

# Чек-лист эффективного вебинара [recovery mode](#)

## [Управление проектами](#)\*

Этот список поможет не упустить мелочи, из которых складывается впечатление о вашем вебинаре.

Начинать подготовку к мероприятию (особенно в первый раз) лучше минимум за месяц. Со второго-третьего раза вы уложитесь в две недели, но с каждым новым спикером (моя компания организует вебинары внутри услуги «Брендинг») мы закладываем на подготовку месяц. Это лучше, чем переносить вебинар из-за того, что мало слушателей. Речь, конечно, не о бесплатных мероприятиях, с ними все проще.

## #1. Сформулируйте цель

Да, вам нужно будет оценить эффективность, но это вопрос второй. Для того, чтобы определиться с целевой аудиторией, темой вебинара и площадками, которые вам понадобятся для рекламы, вам нужно четко обозначить то, что вы хотите получить на выходе.

Для чего вам нужен вебинар? Цели могут быть любыми, но сформулированными: заработать денег, увеличить уровень «экспертности» для последующей монетизации, удержать клиентов или продать им что-то дополнительно (если вебинар для клиентов) и т.д.

## #2. Придумайте и упакуйте вебинар

Мы исходим из того, что вы уже профессионал в какой-то области и не используете статистику ключевых слов Яндекс для подбора возможных тем.

Что интересно вашим слушателям? Что им будет полезно узнать? Продумайте тезисы, сформулируйте тему, подберите иллюстрации, а потом уже опишите вебинар целиком. Если у вас уже есть сайт, создайте страничку, лучше на поддомене. Если на вашем сайте сложно организовать полноценную регистрацию и прием денег, воспользуйтесь сервисом, который вам поможет (комиссия от 7,5 до 30%). На [TicketForEvent](#), [Timepad.ru](#), [Firmbook.ru](#), [Expertsystem.in](#) можно сделать полноценные странички вебинаров с приемом оплаты. Но во многих случаях все-таки лучше свой сайт.

## #3. Напишите письма

Шаблоны писем для слушателей подготовьте сразу. Обратная связь с вашей стороны должна быть быстрой. Контакты участников (имя, e-mail) — если вы не используете сервисы e-mail-рассылок — собирайте в один файл для быстрой рассылки.

Письма, которые точно понадобятся:

- после оплаты («спасибо за оплату, ссылки пришлем такого-то числа»). Можно попросить рассказать об ожиданиях от вебинара или просто о себе. Слушатели будут заранее вовлечены в вебинар, а вы не потратите время вебинара на знакомство.
- тем, кто зарегистрировался, но не оплатил («еще не поздно оплатить»).
- напоминание за один день.

- письмо со ссылкой на участие и уточнение времени. После нескольких экспериментов это письмо мы рассылаем в день вебинара, тогда не возникает путаницы.
- письмо с благодарностью, ссылкой на запись, дополнительными материалами и просьбой оценить вебинар.

#### **#4. Найдите инфопартнеров**

Когда составите список сайтов, на которых можно найти вашу целевую аудиторию, лучше всего позвоните и познакомьтесь с потенциальными инфопартнерами. Вы сразу поймете, интересно им это или нет, узнаете, на чье имя и на какой e-mail отправлять письмо.

Алгоритм такой:

- звонки.
  - письма инфопартнерам с описанием мероприятия и условиями. Мы обычно просим добавить информацию в рассылку и баннер на сайт. В обмен размещаем логотип на сайте вебинара и внутри вебинара, добавляем презентацию проекта в электронную «раздатку». В некоторых случаях даем билет на участие.
  - отправка новости и баннера в формате площадки.
  - получение ссылки на размещенные анонсы или копию рассылки.
  - получение логотипа и размещение его на нашем сайте и внутри вебинара.
  - внесение контактов инфоспонсоров в список участников.
- Все договоренности и статус мы фиксируем в отдельном файле.

#### **#5. Выберите площадку для вебинара**

Сейчас их очень много, поэтому конкуренция, скорее, ценовая. Мы используем в основном iMIND. Не скажу, что на 100% все устраивает, но идеальной системы на рынке пока нет (или мы не нашли).

Вариантов, на самом деле, много. И можно попробовать бесплатно все сервисы, а потом на каком-то из них остановиться.

[GoToWebinar](#): 30 дней бесплатно, до 100 участников в вебинаре.

[ExpertSystem](#): 14 дней бесплатно, потом от 490 руб/мес.

[iMIND](#): 14 дней бесплатно (до 10 участников), потом от 750 руб/день за 50 участников.

[Webinar.ru](#): 14 дней бесплатно, потом 2995 руб/мес за 15 участников.

[FastWebinar.ru](#): бесплатно.

[Webinar.tw](#): 7 дней бесплатно, потом 20 долл/мес за 25 участников.

[Firmbook.ru](#): бесплатно для открытых мероприятий.

Хорошо, если у вас будет телефон техподдержки площадки, даже в идеальных случаях вам понадобится помощь. Если слушателей больше 40, то минимум у одного не будет открываться ссылка, которую вы отправите. На всякий случай найдите FAQ по выбранной площадке, потому что если вы проводите вебинар поздно вечером, а техподдержка не круглосуточная, вы остаетесь один на один с проблемами.

#### **#6. Подготовьте материалы для вебинара**

Их может не быть вовсе, но лучше их наличие, чем отсутствие:

- файл-заставка с логотипами инфопартнеров.
- презентация (+ в pdf, потому что иногда шрифты ведут себя непредсказуемо).
- электронная «раздатка». Обычно это заархивированный файл со всеми презентациями и спецпредложениями инфопартнеров.

— аудиозапись для проверки звука (если аудио поддерживается площадкой). Заменяет «если меня слышно, поставьте плюсики» и включение-настройку звука у всех слушателей.

## **#7. До и во время презентации**

— убедитесь, что спикер в курсе про веб-камеру, микрофон, интернет. Здесь проблем ни разу не было, но лучше перестраховаться :)

— напомните спикеру, что он должен включить запись. В режиме вебинара на многих площадках только у спикера есть эта волшебная кнопка.

— напомните спикеру про стакан воды, правильный фон, отключение телефона и табличку «тихо, идет вебинар».

— помощник — это правильно. Чтобы спикер не отвлекался, в чате должен ему кто-то помогать. Если вебинар большой, то спикер вообще не заглядывает в чат вебинара, получая через мессенджер отобранные вопросы. Если вебинар небольшой, то раз в 15-20 минут спикер отвечает на вопросы, заданные в чате. Когда вебинар образовательный, каждый вопрос может сопровождаться моментальным ответом, но мероприятие будет выглядеть менее организованным.

— попросите спикера читать вопросы вслух, потому что в записи ответы без вопросов воспринимаются сложно.

## **#8 Подведите итоги**

— отправьте финальное письмо участникам и попросите в ней обратную связь. Если форматом мероприятия это предусмотрено, пригласите слушателей в закрытую группу в соцсети.

— если вебинар был открытым, разместите материалы на [www.slideshare.net](http://www.slideshare.net), [www.youtube.com](http://www.youtube.com), [www.skillopedia.ru](http://www.skillopedia.ru). Опубликуйте новости на своих сайтах и сайтах инфопартнеров о том, что прошел вебинар, что было самым интересным, дайте ссылку на презентацию или видео.

— вернитесь к пункту #1. Вы достигли цели, которую запланировали?

Удачных вебинаров! Реализация идеи иногда не менее важна самой идеи.

**<http://habrahabr.ru/post/148764/>**