

Eventos presenciales	Eventos virtuales	Eventos híbridos
Presupuesto		
El coste de organizar un evento físico es más alto debido a la necesidad de recursos como espacios, alquiler, personal y viajes (transporte, comida, hotel, y entretenimiento).	Disminuye el presupuesto, ya que solo se cuenta la plataforma digital, el coste por asistente y el de profesionales, ponentes o expertos del entretenimiento.	Aunque no tan rentable como los eventos virtuales, el coste de los eventos híbridos es menor que los eventos físicos ya que el espacio es más pequeño pero el equipo de producción aumenta.
Interacciones asistidas		
Apretón de manos, contacto visual y reuniones cara a cara. Los eventos físicos han mostrado beneficios más significativos que en las redes sociales.	Los eventos digitales ayudan a mostrar tu marca sin problemas a los asistentes e incluso pueden aumentar el tráfico en los stands. También facilitan la interacción 1to1 a través del chat o las videollamadas.	Los eventos híbridos tienen la ventaja de que se crean interacciones presenciales y virtuales. Eso permite que los asistentes que no pueden ir al evento físico puedan interactuar igualmente con el resto sin problema.
Material promocional		
Los asistentes pueden elegir físicamente folletos impresos o recoger tarjetas de visita, esto ayuda a mejorar la visibilidad de la marca durante el evento, aunque aumenta el consumo de papel.	Los expositores de los eventos digitales pueden compartir catálogos e información a través de los stands virtuales y que el usuario pueda guardarlo permanentemente en sus dispositivos. Aunque también se pueden hacer envíos de materiales específicos a los asistentes.	Los eventos híbridos tienen el beneficio de poder elegir entre enviar o no los materiales a los asistentes que están online y presencialmente, de acuerdo a la relevancia y el coste.
Gestión de asistentes		
Los eventos físicos tienen que recoger registros que requieren una amplia calificación para después generar acreditaciones para el día del evento.	Los eventos virtuales recopilan datos y participación de plataformas digitales y utilizan análisis para ayudar a las ventas a cerrar perspectivas rápidamente.	Los eventos híbridos utilizan datos tanto de asistentes físicos como virtuales, lo que permite la recopilación de datos de todo tipo que también aportan información de interés.
Longevidad del evento		
Los eventos físicos, al ser más complejos y caros, acostumbran a tener una vida más corta. Al ser un evento presencial, los asistentes pueden olvidar la experiencia y no tienen forma de revivirla.	Los eventos digitales acostumbran a ser más largos y pueden permanecer en línea y bajo demanda permanentemente. Los asistentes que no pudieron asistir, tienen la oportunidad de revivir el evento.	Los eventos híbridos manejan el equilibrio de dar una experiencia física en vivo, así como hacer disponible una grabación inmediata del evento bajo demanda.
Organización del evento		
La organización del evento físico es más compleja y se requiere más tiempo para hacerlo. Es cierto que las relaciones entre la organización y las marcas, colaboradores, patrocinadores, son más estrechas.	Los eventos digitales son más sencillos de organizar y se pueden hacer más cantidad, mejorando el recuerdo de la marca, así como la influencia sobre su audiencia.	Los eventos híbridos no pueden ser tan frecuentes como los digitales, pero se pueden organizar varias veces al año, incluso en diferentes países y lugares más pequeños de bajo coste.