



Чек-лист по успешному проведению вебинара

На сегодняшний день преимущества проведения вебинаров неоспоримы: простота и ясность организации, минимальные затраты денежных средств по сравнению с семинарами, да и добираться к месту проведения через большие расстояния нет нужды. Мы подготовили для вас подробный чек-лист с пошаговыми действиями, необходимые для проведения эффективного и успешного вебинара.

Подготовка

Определиться с темой, докладчиком и датой

Проследите, чтобы в день проведения вебинара не происходило никаких крупных событий в вашей отрасли, а также не забудьте учесть временные пояса ваших участников.

Подготовить презентацию

Она является неотъемлемой частью любого вебинара. Если вы готовите презентацию, то постарайтесь делать акцент именно на визуальном представлении данных: графики, картинки, цифры, диаграммы. Обилие текста никто не будет читать, ведь основные тексты вы озвучите.

Построить диаграмму Ганта

Диаграмма состоит из столбчатых гистограмм, наглядно отражающих ваш календарный план работ по подготовке вебинара в виде графика.

Придумать акцию для участников вебинара

Здесь как в рыбалке: опытный рыбак все тщательно обдумает: куда ехать, что в это время года ловится, и на какую приманку. Так и в рекламной акции - если следовать основным условиям, то можно добиться хорошего «улова» - увеличение продаж в 2-3 раза.

Подготовить посадочную страницу

Это может быть Landing Page, специальный сервис (например, TimePad) или мероприятие в соц. сетях (ВКонтакте или Facebook).

Выбрать сервис для проведения вебинара

Сейчас их очень много, поэтому конкуренция, скорее, ценовая. Вариантов сейчас очень много, поэтому можно попробовать бесплатно все сервисы, а потом на каком-то из них остановиться.

Пополнить необходимые сервисы

Здесь имеются в виду e-mail и смс рассылки, платформа для проведения вебинара, конструктор посадочных страниц и т.д.

Подготовить промо-материалы

Чтобы ваш вебинар "засветился" в просторах интернета, продумайте печатную рекламу, баннер для ремаркетинга, баннер на сайт, яркие тексты и т.д.

Запустить промо-кампании

Не забудьте о системе спланированных рекламных мероприятий: e-mail рассылка, размещение пресс-анонсов, соц. сети, ремаркетинг, контекстная реклама и т.д.

Проводить репетиции

Это необходимо для проверки вашего оборудования, программного обеспечения, лекторов и помощника лектора, если хотите избежать непредвиденных сбоев и форс-мажорных обстоятельств.

Периодически напоминать о вебинаре потенциальной аудитории

Люди склонны забывать, ведь ежедневно на нас выливается тонна информации. Именно поэтому стоит напомнить участникам о вашем событии. Сделать это можно с помощью email- и sms-рассылок, а также телефонных звонков.

Если у вас больше одного докладчика, свести все презентации в одну

Не запутывайте вашу аудиторию: в случае наличия нескольких докладчиков объедините всю информацию в одну презентацию - облегчите восприятие для вашей аудитории.

Напомнить участникам вебинара, что вебинар уже завтра

Непосредственно перед вебинаром необходимо напомнить о себе, дабы дать возможность людям подготовиться и наиболее эффективно распланировать свой день,

выделив промежуток для вашего вебинара.

Провести финальную репетицию

Проверьте, работает ли чат, отсутствуют ли помехи в аудио и видео. Не забудьте про интернет - он должен быть оплачен, а канал не перегружен.

Закончить регистрацию

Как только отведенное время для регистрации подошло к концу, смените призыв на посадочной странице с “зарегистрироваться на вебинар” на “получить запись вебинара дата”

День вебинара

Сделать e-mail рассылку с напоминанием о мероприятии

Не доверяйте стандартному “рассыльщику” сервиса, в котором вы проводите свой вебинар. Бывали случаи, что напоминания приходило после начала, а то и после окончания вебинара.

Сделать смс-рассылку с напоминанием о вебинаре

Она тоже дает свои плоды, как и e-mail рассылка. Тем более, есть вероятность того, что смс-ки просмотрят гораздо раньше и быстрее, чем ваше электронное письмо на почте.

Провести вебинар

Возможно, в первый раз вам будет некомфортно, вы будете немного растеряны или что-то пойдет не так. Но не стоит расстраиваться, ведь мастерство всегда приходит с опытом.

Записать вебинар с другого компьютера

Если вы скажете, что сервис сам запишет все, что нужно – значит у вас никогда не было проблем с полученной записью. Лучше перестраховаться.

После вебинара

Обработать видеозапись

Уберите лишние помехи, а также проверьте, нет ли в разговоре слов-паразитов, сбоев в записи, хорошо ли воспринимается информация на слух и как обстоит дело с видеозаписью.

Разместить запись на youtube или vimeo

Опять же, это делается для удобства просмотра вашего вебинара через интернет, а также привлечения нового потока аудитории, повышения заинтересованности к вашей теме.

Написать пост о том, как прошел вебинар

Опубликуйте новости на своих сайтах и сайтах инфопартнеров о том, что прошел вебинар, что было самым интересным, как прошло взаимодействие с вашей аудиторией, ее и ваши впечатления.

Отправить видеозапись и презентацию зарегистрировавшимся участникам

Возможно, не всем участникам удалось присутствовать на вебинаре в режиме реального времени. Ваша рассылка видео с дополнительными материалами даст возможность в любой момент просмотреть вашу запись, а присутствующим - закрепить и усвоить новый материал.

Попросить оставить отзывы участников вебинара

Ни для кого не секрет, что отзывы - это "зеркало" вашего инфопродукта. Если вы хотите заявить о себе и завоевать доверие вашей целевой аудитории, необходимо уделить им особое внимание.

Поменять формулировку на посадочной странице с "получить запись вебинара дата" на формулировку "запись вебинара"

Процесс, как обычно, необходимо автоматизировать.

Подвести итоги

Проведите работу над ошибками: зафиксируйте, где и как вы «профакапили». В дальнейшем этот документ необходим для того, чтобы не наступать на те же грабли в следующий раз.