

فراخوان ممنوع!

۹۰ روز قبل از اعلام رسمی همایش
چه کارهایی باید انجام دهید؟

- پرسونای مخاطب را دقیق تعریف کنید (چه کسی هست / چه کسی نیست).
- پیشنهاد ارزش (Value Proposition) مشخص و شفاف داشته باشید.
- ابزار پیشنهادی: نقشه همدلی (Empathy Map).



مهندسی معکوس
«تجربه» همایش

- سایت همایش = مرکز بازاریابی محتوا، نه فقط تابلو اعلانات.
- محتوا را زودتر منتشر کنید تا گوگل ایندکس کند.
- کلیدواژه‌ها: مدیریت همایش دانشگاهی، مراحل آماده‌سازی همایش، نکات پیش از فراخوان.



زیرساخت‌های
دیجیتال و سئو

- جریان داوری را تست کنید (از ارسال مقاله تا اعلام نتیجه).
- فرمت‌های پذیرش مقاله را استاندارد کنید.
- معیارهای داوری (Rubrics) را از ابتدا تعریف و در سامانه ثبت کنید.



آماده‌سازی
زیرساخت‌های
عملیاتی

- پرسونای مخاطب ایده‌آل و غیرایده‌آل را ترسیم کنید.
- اولین محتوای سئو شده را همین امروز منتشر کنید.
- فرآیند کامل ارسال مقاله را با یک نمونه آزمایشی تست کنید.



سه اقدام فوری

برگزاری یک همایش موفق،

یعنی خلق یک «تجربه یادگیری» نه صرفاً یک «برنامه تقویمی».