



webinar.ru
онлайн-встречи и семинары

Вебинар на 100%

*Практическое пособие для начинающих
и опытных вебинаристов*

Webinar.ru, 2012 год, все права защищены

*Содержит советы от
Игоря Манна*

Оглавление

1. От авторов	3
2. Что такое эффективный вебинар	4
3. Оборудование для вебинара	5
3.1 Компьютер	
3.2 Подключение к интернету	
3.3 Веб-камера	
3.4 Микрофон и наушники	
3.5 Рекомендуемое оборудование	
4. Подготовка помещения/студии	8
4.1 Отдельное помещение	
4.2 Если отдельного помещения нет	
4.3 Освещение	
4.4 Фон	
4.5 Одежда	
5. Перед вебинаром	9
5.1 Выбор даты и времени	
5.2 Приглашение участников	
5.3 Оформление анонса	
5.4 Обеспечение явки	
5.5 Подготовка презентации	
6. На вебинаре	12
6.1 Длительность вебинара	
6.2 Работа с аудиторией	
6.3 Что еще, кроме презентации?	
6.1 Таймлайн часового вебинара	
7. После вебинара: не теряйте контакт	14
8. Чеклист «Идеальный вебинар»	15
9. Вебинар на 100%: дорожная карта	16
10. Построение системы продаж через вебинары	17
11. Игорь Манн: “Вебинар”	18
(глава из книги “Без бюджета”)	

1. От авторов

Здравствуйте!

Мы написали это пособие, чтобы помочь вам в подготовке и проведении эффективных вебинаров. В нем мы собрали технические рекомендации, советы, подсказки экспертов, статистику, ответы на часто задаваемые вопросы - одним словом все материалы, которые могут вам помочь.

Все рекомендации, приведенные в пособии, основаны на многолетнем опыте проведения вебинаров сотрудниками и клиентами Webinar.ru. Мы надеемся, они будут вам полезны.

Приятного чтения!



Михаил Перегудов
*Директор по
маркетингу Webinar.ru*



Юлия Емашева
*Руководитель службы технической
поддержки Webinar.ru*



Содержит советы и рекомендации Игоря Манна,
а также главу о вебинарах из книги “Без Бюджета”.

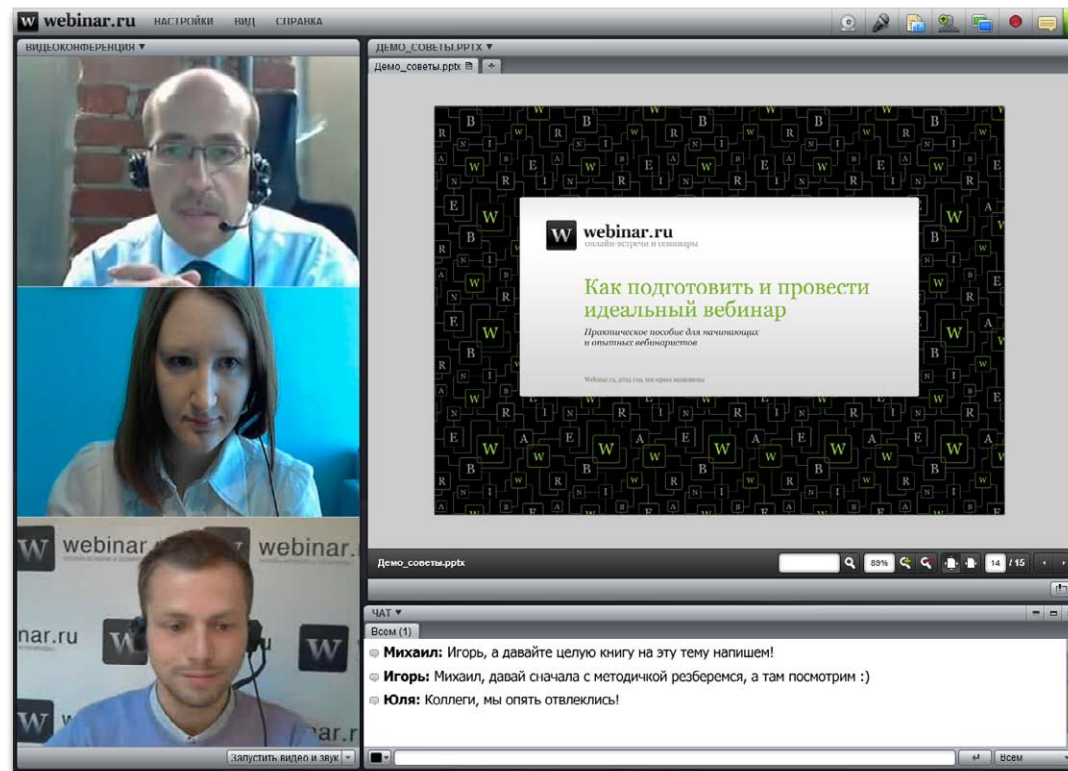
2. Что такое эффективный вебинар

Вебинар – это...

Онлайн-конференция, на которой один или несколько ведущих могут проводить семинар, тренинг, презентацию или совещание для группы от нескольких до нескольких тысяч участников.

Эффективный вебинар – это...

Вебинар, который по качеству и эффективности не уступает очному семинару. А в некоторых случаях даже превосходит его!



Спорим о
содержании
книги через
вебинар

3. Оборудование для вебинара

Подготовка к вебинару – ответственный этап. Вебинар – такое же событие, как и «живой» семинар, и готовиться к нему нужно также тщательно. А если это первый опыт – даже тщательнее.

Начните с проверки и настройки оборудования. Технические неполадки могут испортить самое яркое выступление, поэтому отнеситесь к этому этапу серьезно.

Чтобы провести вебинар, вам понадобится следующее оборудование:

- Компьютер с надежным подключением к интернету.
- Веб-камера (если планируете показывать видео).
- Гарнитура или микрофон.

3.1. Компьютер

Подойдет практически любой компьютер. Единственное требование - установленный плагин Adobe Flash Player последней версии (на 98% компьютеров он установлен по умолчанию).

Проводить вебинар можно из любого популярного интернет-браузера:

- Internet Explorer (7.0 и выше)
- Google Chrome
- Mozilla Firefox ← *рекомендуемый*
- Opera



Проверить версию плагина можно здесь:

<http://www.adobe.com/software/flash/about/>

Установить или обновить плагин можно здесь:

<http://get.adobe.com/ru/flashplayer/>

3.2. Подключение к интернету

Минимальная рекомендуемая скорость для участия в вебинаре: 256 кбит/с (можно и ниже, если отключить видео и оставить только звук). Если вы хотите вещать в высоком качестве (например, HD) или демонстрировать рабочий стол компьютера, понадобится более широкий канал.

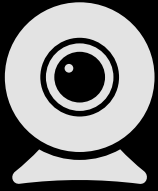
Проверить скорость и настройки интернета можно в разделе «Тест системы» на сайте Webinar.ru:

http://webinar.ru/faq_and_support/system_test/

Мы также рекомендуем:

- Отправить ссылку на «Тест системы» всем участникам вебинара.
- На время проведения вебинара отключить все дополнительные программы.





Совет 1:

Правильно установите камеру. Лучшее место - на верхней грани монитора по центру (на уровне лица). Во время вебинара старайтесь смотреть не только на экран, но и в камеру, чтобы сохранить зрительный контакт с участниками.

Совет 2:

Перед каждым важным вебинаром проводите тестирование микрофона: убедитесь, что в настройках вебинара выбран нужный микрофон, послушайте сами себя (в меню «Настройки» прямо на вебинаре или в разделе «Мастер звука и видео» http://webinar.ru/faq_and_support/master_sound_video/ на сайте Webinar.ru).

3.3. Веб-камера

Вы можете использовать встроенную в ноутбук камеру или внешнюю камеру, подключаемую к компьютеру по USB или Firewire. Качество «картинки» с внешней камеры обычно лучше, зато встроенную камеру использовать проще и быстрее. Вам остается решить, что для вас важнее.

Обратите внимание:

- Внешнюю веб-камеру необходимо подключить к компьютеру заранее, перед входом на вебинар.
- Перед началом вебинара убедитесь, что в меню «Настройки» выбрана нужная камера.

3.4. Микрофон и наушники

В большинстве случаев мы рекомендуем использовать USB-гарнитуру с наушниками и микрофоном (обычно USB-гарнитура дает лучший звук, чем гарнитура со штекером – за счет встроенной звуковой карты).

Использовать встроенные в ноутбук микрофон и динамики тоже можно, если заранее предусмотреть отсутствие посторонних шумов (учтите, качество звука будет немного хуже).

Обратите внимание:

- USB-гарнитуру нужно подключать заранее, до начала вебинара.
- Перед началом вебинара убедитесь, что в меню «Настройки» выбраны нужные устройства.

Итого: USB-гарнитура дает лучший звук, но чуть более сложна в использовании.

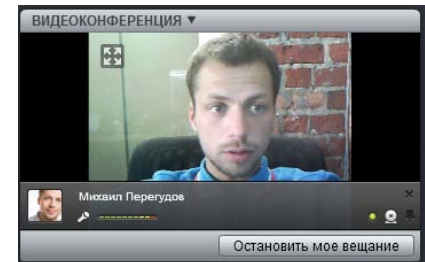
Эхоподавление

Эффект «эха» возникает в случаях, когда у кого-то из спикеров колонки находятся рядом с микрофоном и речь других спикеров из колонок «по второму кругу» попадает в микрофон.

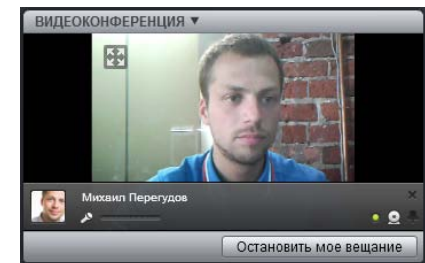
В системе Webinar.ru создана качественная система эхоподавления, которая обычно справляется эффектом «эха». В любом случае, чтобы минимизировать этот эффект, примите следующие меры:

- По возможности используйте гарнитуру или наушники
- Если используете колонки, направьте их в сторону от микрофона
- Пользуйтесь режимом Hands free (доступен в системе Webinar.ru)

Во время вебинара следите за настройками громкости микрофона. Некоторые программы (например, Skype), могут сами менять настройки микрофона. В Webinar.ru можно регулировать громкость прямо во время вещания. Оптимально, если:



Громкость в желто-красной зоне, когда говорите



Громкость на нуле, когда молчите

3.5. Рекомендуемое оборудование:

USB Гарнитуры

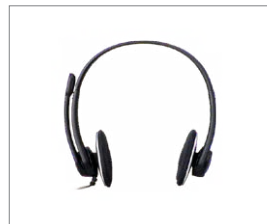
Удобна тем, что подключается и через USB-порт, и через стандартный интерфейс (отключив переходник).



Plantronics Audio 646 DSP
Ориентировочная стоимость:
1.000 р.*



Logitech Gaming Headset G330
Ориентировочная стоимость:
1.300 р.*



Logitech USB Headset H330
Ориентировочная стоимость:
800 р.*



Plantronics Audio 326
Ориентировочная стоимость:
700 р.*



Logitech Headset H130
Ориентировочная стоимость:
700 р.*

Микрофоны



Logitech USB Desktop Microphone
Ориентировочная стоимость:
1.100 р.*

Спикерфоны («лягушки»)



Jabra SPEAK 410
Ориентировочная стоимость:
3.700 р.*



Plantronics CALISTO P420M
Ориентировочная стоимость:
7.100 р.*

Спикерфоны удобны, когда в одном помещении сидят несколько выступающих (будет слышно всех)

Веб-камеры



Logitech HD Webcam C310



Logitech QuickCam Pro 9000



Logitech HD Pro Webcam C910



Logitech QuickCam for Notebooks Pro

* Рекомендованная стоимость

Совет 3:

Не забудьте отключить стационарный и мобильный телефоны перед началом вебинара.

Совет 4:

Повесьте на дверь или поставьте на стол табличку «Тихо, идет вебинар». (Кстати, такие таблички можно взять у нас в Webinar.ru).



Совет 5:

Лампу лучше направить в потолок или другую светлую поверхность, отражение от которой обеспечит ровное освещение.

Сделайте небольшой баннер или переносной пресс-волл с вашей фирменной символикой. Это позволит в считанные минуты оформить любое помещение, как профессиональную студию.



Игорь Манн

4. Подготовка помещения/студии

Хотя одним из преимуществ вебинаров является небольшая требовательность к помещению, необходимо учесть ряд деталей, чтобы вебинар прошел гладко.

4.1. Отдельное помещение

По возможности выбирайте отдельное помещение. В таком случае вас никто не отвлечет от выступления, кроме того, вы гарантируете отсутствие посторонних помех и шумов.

4.2. Если отдельного помещения нет

Это не беда. Просто предусмотрите следующие вещи:

- В помещении должно быть максимально тихо (отключите телефоны, предупредите коллег о начале вебинара).
- Для вещания лучше использовать гарнитуру (наушники + микрофон).
- Расположитесь так, чтобы никто из коллег не попадал в кадр во время вебинара (например, не располагайтесь перед входной дверью, в которую постоянно заходят и выходят люди).

4.3. Освещение

Слабая освещенность сильно влияет на качество картинки, даже если у вас хорошая камера. Поэтому позаботьтесь о дополнительном освещении заранее. Вместо профессионального оборудования можно использовать обычные настольные лампы или светильники.

4.4. Фон

- Убедитесь, что задний фон соответствует деловому или корпоративному стилю, является однотонным и не содержит мелких деталей.
- Не располагайтесь перед окнами или рядом с ними, чтобы не получить «засвеченную» картинку. Кроме того, освещение от окон может меняться вместе с погодой.

4.5. Одежда

Выбирая одежду, учтите две рекомендации:

- Веб-камера лучше передает монотонные расцветки. Избегайте узоров в мелкую полоску или клетку, они могут рябить.
- Как правило, в кадр попадает только лицо и плечи выступающего. Остальные части гардероба менее важны.

5. Перед вебинаром

В этом разделе мы приведем ряд советов и рекомендаций по подготовке эффективного вебинара.



Совет 6:

При планировании учитывайте разницу в часовых поясах с регионами. Возможно, лучшим вариантом будет проведение отдельных вебинаров для разных часовых поясов.

5.1. Выбор даты и времени

Есть несколько вариантов, когда лучше провести вебинар. Исходя из накопившегося опыта и статистики, мы рекомендуем следующее время для разных типов вебинаров:

1. Вебинар для сотрудников вашей компании (корпоративный вебинар)

Понедельник: 9.30-11.30, Пятница: 17.30-19.30

Большинство корпоративных вебинаров проходят именно в это время. Вероятно, это связано с тем, что сотрудники меньше всего загружены рутинной работой и готовы к обучению именно в начале или конце недели.

2. Вебинар для внешних участников (маркетинговый вебинар)

Вторник-четверг: 12.00-16.00

Маркетинговые/продающие вебинары лучше проводить, наоборот, в середине недели, когда наступает пик деловой активности. Это подтверждается как российской, так и зарубежной практикой. Для проведения вебинара выбирайте дообеденное или послеобеденное время.

3. Вебинар для физических лиц

Вторник-четверг: 20.00

Наконец, вебинары для людей, участвующих в вебинаре «для себя», а не «по работе» (например, тренинг по английскому языку или семинар по садоводству) лучше проводить в вечернее время, также в середине недели.

Выходные дни не рекомендуются для проведения вебинаров.

Обратите внимание:

Приведенные данные являются только общими рекомендациями, а не абсолютным фактом. В вашем конкретном случае подходящее время может быть другим.

Совет 7:

Чтобы увеличить количество регистраций, предложите специальные бонусы только для участников вебинара.

Совет 8:

Проведите конкурс или розыгрыш ценного приза на вебинаре, это также положительно скажется на количестве регистраций.

Привлеките к продвижению других спикеров. Когда мы проводили вебинар с Виталием Мышляевым из Лидмашины, каждый из нас сделал рассылку и разместил анонс в своем блоге. В результате вместо одной хорошей рассылки мы получили две отличные и на вебинар пришло вдвое больше людей.



Игорь Манн

Совет 9:

Не делайте анонс вебинара слишком длинным. 2-3 коротких абзаца, не больше.

5.2. Приглашение участников

Есть ряд способов для привлечения участников на вебинар. Ниже приведены основные из них в порядке эффективности (по оценке Webinar.ru):

- Собственный лист рассылки.
- Личные приглашения от менеджеров.
- Приглашение спикеров из другой компании (приглашение по его базе данных).
- Собственный вебсайт (корпоративный портал для внутренних вебинаров).
- Телемаркетинг (приглашение по телефону).

Плюс к этому:

- Социальные сети (публикация анонсов в собственных сообществах или тематических сообществах, посвященных вебинарам).
- Реклама в поисковых системах (Яндекс, Google).
- Печатные материалы.

←
Подробнее об этом
смотрите в главе 10.

5.3. Оформление анонса вебинара

Грамотно оформленный анонс может увеличить посещаемость вебинара в разы. Эти пункты должны содержаться в любом анонсе вебинара:

- Название вебинара: придумайте запоминающееся и в то же время понятное и конкретное название.
- Спикеры вебинара.
- Дата и время начала, длительность вебинара.
- Цели и задачи вебинара: должны содержать набор конкретных задач, которые ставят перед собой участники вебинара.
- Содержание вебинара (в тезисной форме): в нескольких пунктах опишите структуру и содержание вебинара.
- Результат: что вынесут участники из вебинара, что станет его итогом.
- Ссылка на «Тест системы» или вебинар «Как принять участие в вебинаре».

Обратите внимание:

Webinar.ru проводит ежедневные бесплатные вебинары «Как принять участие в вебинаре». Длительность вебинара 30 минут, регистрация: <http://webinar.ru/clientstudy>

Совет 10:

Приглашение на вебинар лучше отправлять со вторника по четверг, за 7-10 дней до вебинара.

Совет 11:

Всылайте последний Email за 10 минут до начала вебинара, иногда это повышает конверсию на 30%.

Совет 12:

Поделитесь с участниками презентацией, чтобы они использовали ее в дальнейшем (в Webinar.ru делиться файлами можно прямо во время вебинара).

5.4. Обеспечение явки на вебинар

Количество посетивших вебинар почти всегда меньше количества зарегистрированных. Это связано с рядом причин: от простой забывчивости участников до неожиданно изменившихся планов. В любом случае, нужно работать над тем, чтобы максимально увеличить количество тех, кто в конечном итоге приходит на вебинар.

- Замотивируйте на участие: напишите привлекающий анонс, объявите конкурс, предложите бонус только для участников.
- Настройте систему Email-напоминаний: на платформе Webinar.ru можно сделать это автоматически.
- Звоните с напоминаниями: чтобы напомнить о начале (Webinar.ru предлагает услугу «Колл-центр» для обзвона клиентов).

Обратите внимание:

На платформе Webinar.ru можно создавать автоматические страницы регистрации участников.

5.5. Подготовка презентации

При подготовке презентации для вебинара учтите следующие особенности:

- Старайтесь избегать мелкого текста на слайдах (не используйте шрифты меньше 16).
- Не задерживайтесь на одном статичном слайде более двух-трех минут.
- Смело используйте анимацию, чтобы оживить презентацию (Webinar.ru поддерживает любые типы анимации).
- Нарисуйте или подчеркните что-то на слайде, это удобно и наглядно.
- На презентациях для вебинара допускается большее количество текста, чем на презентациях для «живых» выступлений: участники вебинара находятся ближе к изображению и уделяют ему больше внимания.
- Однако, не переусердствуйте с количеством текста на слайдах.
- Старайтесь визуализировать контент, используйте картинки и изображения.

Теперь вы готовы к вебинару



Совет 13:

Если проводите длительный вебинар, обязательно делайте 5-10 мин. перерыв каждые 40-60 минут (как во время уроков в школе).

Совет 14:

Каждые 10-15 минут делайте остановку для ответов на вопросы. Чередуйте такие сессии вопросов-ответов с презентациями.

Учтите, материал при чтении вебинара заканчивается существенно быстрее, чем при работе с аудиторией.



Игорь Манн

Факты:

62% используют опросы и тестирования во время вебинара

89% предусматривают сессии вопросов-ответов

На 24% популярнее вебинары с видео выступающего

6. Во время вебинара

Выступление на вебинаре во многом похоже на «живое» выступление перед публикой и к нему применимы те же универсальные законы. Но есть и ряд особенностей, которые стоит учесть..

6.1. Длительность вебинара

Средний вебинар длится меньше «живого» семинара. В основном, потому что удерживать внимание участников вебинара на протяжении долгого времени сложнее.

По статистике, наиболее популярны вебинары длительностью 60 минут. Хотя в последнее время наметилась тенденция на увеличение длительности.

Корпоративные вебинары в среднем длиннее маркетинговых (для внешних участников) и часто длятся по 90 минут и более.

6.2. Работа с аудиторией

Используйте эти инструменты, чтобы привлечь внимание участников и не дать им заскучать:

- Используйте чат наполнюю.
- Подключайте участников и соведущих с помощью видео и голоса.
- Устройте импровизированное интервью с одним из гостей или участников.
- Чаще задавайте вопросы аудитории и просите отвечать в чате, раскачивайте аудиторию.
- Зачитывайте вопросы из чата вслух (тишина – не лучший фон).
- Используйте «статусы» участников для быстрого голосования.
- Проводите опросы (в системе Webinar.ru опросы можно создавать прямо «на лету» или готовить заранее).
- Рисуйте на виртуальной доске или слайдах (в одиночку или вместе у участниками).
- Устройте конкурс.

Заведите карточку с таймингом, чтобы было проще следить за временем. На карточке можно отметить:

- Название логической части
- Ее длительность
- Основные тезисы этой части
- Часто задаваемые вопросы с подготовленными ответами

Название логической части	Длительность	Тезисы	Вопросы и ответы
Приветствие	10 мин.		
Основная часть	40 мин.		
Заключение	10 мин.		
Вопросы и ответы	10 мин.		



Владимир Казаков
Специалист по удаленному обучению,
Magic Key

1. В начале вебинара сообщите, будут ли доступны запись и материалы, и на каких условиях.
2. Если платформа для вебинаров поддерживает телеконференцсвязь, расскажите об этом участникам и предложите записать телефон.
3. По-возможности подключите коллегу - модератора, который будет фиксировать обещания, фильтровать для вас входящие сообщения и отвечать на их заранее согласованную часть.



Максим Павлов
Эксперт в области вебинаров

6.3. Что еще, кроме презентации?

Не ограничивайтесь только слайдами, разнообразьте ваше мероприятие:

- Загружайте видеоролики с Youtube или вашего компьютера.
- Активно используйте доску для рисования.
- Показывайте документы и изображения (.doc, .xls, .pdf, .jpg, .png и т.д.).

6.4. Таймлайн вебинара

1. Вступление: <ul style="list-style-type: none">• поприветствуйте гостей.• Проверьте качество связи, все ли в порядке.• Озвучьте длительность и примерную структуру вебинара.• Проведите предварительное анкетирование, если нужно.	10 минут	Режим “Конференция”
2. Презентация1: <ul style="list-style-type: none">• Расскажите основную часть вашего доклада	15 минут	Режим “Презентация”
3. Вопросы-ответы1: <ul style="list-style-type: none">• Ответьте на накопившиеся вопросы в чате.• Подключите желающих с помощью видео и голоса для «видеовопроса».	5-10 минут	Режим “Дискуссия”
4. Презентация2: <ul style="list-style-type: none">• Выступите с заключительной частью презентации.• Как вариант, передайте слово коллеге.	10 минут	Режим “Презентация”
5. Вопросы-ответы2: <ul style="list-style-type: none">• Ответьте на оставшиеся вопросы.	10 минут	Режим “Дискуссия”
6. Подведение итогов: <ul style="list-style-type: none">• Проведите опросы и анкетирования.• Уточните, какие материалы выслать участникам после вебинара.• Покажите интересный видеоролик для усиления эмоциональной составляющей.	5 минут	Режим “Конференция”

Совет 15:

Не забудьте о тех, кто не пришел на вебинар. Им стоит написать отдельное письмо или сделать дополнительное предложение.

7. После вебинара: не теряйте контакт!

Работа не заканчивается с окончанием вебинара. Обязательно закрепите пройденное и сохраните контакт с участниками.

Что можно (и нужно) сделать после вебинара:

- Отправьте участникам письмо с итогами вебинара и анонсом следующего мероприятия.
- Поделитесь записью и презентацией (через Email, вебсайт, корпоративный портал или социальные сети).
- Дайте «домашнее задание».
- Вышлите материалы по мотивам опросов, которые вы проводили на вебинаре.
- Позвоните.
- Сделайте предложение «только для участников».

Одним словом, не теряйте контакт!

Продолжайте работу с аудиторией после вебинара!



Владимир Казаков
Специалист
по удаленному
обучению,
Mary Kay

Обеспечьте поддержку участников после вебинара:

- *Пригласите их в социальные сети или на форумы для продолжения дискуссии*
- *Предложите пройти тест для самопроверки или пройти электронный тест на портале обучения*
- *Сообщите, как загрузить на компьютер материалы, которые использовались на вебинаре*
- *Расскажите о дополнительных материалах, которые не вошли в вебинар, но могут быть полезны участникам. Можно кратко описать каждый файл – так слушателям будет легче ориентироваться.*

Воспользуйтесь специальным чек-листом, чтобы ничего не забыть

8. Чеклист «Идеальный вебинар»

Подготовка к вебинару

- Утвердить дату и время
- Создать вебинар в личном кабинете «Webinar.ru»
 - Создать страницу регистрации для участников
 - Настроить Email-напоминания (рекомендуем отправлять письма за 24 часа и за 30 минут до начала)
- Сделать анонс (см. раздел «Приглашение участников»)
- Сделать презентацию
- Сделать слайд «Заглушку» с темой и временем начала вебинара (может быть первый слайд вашей презентации)
- Провести тестовый вебинар со спикерами вебинара, используя все инструменты, которые планируете задействовать на вебинаре

Перед вебинаром

- За 60 минут до начала:
 - Подключиться и проверить качество звука и видео
 - Если есть еще спикеры кроме вас, подключить их и проверить качество звука и видео
 - Загрузить и сконвертировать презентации всех выступающих
- За 20 минут до начала:
открыть слайд «Заглушку» в окне «Контент»
- За 10 минут до начала (когда участники начинают заходить):
убедиться, что звук и видео отключены
- За 1 минуту до начала:
включить запись вебинара

После вебинара

- Провести Email-рассылку по итогам вебинара

9. Вебинар на 100%: дорожная карта



10. Построение системы продаж через вебинары



11. Игорь Манн: “Вебинар” (глава из книги “Без бюджета”)

Вебинар

Цель

Организовать регулярное дистанционное общение с клиентами, сотрудниками, партнерами в регионах (или даже в Москве), сэкономив время и деньги на командировках (и поездках по Москве).

Сложность реализации

Средняя

Стоимость

Средняя (стремится к низкой)

Кому поручить

Сотруднику одного из отделов - маркетинг, HR, отдел по работе с партнерами, административная служба.

Сроки «изготовления»

1-2 недели на запуск пилота

По сути

Что важно на обычном семинаре, тренинге или конференции? Общение, обратная связь, интерактивность, живой диалог. Эти элементы уже сегодня можно перенести из оффлайна в онлайн с помощью вебинаров. Вот, что уже есть:

- интерактивное общение с участниками через видео, голос, чат
- демонстрация презентаций и других материалов
- обмен файлами
- опросы
- инструменты для рисования
- совместная работа...

Плюсы вебинаров:

- на вебинары «придет» больше иногородних участников (ведь так проще для них принять участие)
- проводя удаленные тренинги и совещания, вы экономите на орграсходах, поездках, аренде залов и оборудования (вебинары реально дешевле)
- вы можете подключать спикеров из других городов (так проще и для них).

Теперь о недостатках вебинара.

Главный минус один – энергетику живого общения, увы, интернет пока передавать не научился (точно не будет хорошей идеей проводить с помощью вебинаров тренинги по мотивации или работе с возражениями).

Еще из минусов – интернет в регионах не так распространен, иногда его скорости может не хватить для полноценной работы. Впрочем, эта проблема обещает скоро исчезнуть (над этим, в частности, очень хорошо работает ЭР-Телеком).

Важно:

Алле?

Проверьте, смогут ли ваши партнеры участвовать.

Тут стоит обратить внимание на две вещи: наличие у них высокоскоростного интернета и необходимость устанавливать дополнительное ПО (в этом случае рекомендуется выбирать платформу без необходимости ставить дополнительный софт - во многих компаниях и особенно госструктурах поставить новый софт – это сродни запуску в космос. И то последнее становится все проще и проще).

Регламент

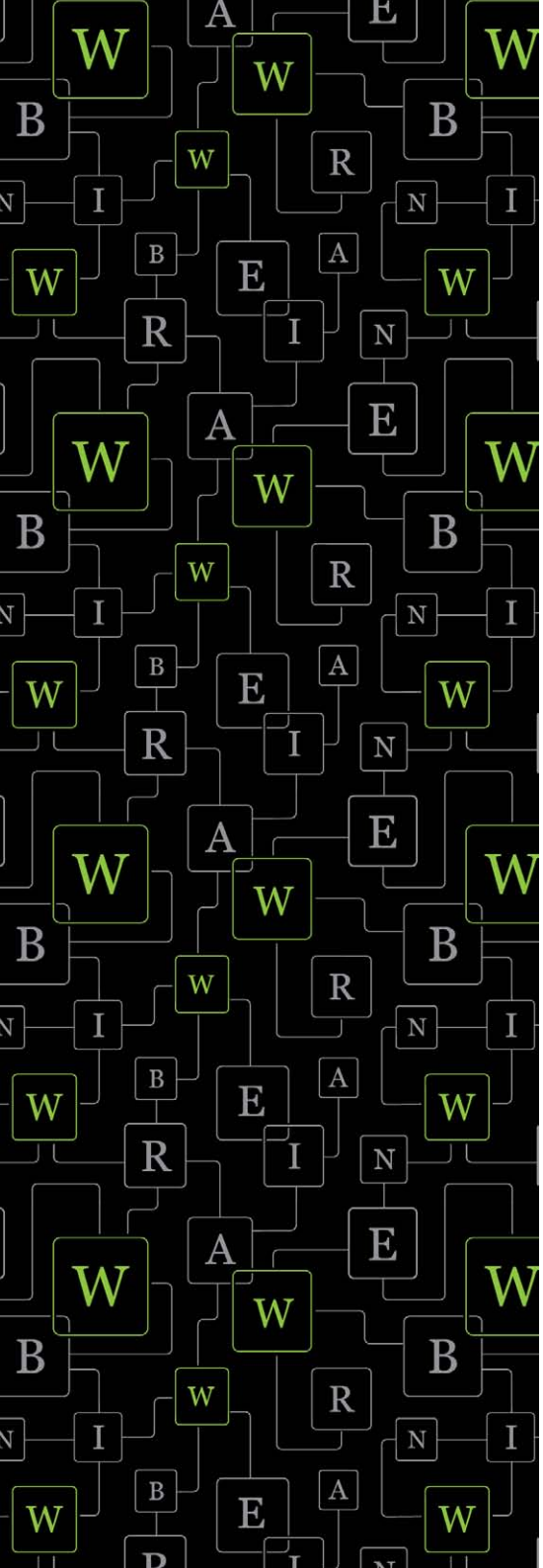
Продумайте регламент (сценарий) каждого вебинара заранее: когда будете показывать презентацию, когда видеоролик, а когда остановитесь и ответите на накопившиеся вопросы.

Оптимальная продолжительность вебинара 30 минут – 1,5 часа, не больше. Затем с каждой минутой удержать внимание участников будет все сложнее и сложнее.

Не вместо, а вместе

Меня много раз подбивали поучаствовать в вебинарах... пару раз я попробовал и утвердился во мнении, что вебинары не смогут заменить классические семинары. Их назначение - стать дополнением, расширенной реальностью оффлайн-встреч, конференций, тренингов.

Поэтому совмещая и комбинируя оффлайн и онлайн, вы получите новый уровень взаимодействия с сотрудниками/партнерами/клиентами/потенциальными клиентами.



Как это работает на практике

Главное в вебинарах – интерактивность и обратная связь. Не забывайте об этом в погоне за количеством участников. Мой опыт показывает, что интерактив резко ухудшается при количестве участников больше 100. Представьте, если каждый из участников напишет в чат хотя бы один вопрос – это уже 100 вопросов. Успеете ответить на все? А ведь их, вопросов, будет точно больше ста. Так что такой режим больше подойдет для конференций.

В режиме до 50 участников можно достаточно плотно работать с посетителями. Каждому удастся уделить внимание.

Самые интерактивные вебинары проходят в режиме до 30 участников.

Собственно, законы все те же, как и на обычных тренингах.

Важно

Выбор платформы для вебинаров – это половина успеха. От качества сервиса во многом будет зависеть удовлетворенность участников и конечный результат.

Если работаете с Россией и СНГ – выбирайте российскую платформу (выбор есть), если собираетесь вещать в разные точки мира – можно взять и западных провайдеров (они в среднем чуть дешевле).

Особенное внимание обратите на качество связи и поддержку.

Функционал у всех платформ примерно один, а вот сервис и качество связи сильно разнятся (особенно у бесплатных платформ). Будьте аккуратны – ничто так не портит впечатление от мероприятия (будь то офлайн или онлайн), как технические неполадки.

Фишки

Записывайте вебинары (почти все платформы дают такую возможность). Так вебинары легко превращаются в видеокурсы, видеоуроки и т.д.

Медиаархив на вашем сайте или внутреннем портале будет приятным бонусом.

Читать

Глеб Архангельский «Работа 2.0»

Эксперты

Webinar.ru

План внедрения

1. Определитесь, для кого будете проводить вебинары (партнеры/клиенты/потенциальные клиенты/сотрудники)
2. Определитесь с платформой для вебинаров. Обязательно протестируйте ее. Убедитесь, что выбрали лучший вариант
3. Начинайте готовить контент и презентации (также, как для классических тренингов и семинаров)
4. Первый вебинар проводите для самых лояльных клиентов или для сотрудников – они простят огрехи.
5. Публикуйте расписание, открывайте регистрацию и готовьтесь к встрече гостей.
6. Работайте с участниками и после вебинаров. Не теряйте лиды (да, вебинар это еще и инструмент маркетинга!)

Посетите наш бесплатный демо-вебинар:

На этом вебинаре вы узнаете:

- Что такое вебинар и чем он отличается от других способов общения
- Как правильно использовать вебинары для онлайн-обучения, маркетинга и продаж
- Как эффективно организовать работу сотрудников филиалов или партнерской сети
- Какие особенности стоит учесть при подготовке и проведении вебинаров.



*Спикер:
Михаил Перегудов,
директор по маркетингу
Webinar.ru*

<http://webinar.ru/livedemo/>

Или попробуйте сервис Webinar.ru бесплатно
в течение 14 дней: <http://webinar.ru/trial/>



webinar.ru
онлайн-встречи и семинары

Больше полезной информации здесь:

<http://www.facebook.com/webinar.ru>

http://www.vk.com/webinar_ru

http://www.twitter.com/webinar_ru