

Вебинар на 100%

Инструкция по проведению вебинаров
на платформе Webinar



Содержит советы и
рекомендации Игоря Манна,
а также главу о вебинарах из
книги «Без бюджета»

Оглавление

Вступительное слово

О вебинарах

Что такое вебинар	4
Зачем бизнесу вебинары?	5
Особенности проведения вебинаров для маркетинга	6
Особенности проведения вебинаров для обучения	7
Особенности проведения совещаний и консультаций онлайн	8

Подготовка и проведение вебинара

Подготовка помещения/студии	9
Выбор даты и времени	10
Приглашение участников	11
Оформление анонса вебинара (лендинги)	12
Обеспечение явки на вебинар	13
Подготовка презентации	14
Репетиция и финальные приготовления	15
Проведение вебинара	16
После окончания вебинара	19
Советы экспертов	20

Дополнительно

Вебинар на 100%: дорожная карта	21
Построение системы продаж через вебинары	22
Игорь Манн: "Вебинар"	23
Узнайте больше	25
Бесплатный тариф для проб и ошибок	26

Вступительное слово

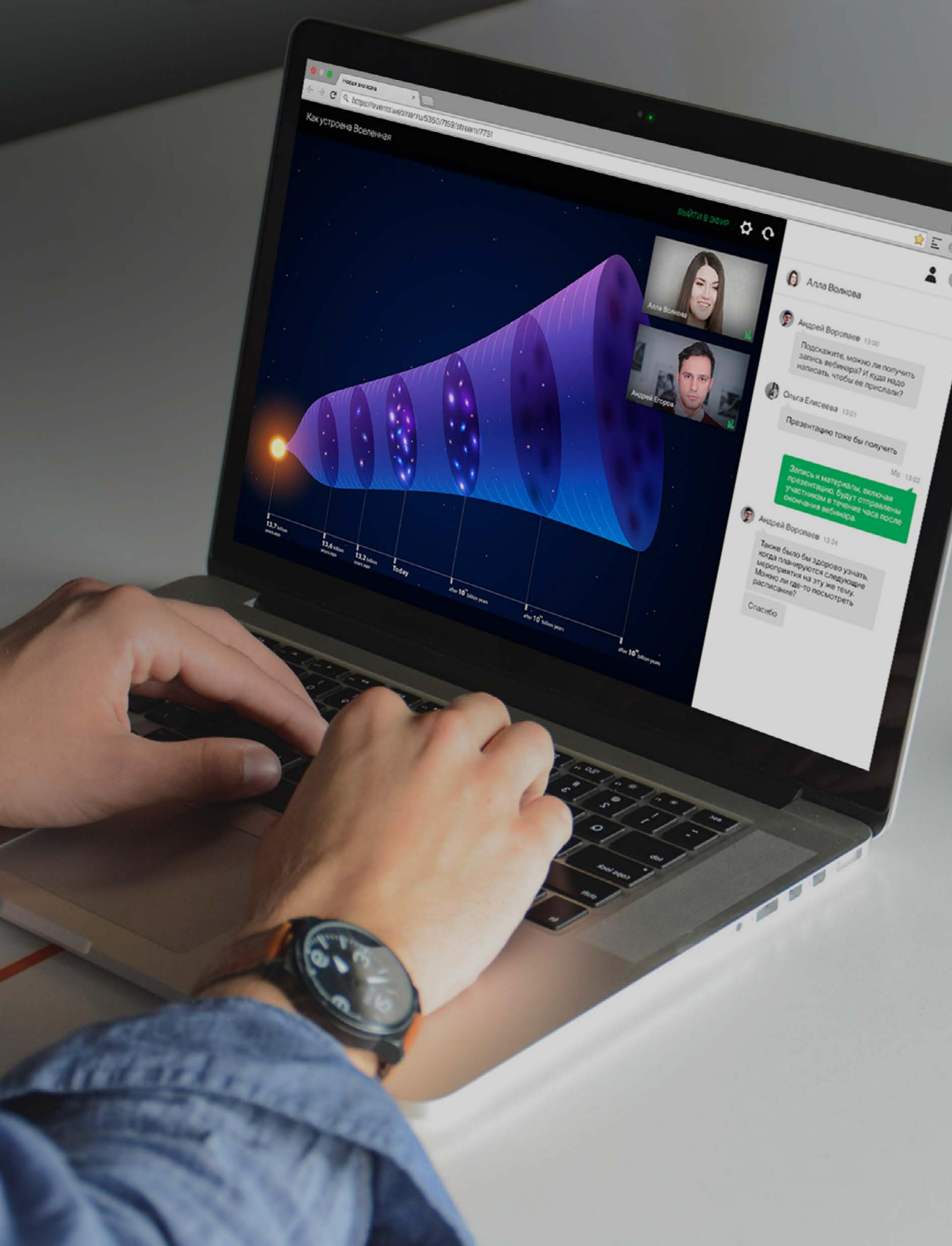
«Что такое вебинар? Как использовать вебинар для решения ваших бизнес-задач? Как сделать вебинар интересным и динамичным?

Работая над методичкой, мы собрали советы и технические рекомендации, которые помогут вам в подготовке и проведении эффективных вебинаров.

Для новичков особенно полезны будут организационные советы и лайфхаки, которые мы собрали за многолетний опыт нашей компании и наших клиентов.»



Команда Webinar



Что такое вебинар?

Вебинар — это инструмент, с помощью которого один или несколько ведущих могут проводить онлайн-мероприятия любого масштаба.

Эффективный вебинар — это вебинар, который по качеству и эффективности не уступает очному семинару. А в некоторых случаях даже превосходит его!

Зачем бизнесу вебинары?



- Обучение персонала
- Обучение школьников и студентов
- Курсы и интенсивы (платные)

- Совещания между территориально распределенными офисами
- Встречи с клиентами и партнерами
- Персональные консультации и репетиторство

- Лидогенерация
- Продуктовые презентации
- Обучение клиентов
- Продающие вебинары

Особенности проведения вебинаров для маркетинга

Вебинары для маркетинга — универсальный инструмент **в работе с потенциальными клиентами**. Это способ рассказать о продукте, пообщаться с аудиторией, сохранить нужные контакты и проанализировать взаимодействие.

Обязательные составляющие маркетинговой вебинар-кампании:



Приглашение участников. Импортируйте контакты из Excel, из предыдущих вебинаров или просто вводите их электронные адреса.



Рассылка напоминаний о вебинаре. Настраивайте частоту напоминаний, чтобы участники не забыли о мероприятии.



Вебинар. Проводите по-настоящему интерактивные и интересные вебинары, чтобы не давать слушателям скучать.



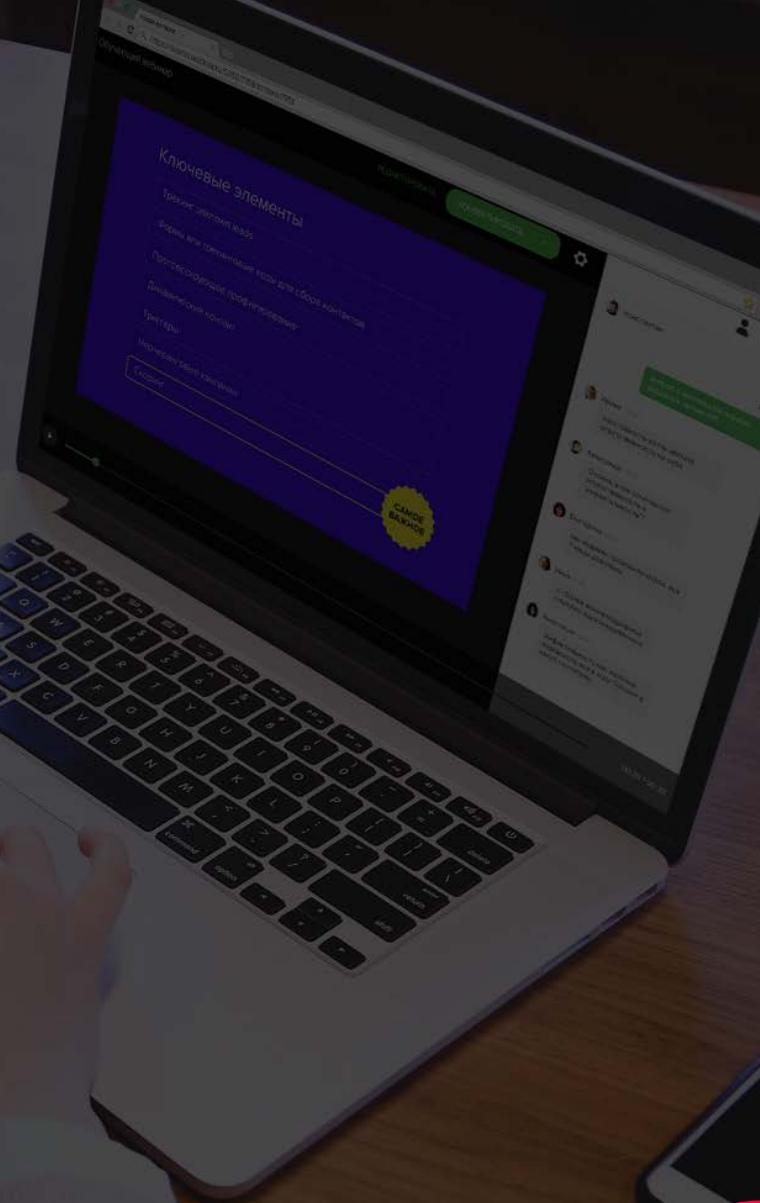
Лендинг вашего мероприятия. Привлекайте аудиторию с помощью стильных посадочных страниц.




Email-рассылка после вебинара и видеоконтент. После вебинаров не забывайте делиться их записями.

Узнать цены
на тарифы
«Маркетинг»





Узнать цены
на тарифы
«Обучение»



Особенности проведения вебинаров для обучения

Вебинары могут использоваться как самостоятельно, так и в рамках систем дистанционного обучения (СДО). Онлайн-формат помогает координировать даже самые сложноуправляемые процессы. Вебинары подходят как **для корпоративного обучения, так и для школьного и вузовского образования.**

На платформе Webinar для обучения предусмотрен следующий функционал:

-  **Тесты.** Используйте тестирования, чтобы оценивать усвоение материала.
-  **Рисование на доске и слайдах.** Поясняйте обучение схемами, рисуйте на готовых слайдах и чистых листах.
-  **Демонстрация экрана компьютера.** Показывайте открытые программы и приложения через демонстрацию рабочего стола.
-  **Совместная работа.** Выводите в эфир участников вебинара, например, во время экзаменов и тестирований. Приглашайте новых спикеров и вещайте одновременно.



Особенности проведения совещаний и консультаций онлайн

Вебинары — удобный формат **для любых корпоративных взаимодействий**. Расширенный функционал дает фору любым мессенджерам или файлообменникам. То же можно сказать и про персональные коммуникации, будь то общение с клиентом тет-а-тет или ознакомительная консультация.

Что может вам помочь:



Видеоконференцсвязь до 8 спикеров. Выводите в эфир несколько спикеров сразу.



Вывод ВКС на весь экран в HD качестве. Удобно, если у вас в приоритете вещание, а не демонстрация документов.



Платные вебинары. Проводите платные консультации: прием платежей ведется непосредственно в интерфейсе платформы.

Узнать цены
на тарифы
«Совещания»



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



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



Игорь Манн

Подготовка помещения/студии

Хотя одним из преимуществ вебинаров является простота использования, необходимо учесть ряд деталей, чтобы вебинар прошел успешно.

Отдельное помещение

По возможности выбирайте отдельное помещение. В таком случае вас **никто не отвлечет от выступления**. Кроме того, вы избежите посторонних помех и шумов.

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, через которую постоянно проходят люди).

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.

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.

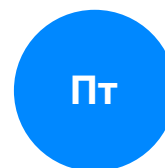
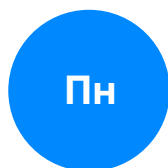
Одежда

Выбирая одежду, учтите три рекомендации:

- Веб-камера лучше передает однотонные расцветки.
- Избегайте узоров в мелкую полоску или клетку: они могут рябить.
- Как правило, в кадр попадает только лицо и плечи выступающего: именно на них стоит обратить внимание при подготовке.

Выбор даты и времени

Исходя из накопившегося опыта и статистики, мы рекомендуем следующее время для разных типов вебинаров:



Выходные дни не рекомендуются для проведения вебинаров.

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. Именно в начале и конце недели сотрудники меньше всего загружены рутинной работой и готовы к обучению.

Вебинар для внешних участников (маркетинговый вебинар)

Вторник — четверг: 12:00–16:00

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

Вебинар для физических лиц

Вторник — четверг: 20:00

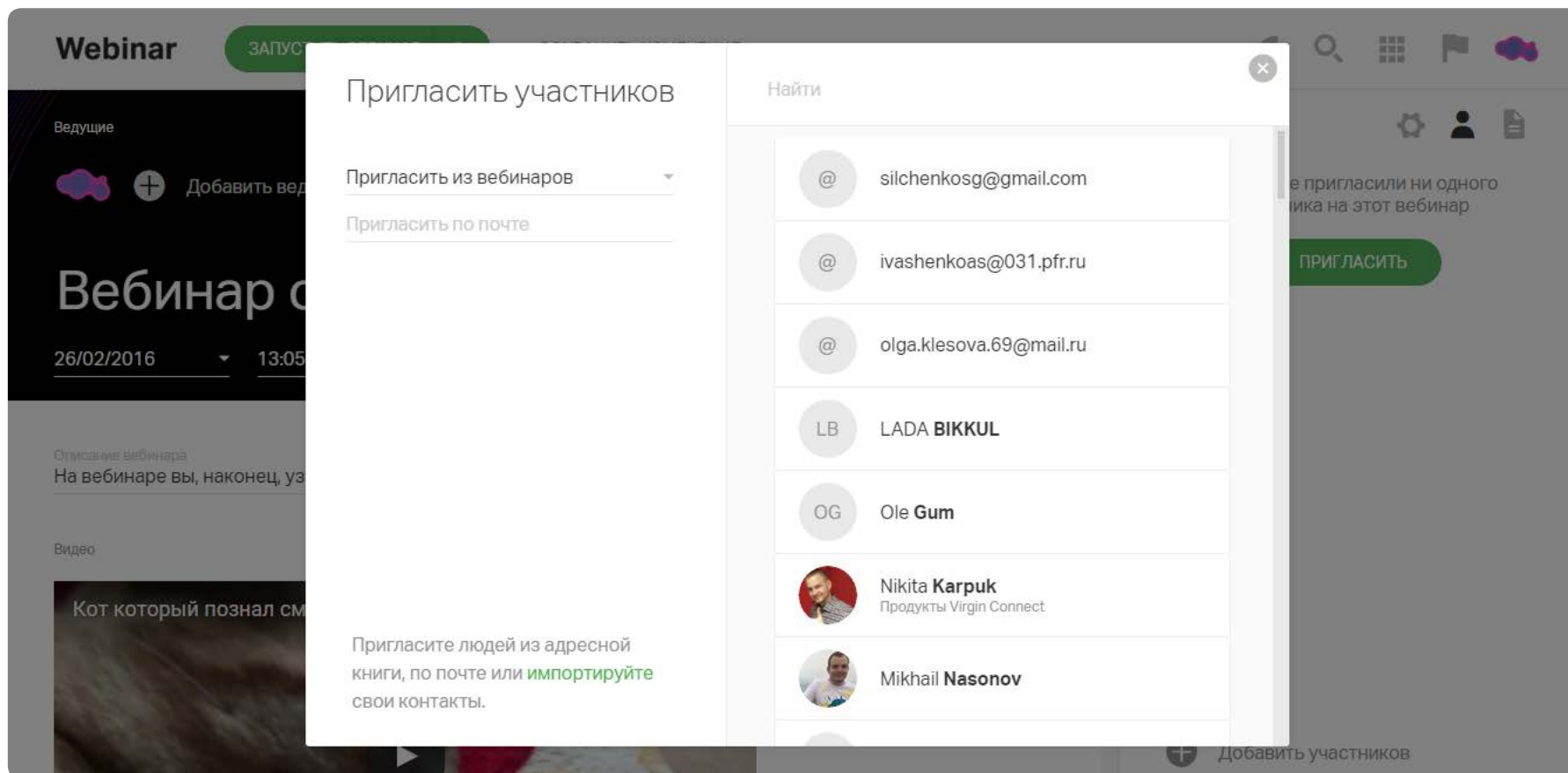
Наконец, вебинары для людей, участвующих в вебинаре «для себя», а не «по работе» (например, тренинг по английскому языку или семинар по садоводству) лучше проводить в вечернее время, также в середине недели.

Обратите внимание:

Приведенные данные являются только общими рекомендациями. В вашем конкретном случае подходящее время может быть другим.

Приглашение участников

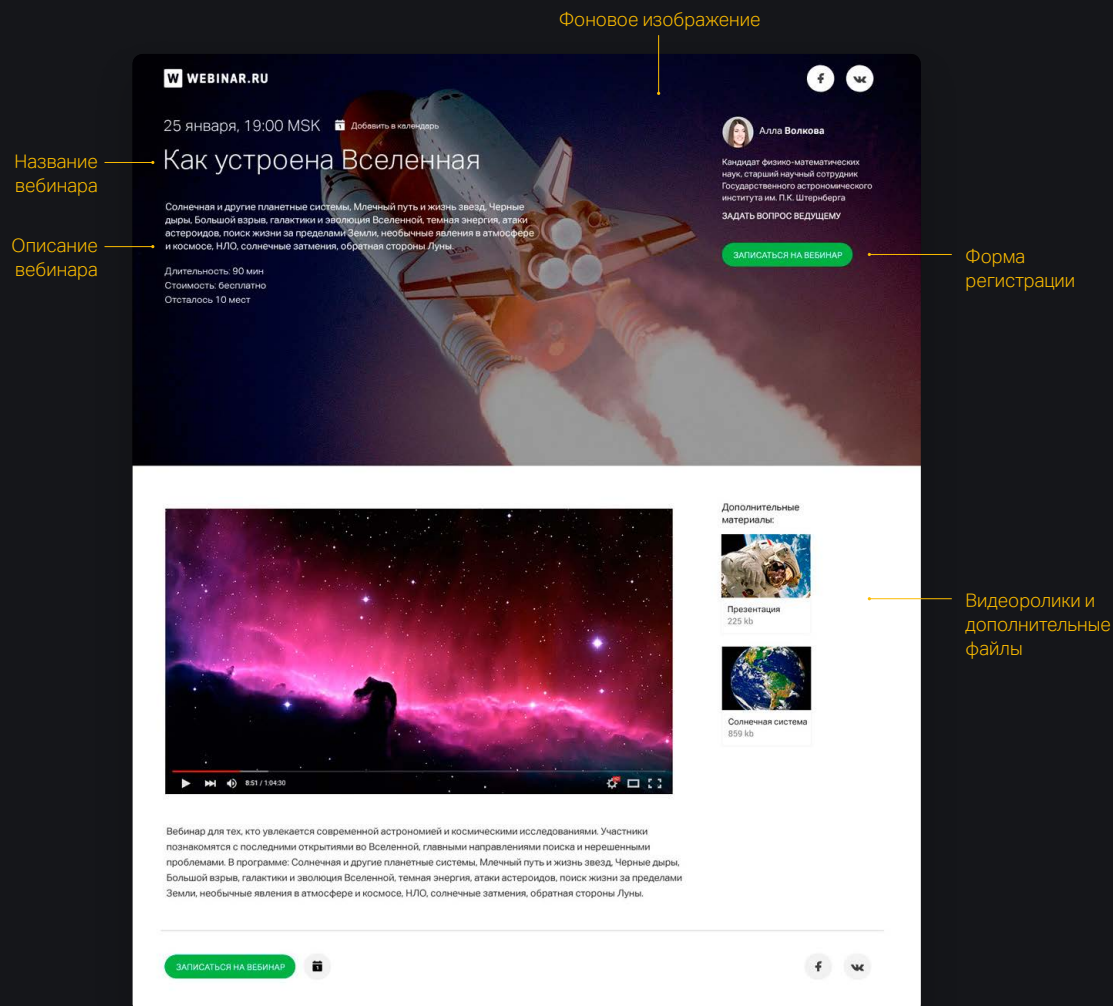
Если у вас есть база email-адресов ваших клиентов, текущих или потенциальных, вы можете загрузить ее в платформу и выслать приглашения на свой вебинар.



Также вы можете привлекать участников через рекламу. Для каждого вебинара на платформе автоматически создается страница регистрации и присваивается уникальный адрес. Ссылку на страницу можно использовать в рекламе на вашем сайте, в социальных сетях, блоге, методами поисковой и медийной рекламы.

Оформление анонса вебинара (лендинги)

Как было сказано выше, для каждого вебинара на платформе создается страница регистрации — иначе говоря, лендинг.



Фоновое изображение. Вы можете выбрать свой фон или использовать наш фирменный паттерн — уникальное изображение, которое генерируется на основе данных вебинара.

Название вебинара. Придумайте название для вашего мероприятия. Это особенно важно для маркетинговых вебинаров — название должно быть лаконичным, информативным и привлекающим внимание.

Описание вебинара. Анонс вашего вебинара должен быть легким и читаемым. Разделите описание на логические блоки и отметьте важные аспекты маркированным списком. Не пишите очень много — оставьте эту информацию для самого вебинара!

Форма регистрации. Форма регистрации — это ключевой способ сбора данных с участников вебинара. Например, если вам важно знать название компании или должность участника, не забудьте создать соответствующее поле. Кроме того, можно добавлять поля с выпадающим списком.

Видеоролики и дополнительные файлы. К описанию вы можете прикрепить любой ролик с YouTube/Vimeo или дополнительный файл. Участники увидят их на лендинге еще до вебинара.

Обеспечение явки на вебинар

Рекламная кампания по привлечению аудитории на вебинар обычно начинается за несколько недель до самого вебинара. Чтобы зарегистрированные участники не забыли прийти, им необходимо напомнить о мероприятии как минимум дважды.

На платформе Webinar по умолчанию включено 2 упоминания: **за 24 часа** и **за 15 минут** до начала. Вы можете исправить это расписание и отредактировать текст напоминаний.

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

Подготовка презентации

16:9

Для презентаций на платформе Webinar мы рекомендуем использовать **формат 16:9** — он максимально гармонично вписывается в интерфейс платформы.

Убедитесь, что в вашей презентации есть следующие слайды:

- Обложка с названием, датой и временем начала вебинара
- Цель вебинара
- Программа вебинара
- Ваши контактные данные

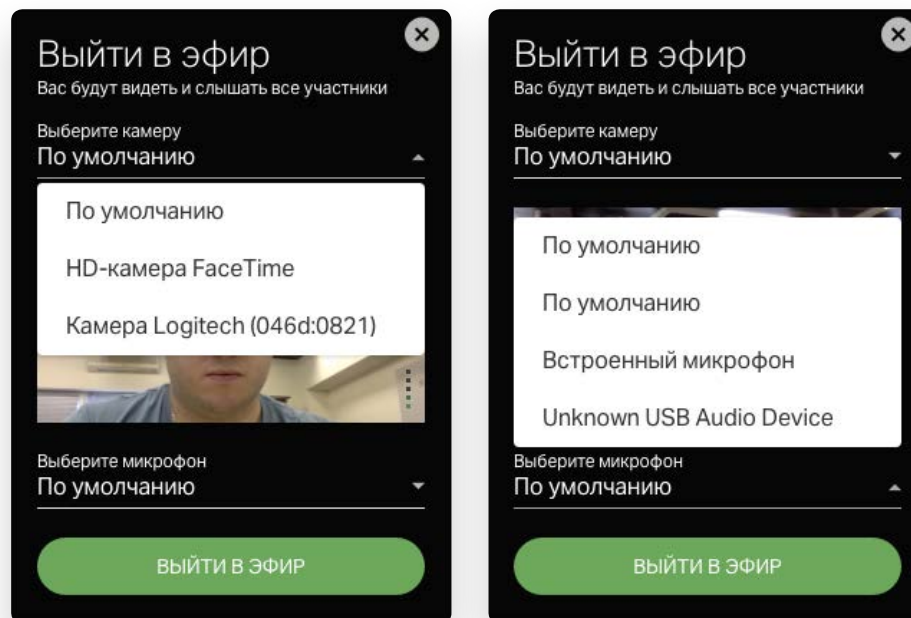
Вы можете скачать наши шаблоны и использовать их в качестве заготовок для разработки своих презентаций



Загрузить шаблоны

Репетиция и финальные приготовления

Убедитесь в том, что ведущий знает, как работает платформа, и умеет использовать ее основной функционал: демонстрацию экрана, тесты и голосования, вкладки с чатом, вопросами и документами. Проведите тестовый вебинар накануне.



За 30 минут до начала вебинара зайдите в вебинарную комнату и **проверьте исправность работы микрофона, камеры и платформы в целом.** Заранее прикрепите к вебинару все необходимые файлы для демонстрации.

Проведение 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.

Длительность вебинара

Средний вебинар длится меньше «живого» семинара, так как 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 90 минут и более.

Совет: Если проводите длительный вебинар, обязательно делайте пятиминутный перерыв каждые 40–60 минут (как во время уроков в школе).

Работа с аудиторией

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

- Активно используйте чат.
- Подключайте участников и соведущих, выводя их в эфир.
- Устройте импровизированное интервью с одним из гостей или участников.
- Работайте с аудиторией: например, задавайте участникам вопросы и просите отвечать в чате.
- Зачитывайте вопросы из чата вслух: тишина — не лучший фон.
- Используйте «статусы» участников для быстрого голосования.
- Проводите опросы (в системе Webinar опросы можно создавать заранее или непосредственно во время вебинара).
- Рисуйте на виртуальной доске или поверх слайдов.
- Устройте конкурс.

Факты

62% ведущих используют опросы и тестирования во время вебинара

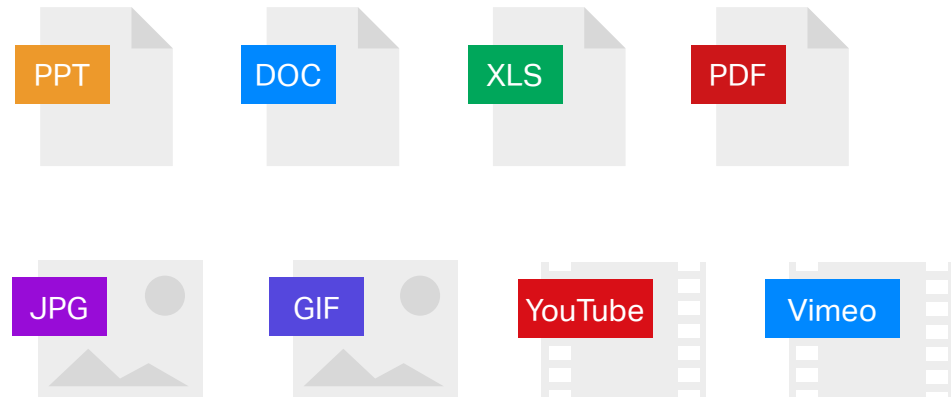
89% ведущих проводят сессии вопросов–ответов

76% вебинаров проходит с видео ведущих

Что еще, кроме презентации?







Не ограничивайтесь только слайдами, разнообразьте ваше мероприятие:

- Загружайте видеоролики с YouTube или Vimeo.
- Активно используйте доску для рисования.
- Демонстрируйте файлы (.doc, .xls, .pdf, .jpg, .png и т.д.).



Совет: Каждые 10–15 минут делайте остановку для ответов на вопросы участников. Чередуйте такие сессии вопросов–ответов с презентациями.

Таймлайн вебинара

	1. Вступление: <ul style="list-style-type: none">• поприветствуйте гостей.• Проверьте качество связи.• Озвучьте длительность и примерную структуру вебинара.• Проведите предварительное анкетирование.	10 минут
	2. Презентация 1 <p>Расскажите основную часть вашего доклада</p>	15 минут
	3. Вопросы-ответы 1 <ul style="list-style-type: none">• Ответьте на накопившиеся вопросы в чате.• Выведите желающих в эфир для «видеовопроса»	5–10 минут
	4. Презентация 2 <ul style="list-style-type: none">• Выступите с заключительной частью презентации.• Дополнительно: передайте слово другому ведущему.	10 минут
	5. Вопросы-ответы 2 <p>Ответьте на оставшиеся вопросы.</p>	10 минут
	6. Подведение итогов <ul style="list-style-type: none">• Проведите опрос или анкетирование.• Уточните, какие материалы выслать участникам после вебинара.• Покажите интересный видеоролик для усиления эмоциональной составляющей.	5 минут

После окончания вебинара

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 (в письме, на сайте или в социальных сетях).
- Дайте «домашнее задание».
- Вышлите материалы по мотивам опросов, которые проводили на вебинаре.
- Позвоните.
- Сделайте предложение «только для участников»

**Одним словом, не теряйте контакт!
Продолжайте работу с аудиторией
после вебинара!**

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



Советы экспертов

1. В начале вебинара сообщите, будут ли доступны запись и материалы вебинара 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 ваши обещания, фильтровать входящие сообщения и отвечать на простые вопросы.



Максим Павловец

Эксперт в области вебинаров

Обеспечьте поддержку участников после вебинара:

- пригласите их в социальные сети или на форумы для продолжения дискуссии;
- предложите пройти тест для самопроверки;
- сообщите, где можно найти материалы, которые использовались на вебинаре;
- расскажите о дополнительных материалах, которые не вошли в вебинар, но могут быть полезны участникам.

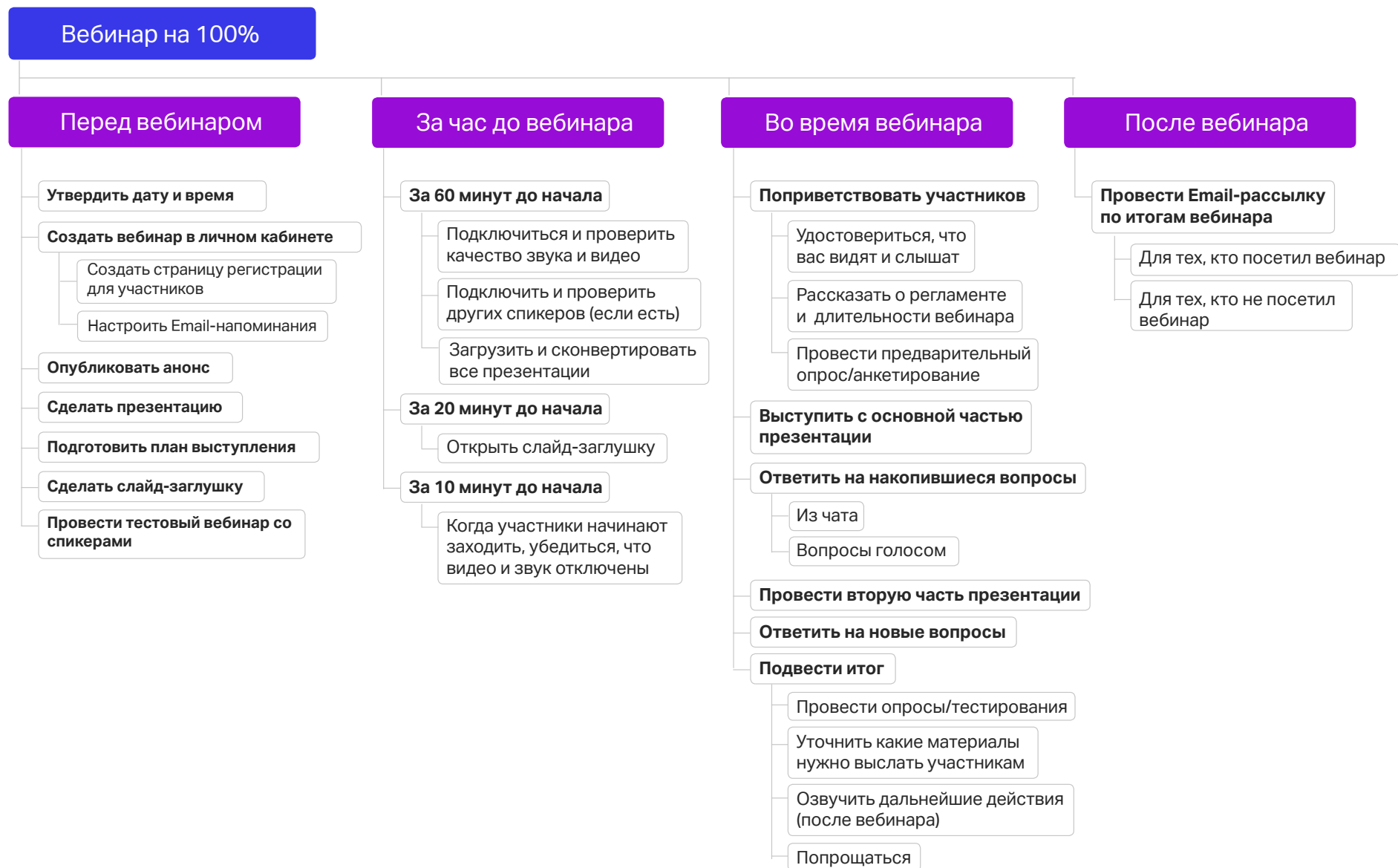
Можно также кратко описать каждый файл — так слушателям будет легче ориентироваться.



Владимир Казаков

Специалист по удаленному обучению, Mary Kay

Вебинар на 100%: дорожная карта



Построение системы продаж через вебинары



Игорь Манн: "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 – энергетика 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.

Глава из книги
"Без бюджета"



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.

Медиархив 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!)

Узнайте больше. Посетите обучающий вебинар по платформе

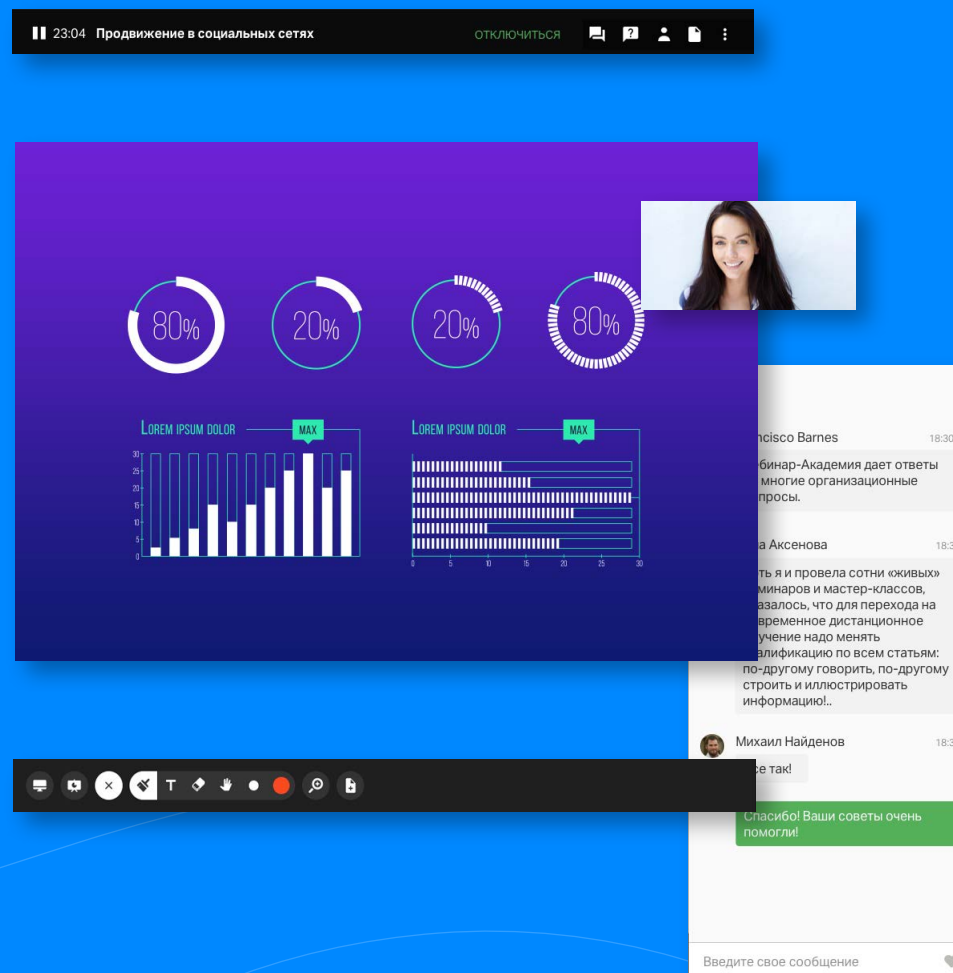
На вебинаре мы рассмотрим:

- последние изменения и тенденции отрасли;
- основные критерии выбора вебинарной платформы;
- ключевые функции платформы Webinar.

Мы также ответим на все вопросы по работе с системой и проведению вебинаров.

**Обучающие вебинары проходят по вторникам
и четвергам с 13:00 до 14:00 МСК**

[Записаться](#)



Попробуйте бесплатно

Тариф для проб и ошибок

Нам никогда не нравились ограниченные по времени тестовые доступы. Поэтому мы сделали тарифный план Free, который вы можете использовать столько, сколько захотите.



Демо-режим
до 5 участников



Без ограничений
по времени



500 МБ файлового
хранилища

Попробовать

