

## What Should Your Hybrid Event Strategy Be?

整理單位：MEET TAIWAN 計畫

提報日期：2023 年 2 月 18 日

國際媒體 PCMA Convene magazine 於本（2023）年 1 月 23 日發佈之文章，介紹在規劃混合型會議（hybrid events）時，會議籌辦者需要考慮的 4 個重要問題，重點摘譯如下：

壹、後疫情時代會亦已逐漸重回實體會議模式，為何還需要有混合型會議的規劃策略？

在 2020 年以前，線上會議就已經存在了，但當時的使用頻率跟規模，並沒有像疫情時這麼頻繁，以下是為何現今會議籌辦者仍須有混合型會議的規劃策略的 2 項原因：

- 一、幾乎所有潛在目標客群均有參與線上會議的經驗。
- 二、在過去受到疫情影響，會議籌辦者都累積了很多舉辦線上會議的經驗、資源及各種因應線上會議所開發的軟體。人們也習慣於利用各種通訊軟體如：Zoom 參與線上會議，提供線上會議服務已經從附加項目，轉變為人們所預期會有的服務內容。因此雖然後疫情時代實體會議重新復甦，但會議籌辦者仍須制定混合型會議的規劃策略，以因應客戶的各項服務需求。

貳、什麼是混合型會議？

- 一、混合型會議代表實體會議跟線上會議同時並存的一種會議形式。

線上內容的範例如下：

- (一) 直播現場演講
- (二) 在指定的時間錄製現場演講內容
- (三) 提前準備演講文稿並進行預先錄製以利於活動現場播放
- (四) 會議結束後錄製與主持人的訪談，分享會議要點
- (五) 會議的錄音檔案

- (六) 剪輯會議的精彩片段
- (七) 剪輯會議短影音發佈在社群媒體上
- (八) 撰寫會議前 10 大要點的文章並發佈在網站上
- (九) 錄製採訪會議主持人的 Podcast
- (十) 錄製採訪外部專家討論會議內容的 Podcast

二、混合型會議策略是一種會議內容的構思策略，可透過以下問題的思考來幫助會議籌辦者規劃會議內容及形式。

- (一) 內容的受眾是誰？
- (二) 這些受眾在觀看這些內容時，預期會停留的時間？並依據這個時長來設計內容
- (三) 主要要傳達的核心內容是什麼？
- (四) 有哪些管道可以發佈這些內容資訊？

參、混合型會議是否價格高昂？

建議可依據預期的會議成效來回推應花費多少成本在處理線上會議的內容上，可先利用簡單的數學公式粗算，以協助權衡所花費的成本和效益是否有良好的投資報酬率。例如：如果召開直播的線上會議的成本是 5,000 美元，而預期的參與人數為 50 人參加，即可粗抓每人成本約等於 100 美元/人。如果參與的 50 人均為業界的專業的重要人士，投入該成本也許就符合效益；反之假設參與的人僅為學生，且對組織未來成長並無顯著幫助，也可考慮改為於實體會議當天錄製影片或錄音檔，於會後發佈在網站上供無法到場的與會者觀看，以利用最合適的成本達到最大化的效益。

肆、誰應該擁有混合型會議的規劃策略？

在疫情發生以前，很多組織都已推行線上教育，可能會與混合型會議的數位內容在架構上有所重疊，要做的是重新整合原有的內容並加上創新項目，以便充分運用組織內的資源。

資料來源：<https://www.pcma.org/hybrid-event-strategy-4-questions/>