

Вебинар на 100%

Инструкция по проведению вебинаров
на платформе Webinar



Webinar

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

Дополнительно

Узнайте больше	20
Бесплатный тариф для проб и ошибок	21

Вступительное слово

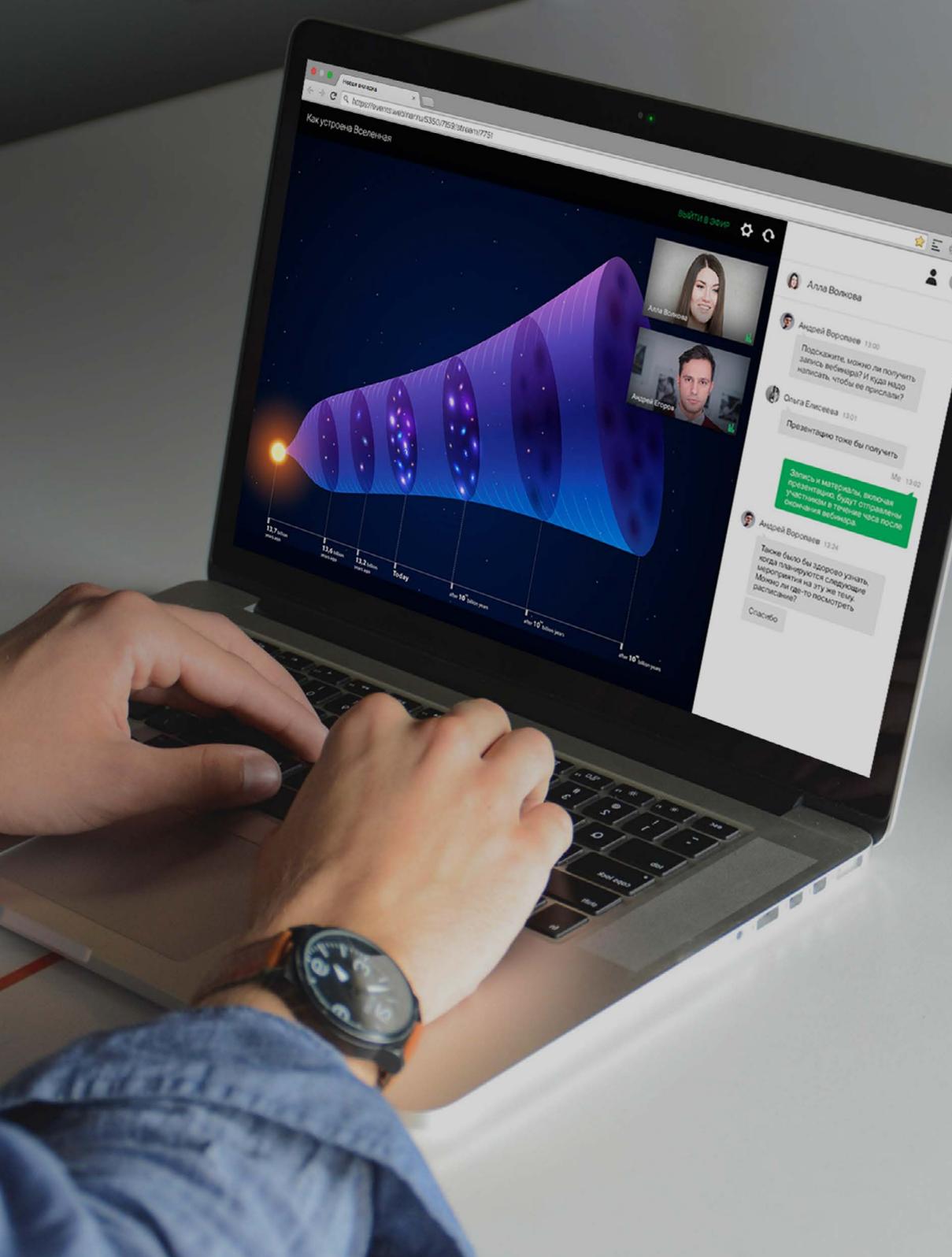
«В методичке подробно описано, что делать до вебинара, в процессе и по завершению.

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

Надеемся, что вебинары станут для вас привычным и эффективным инструментом решения бизнес-задач!»



Ирина Кितिца - Руководитель Вебинар-Академии



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.



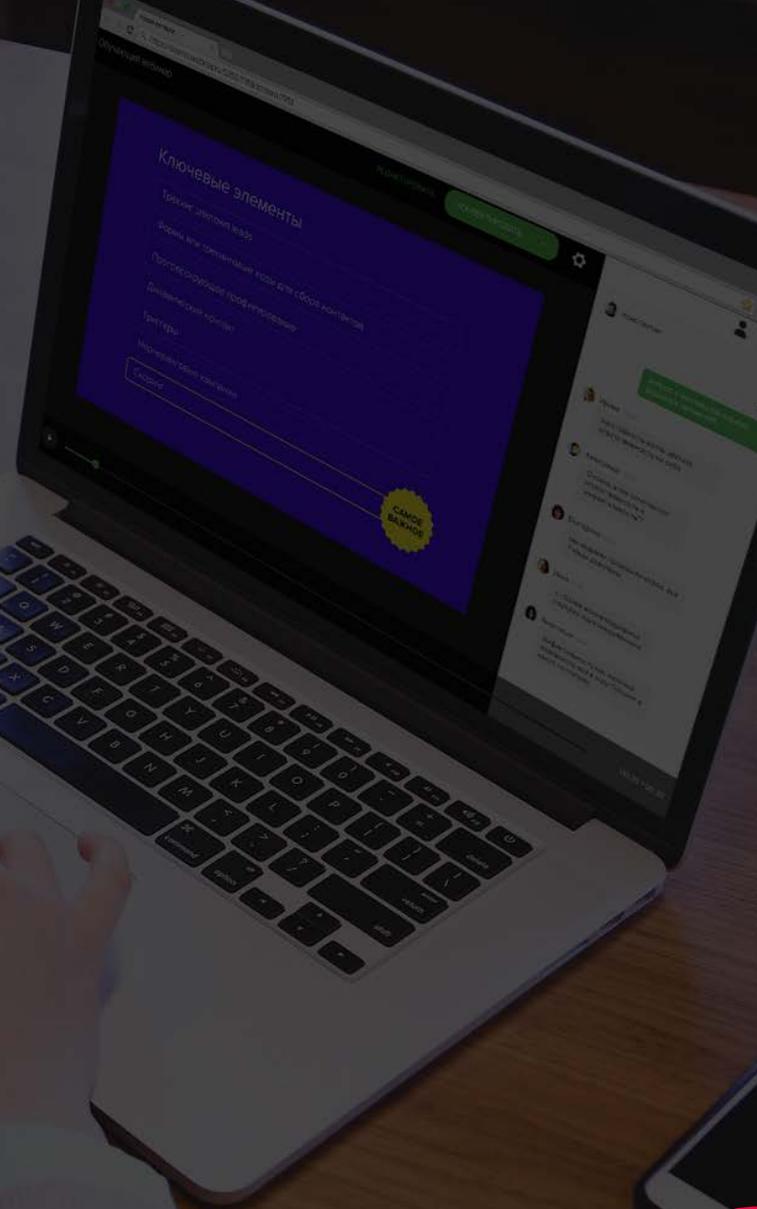
Лендинг вашего мероприятия. Привлекайте аудиторию с помощью стильных посадочных страниц.



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

Узнать цены
на тарифы
«Маркетинг»





Особенности проведения вебинаров для обучения

Вебинары могут использоваться как самостоятельно, так и в рамках Систем Дистанционного Обучения. Онлайн-формат помогает координировать даже самые сложно управляемые 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.

Узнать цены
на тарифы
«Обучение»





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 работает прямо внутри платформы.

Узнать цены
на тарифы
«Совещания»





Подготовка помещения/студии

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

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.

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.

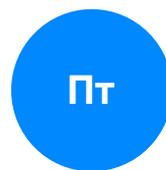
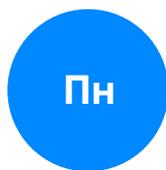
Одежда

Выбирая одежду, учтите три рекомендации:

- Веб-камера лучше передает монотонные 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 перед вещанием.

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:



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

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.

Вебинар для физических лиц

Вторник-четверг: 20.00

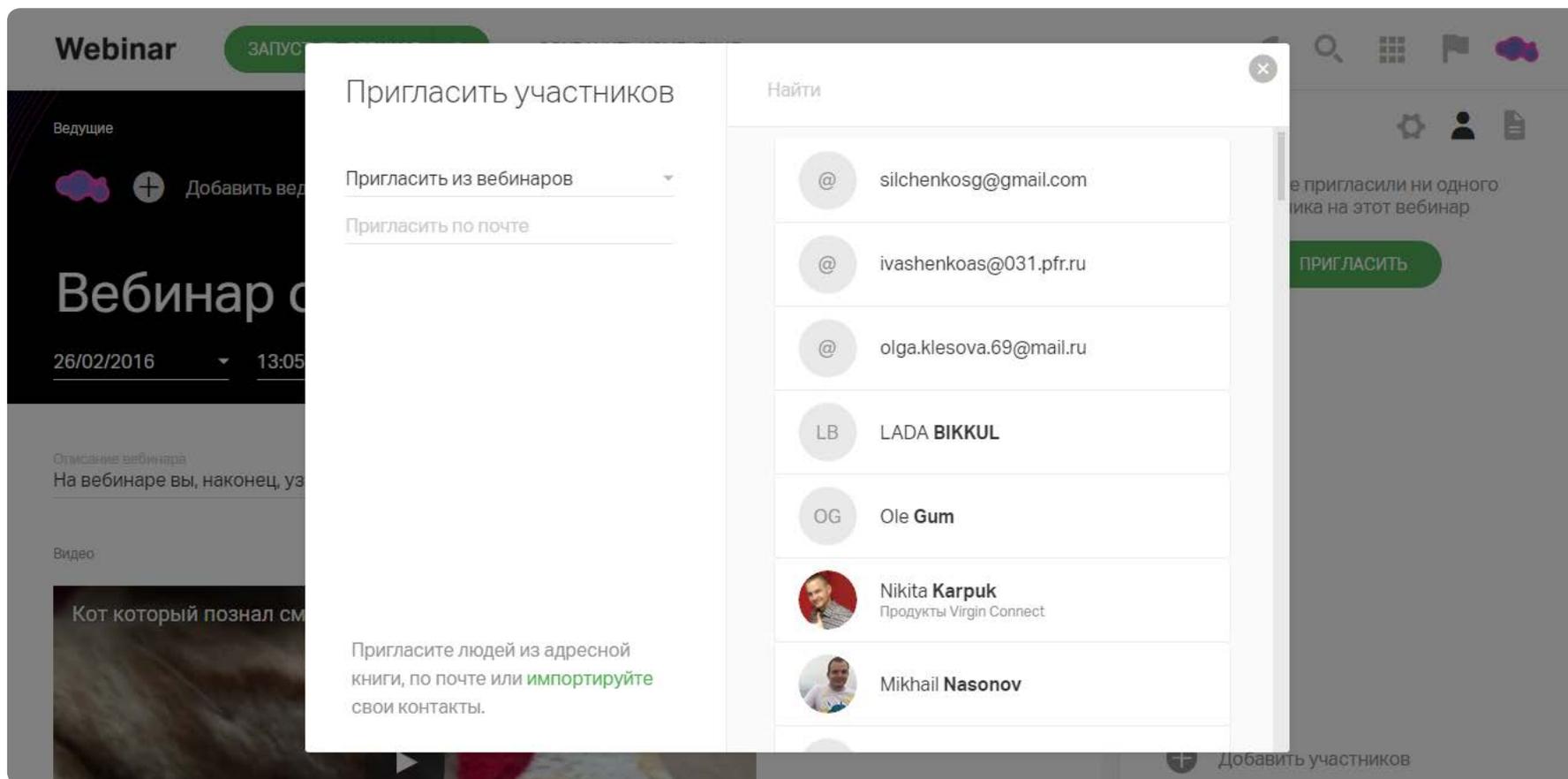
Наконец, вебинары для людей, участвующих в вебинаре «для себя», а не «по работе» (например, тренинг по английскому языку или семинар по садоводству) лучше проводить в вечернее время, также в середине недели.

Обратите внимание:

Приведенные данные являются только общими рекомендациями, а не абсолютным фактом. 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 их 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. Полученную ссылку можно рекламировать на своем сайте, в социальных сетях, методами поисковой и медийной рекламы.

Оформление анонса вебинара (лендинги)

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

The screenshot shows a landing page for a webinar titled "Как устроена Вселенная" (How the Universe is Structured) on the platform WEBINAR.RU. The page features a space-themed background image of a rocket launch. Key elements include:

- Header:** "WEBINAR.RU" logo, date and time "25 января, 19:00 MSK", and a "Добавить в календарь" button.
- Title:** "Как устроена Вселенная".
- Description:** "Солнечная и другие планетные системы, Млечный путь и жизнь звезд, Черные дыры, Большой взрыв, галактики и эволюция Вселенной, темная энергия, атаки астероидов, поиск жизни за пределами Земли, необычные явления в атмосфере и космосе, НЛО, солнечные затмения, обратная сторона Луны." Below this, it states: "Длительность: 90 мин", "Стоимость: бесплатно", "Отсталось: 10 мест".
- Speaker:** "Алла Волкова", "Кандидат физико-математических наук, старший научный сотрудник Государственного астрономического института им. П.К. Штернберга". A "ЗАДАТЬ ВОПРОС ВЕДУЩЕМУ" button is present.
- Registration:** A prominent green "ЗАПИСАТЬСЯ НА ВЕБИНАР" button.
- Additional Materials:** A section titled "Дополнительные материалы:" containing a video player for "Презентация" (225 kb) and a file for "Солнечная система" (859 kb).
- Footer:** A detailed description of the webinar content, a "ЗАПИСАТЬСЯ НА ВЕБИНАР" button, and social media icons.

Annotations on the image point to various elements:

- "Фоновое изображение" points to the rocket launch background.
- "Название вебинара" points to the title "Как устроена Вселенная".
- "Описание вебинара" points to the descriptive text about the universe.
- "Форма регистрации" points to the green registration button.
- "Видеоролики и дополнительные файлы" points to the presentation and solar system files.

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.

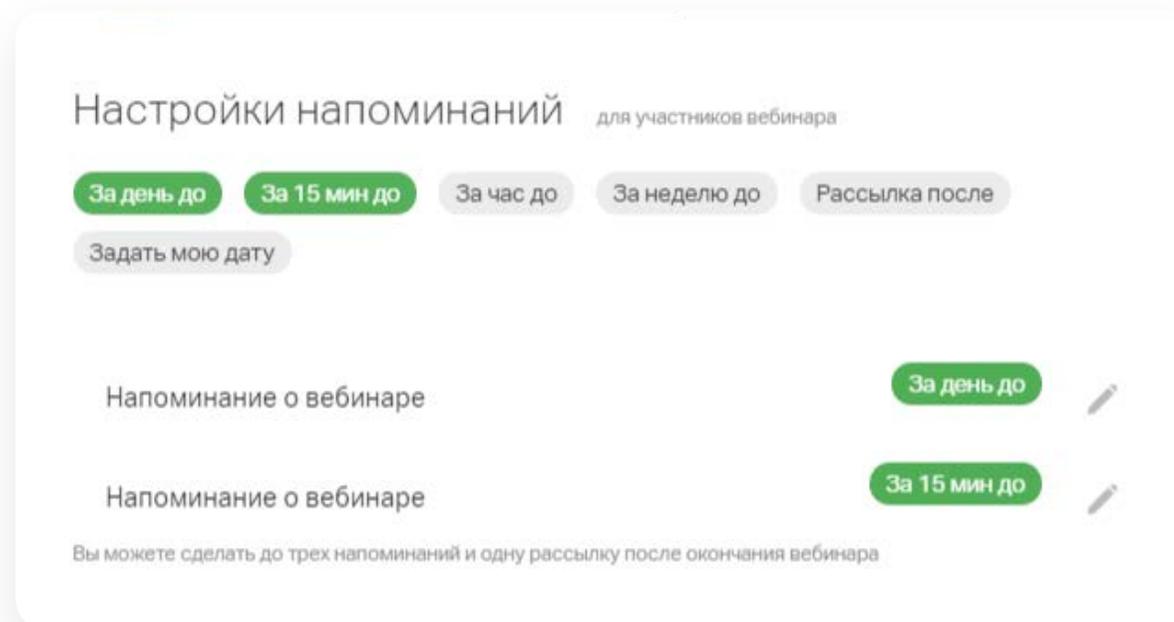
Описание вебинара. Анонс вашего вебинара должен быть легким и читаемым. Разделите описание на логические блоки, отметьте важные аспекты буллитам и не пишите очень много — оставьте эту информацию для самого вебинара.

Форма регистрации. Форма регистрации — это ключевой способ сбора данных с 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 на вебинар обычно начинается за несколько недель до его начала. Чтобы зарегистрированные участники не забыли прийти, им необходимо напомнить о мероприятии как минимум 2 раза.



На платформе Webinar по умолчанию подключено 2 упоминания: **за 24 часа** и за **15 минут** до начала. Вы можете поправить это расписание, добавить третье письмо и отредактировать текст напоминаний.

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
- Цель вебинара
- Программа вебинара
- Контактные данные
- Слайд (или просто время) для вопросов

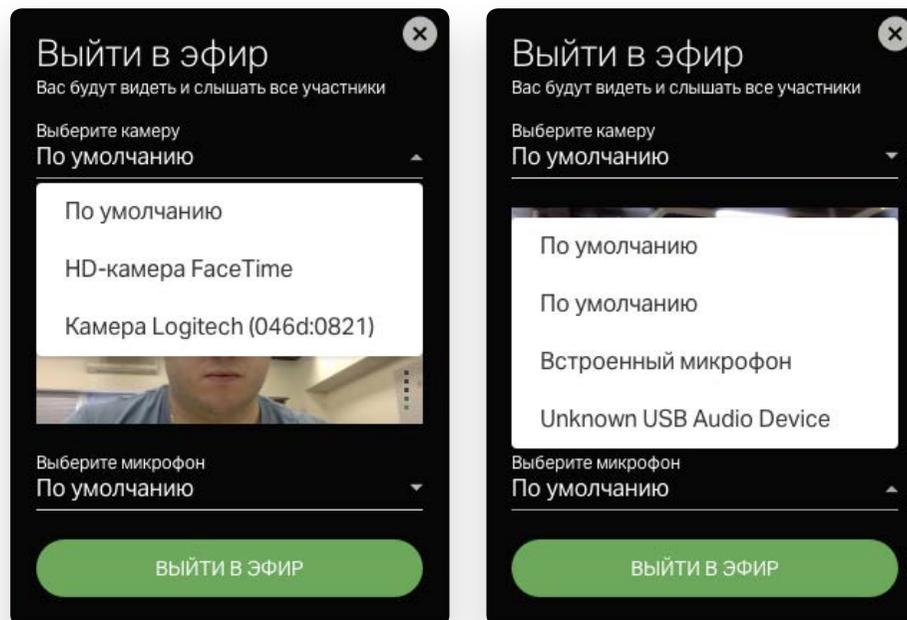
Вы можете скачать наши шаблоны и использовать их в качестве заготовок для разработки своих презентаций



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.** 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. 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.

Совет: Если проводите длительный вебинар, обязательно делайте 5-10 мин. 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:

- Используйте чат наполную.
- 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 опросы можно создавать «на лету» или готовить заранее).
- Рисуйте на виртуальной доске или слайдах (в одиночку или вместе с участниками).
- Устройте конкурс.

Факты

62% Используют опросы и тестирования во время вебинара

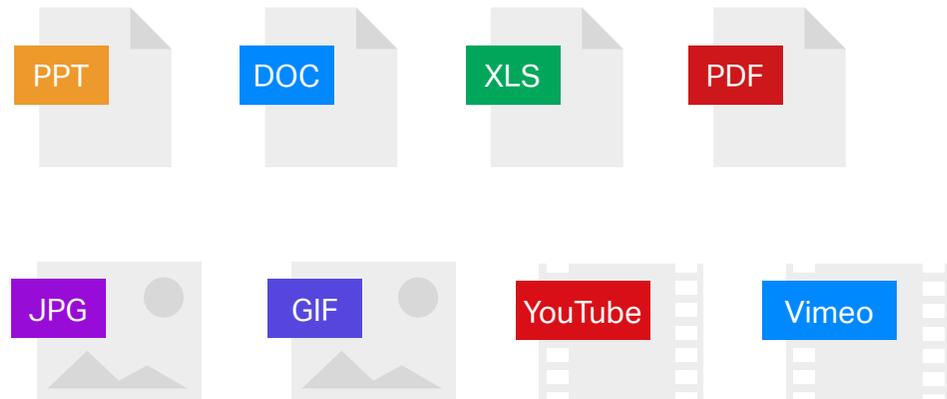
89% Предусматривают сессии вопросов-ответов

24% Популярнее вебинары с видео выступающего

Что еще, кроме презентации?

Не ограничивайтесь только слайдами, разнообразьте ваше мероприятие:

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



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

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
	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.• Подключите желающих с помощью видео и голоса для «видеовопроса»	5-10 минут
	4. Презентация 2 <ul style="list-style-type: none">• Выступите с заключительной частью презентации.• Как вариант, передайте слово коллеге.	10 минут
	5. Вопросы-ответы 2 <p>Ответьте на оставшиеся вопросы.</p>	10 минут
	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

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 (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!**

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, 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 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 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.



Владимир Казаков
Специалист по удаленному обучению, Mary Kay

Узнайте больше. Посетите обучающий вебинар по платформе

На вебинаре будет рассмотрено:

Работа в Личном Кабинете администратора, интерфейс вебинара

- Основные возможности новой платформы Webinar
- Рекомендации организационного плана для спикеров и модераторов для проведения мероприятий
- Онлайн-приемная для ответов на все интересующие вопросы по работе с системой

Обучающие вебинары проводятся каждый
вторник и четверг в 13.00 по 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-ти участников



Без ограничений по времени



500 мб файлового хранилища

[Попробовать](#) →