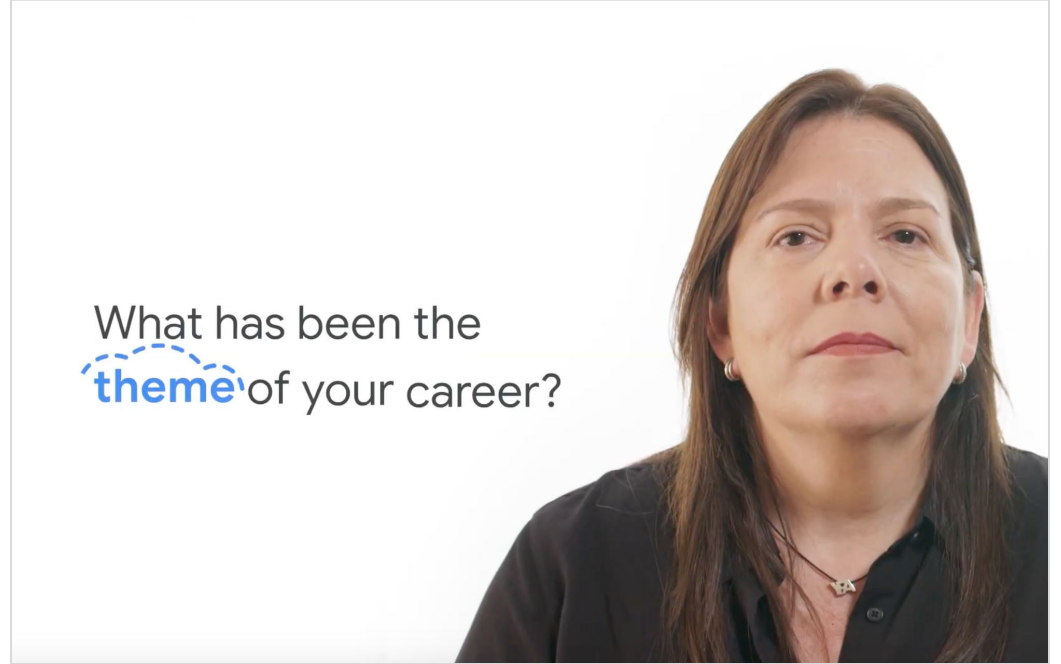


Google çekiminden bir set örneği

Sunum Şekilleri

Sunumu direkt yerinde izleyen kitleniz olmazsa, konuşmacınızın çekimde bulunan kişilerle veya kameranın arkasındaki kişi ile etkileşime girmesi, daha samimi bir ortam yaratmanın harika bir yoludur.

Örneğin bu [videoda](#)
sunumu yapan kişi kamera
arkası ile konuşuyor.



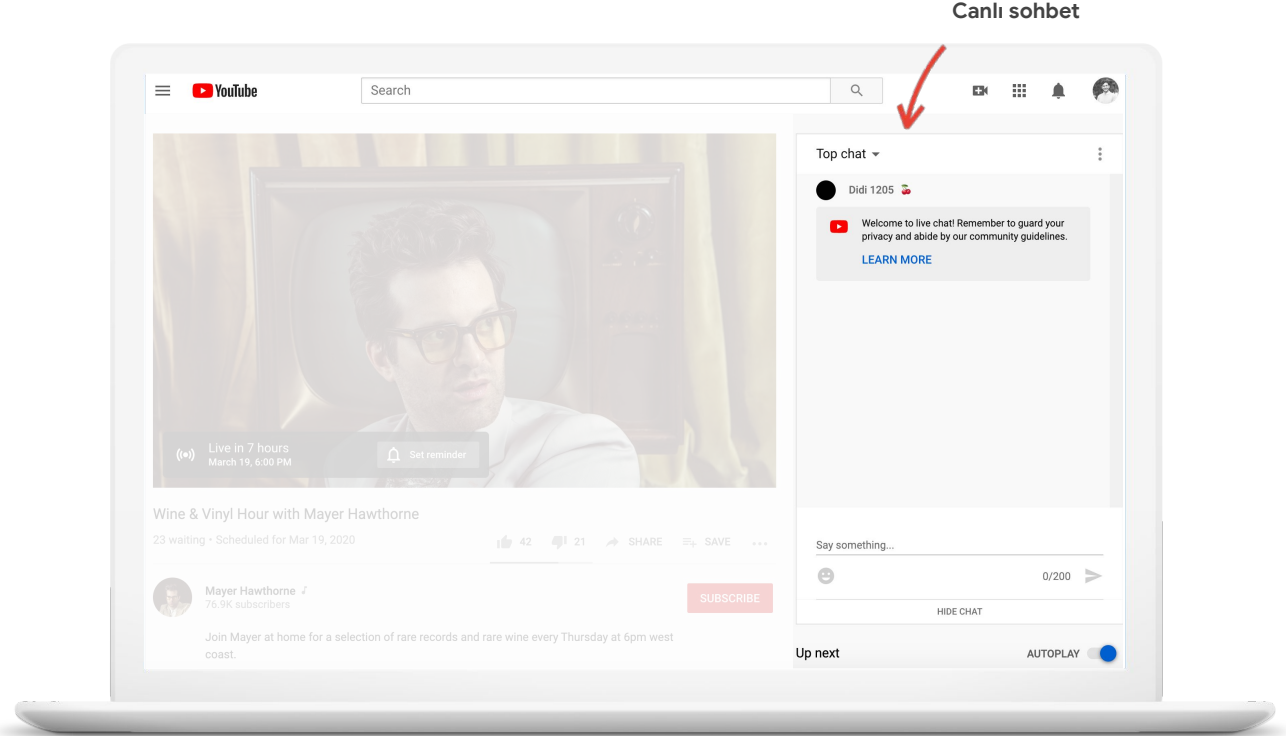
Think with Google'dan örnek bir video

Etkileşim

İzleyicilerin ilgisini nasıl
online etkinliğinizde
tutabileceğinizi
düşünme zamanı.

Eğer canlı yayın yapmayı planlıyorsanız, izleyicilerinize yayına bağlanmaları için geçerli bir sebep vermelisiniz. Gerçek zamanlı bir diyaloga dahil olmak, etkinlikleri daha heyecanlı ve cazip hale getirir. Aşağıdaki taktikler etkileşimi artırmaya yardımcı olabilir:

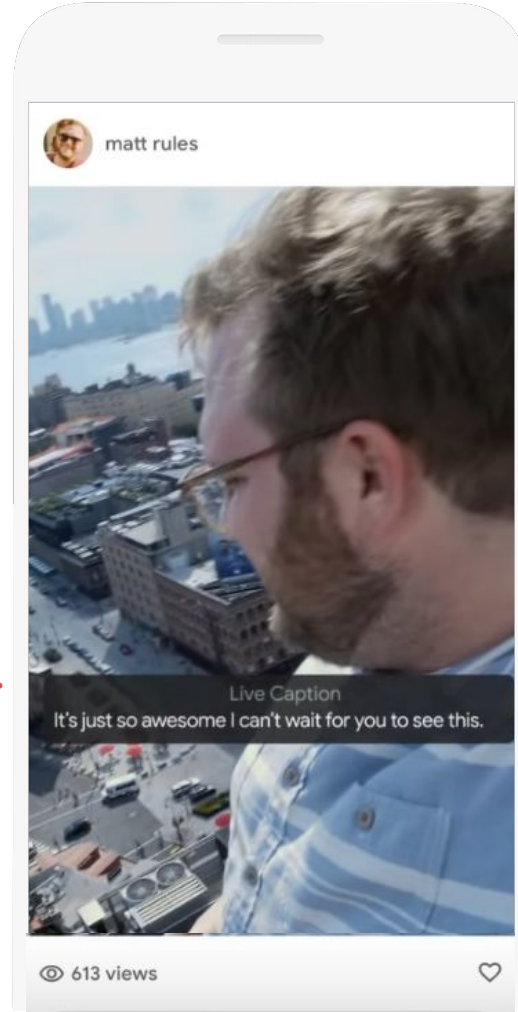
- Soru & Cevap
- Anlık mesajlaşma özelliği
- Sosyal medya kısayolları
- Gerçek zamanlı yarışmalar
- Oyunlaştırma



Katılımcıların etkinliğini
bütünüyle deneyimleyebilmesi
için ayrıcalıklı pratiklerden
faydalanın:

- “Şurada gördüğünüz” gibi tamamen görsel ve durumla bağdaşmayan bir dilden kaçının. Tüm izleyicileriniz slaytları veya videoları göremeyebilir.
- Toplantılarda konuşma sırasını belirlemek için ortamın nabzını dikkatle takip edin.
- Platformunuzda, varsa gerçek zamanlı altyazı özelliğini kullanın ve/veya uzaktan işaret dili çevirmeni edinin.
- Hangouts [Meet Erişilebilirliği](#) ve [YouTube Canlı altyazı](#) hakkında daha fazla bilgi edinin.

Kapalı altyazı veya
Canlı altyazı özelliğini
açabilirsiniz.



İçeriği görsel olarak ilgi çekici parçalara bölerek izleyicilerinizin ilgi ve dikkatini korumak için şunlardan yararlanabilirsiniz:

- Tipografi ve başlıklar
- Grafik öğeler ve animasyonlar
- Fotoğraf ve videolar

Bölümün Tamamı



İçerik Yapısı

Giriş bölümleri konuyla ilgili asıl anlatım başlamadan önce genel hatları verir.

Etkileşimli ve kapsamlı bir etkinlik düzenlerken, Soru&Cevap, demo ve aralarla ilgili **temel kuralları belirlemek** önemli, böylece izleyici kitleniz ne zaman ve nasıl katılacağını bilir.

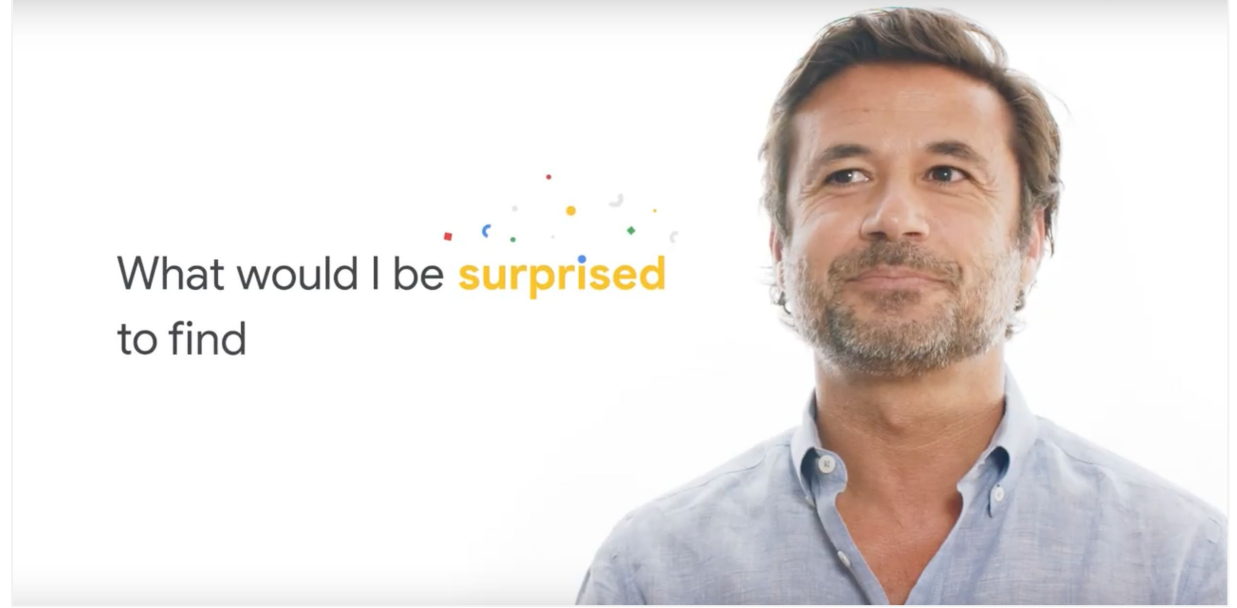
Örneğin:

- Katılımcıları nerede ve nasıl soru soracakları konusunda yönlendirebilirsiniz.
- Etkinliğin sonunda planlanmış canlı bir Soru&Cevap bölümü olacaksa, bunu etkinliğin başında duyurabilirsiniz.



Görüntülü sohbet röportajı,
aşağıdaki gibi basit yardımcı
öğelerle etkili ve özgün bir filme
dönüşebilir:

- İsim ve başlıkların özgün yazımı
- Renkli arka planlar
- Eğlenceli grafikler
- Gerçekçi arayüz temsilleri



Eğlenceli grafiklerin
kullanıldığı bir örnek

Canlı yayından önce **interaktif bir oyun**, kişilerin birbiriyle uzaktan etkileşime geçmesi için eğlenceli bir yöntem, aynı zamanda etkin olmayan izleyicileri canlandırmak için iyi bir fırsat olabilir.



Google I/O 2018'de, amfi tiyatrodaki izleyicilerin hep birlikte bir dünya çizdiği interaktif bir oyun olan World Draw'dan bir kare.

Sık Sorulan Sorular

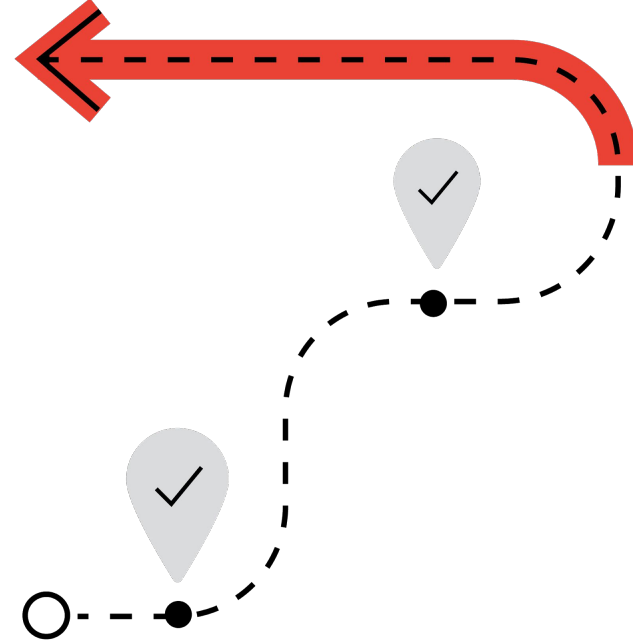


Ah! Biraz fazla oldu.
Ama merak etmeyin,
yardımcı olabilecek
daha fazla kaynak var.

Bir etkinliğin içeriği deđiřirse ne söylemeliyim?

Katılımcılarla iletişim:

- Deđiřime adapte olmanın en önemli unsurlarından biri açık sözlü iletişimdir.
- Şeffaf olun.
- Düzenli olarak iletişimde olun ancak aşırıya kaçmayın.
- Sorular için bir iletişim kanalı oluşturun.



Etkinliğimi nasıl tanıtabilirim?

Etkinlikten önce

- Düzenli olarak etkinliğinize doğru geri sayan hatırlatıcılar yayınlayın. Kullandığınız platforma göre değişen kullanıcı davranışlarını göz önünde bulundurun. Örneğin:
 - **Sosyal yollar:** Etkinliğiniz hakkında düzenli olarak paylaşım yapın ancak aşırıya kaçmayın.
 - **E-posta:** İlk davetinizin ardından, biri ilk 48 saat içinde, diğeri ise etkinlik gününde olmak üzere bir veya iki hatırlatma e-postası atmayı hedefleyin.
- Canlı yayın linkinizi yayın başlamadan 48 saat önce katılımcılarınızla paylaşın. Daha erken atılırsa kaybolabilir veya unutulabilir.
- Sosyal medya hesaplarınız için kolayca paylaşılabilen görsel öğeler (örneğin bir tanıtım fragmanı veya poster) oluşturabilirsiniz.

Etkinlik sırasında

- Etkinlik sırasında, hala sosyal medya kanalları gibi farklı yollarla tanıtımı yapılabiliyorken, vurgulayıcı klipler oluşturabilirsiniz.
- Eğer etkinliğiniz dışarıya açıksa, etkinliğinizin tanıtılması, izlenmesi ve katılım sağlanması için resmi bir hashtag oluşturabilirsiniz.

Etkinlik sonrası

Etkinlik tamamlandıktan kısa bir süre sonra canlı yayının bir arşivini paylaşabilirsiniz. Talebe yönelik bir oynatma listesi oluşturabilirsiniz, böylece katılımcılar (ve katılmayan diğer kişiler) tekrar izleyip içeriği başkalarıyla paylaşabilir.

Yasal hususlar nelerdir?

Eğer geniş bir izleyici kitlesine yönelik yayın yapıyorsanız, yasal süreci göz önünde bulundurmayı unutmayın.

Açıklamalar

Etkinliğinizde kullandığınız müzik veya üçüncül şahıs içerikler için (klipler, fotoğraflar, logolar, videolar vb. gibi) her kullanım alanında, etkinliğinizin nerede yayınlanacağı ve ne zamana kadar bu içeriği kullanacağınıza dair açıklık getirilmeli.



Teşekkürler!