

Как провести успешный вебинар



<https://navika.pro/infobiznes/courses/kak-provesti-uspeshnyj-vebinar>

Содержание

1. Создание и подготовка структуры вебинара	3
2. Планирование вебинара	7
3. Продвижение вебинара	12

1. Создание и подготовка структуры вебинара

1.1. СОЗДАЙТЕ СТРУКТУРУ ВЕБИНАРА ИЗ ШЕСТИ БАЗОВЫХ МАКРОЭЛЕМЕНТОВ:

- приветствие;
- зацепка (крючок);
- введение;
- основное содержание;
- продажа (питч);
- блок вопросов и ответов.

1.2. КРАТКО ОПИШИТЕ СОДЕРЖАНИЕ КАЖДОГО ИЗ МАКРОБЛОКОВ.

Приветствие	Зацепка	Введение	Содержание	Продажа	Вопросы

1.3. ЗАДАЙТЕ ЦЕЛЬ ВЕБИНАРА.

Спросите себя: «Чего я хочу добиться? Зачем я его провожу?»

1.4. НАПИШИТЕ БУДУЩУЮ РЕКЛАМУ.

Придумайте заголовок (рекомендуется использовать не более 15 слов, а лучше обойтись пятью). Заголовок должен содержать интригу: например, «10 способов похудеть к Новому году, не сводя с ума близких и друзей».

Напишите краткое содержание (примерно 150–200 слов) — оно должно описывать основные идеи вебинара.

1.5. СКООРДИНИРУЙТЕ ДРУГИХ СПИКЕРОВ.

Если вы планируете вебинар в партнерстве, заранее обсудите вопросы, которые будете задавать и освещать. Запишите их.

Вопросы	Краткое описание темы

Проконтролируйте подготовку спикерами их части демонстрационных материалов.

Отправьте каждому письмо с кратким резюме вашей беседы, включая тему, вопросы, необходимые материалы.

Сделайте общую презентацию в PowerPoint с фотографиями и регалиями спикеров.

1.6. ПОДУМАЙТЕ О ФОРС-МАЖОРЕ.

Заранее подготовьте план на случай форс-мажорных обстоятельств. Если вы понимаете, что точно не сможете провести вебинар, напишите для зарегистрировавшихся письмо с объяснением, почему вебинар не состоится и на какое время он будет перенесен. Внесите письмо в базу рассылки.

ПРИВЕТСТВИЕ. Установите раппорт с аудиторией, поздоровайтесь, назовите людей по именам под видом проверки звука. Задайте простейшие вопросы (кто из какого города), выясните, с какими проблемами и задачами пришли, чему именно хотят научиться.

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ. Представьтесь и кратко расскажите о себе, о главной цели вебинара, о том, что вы в этой теме эксперт.

Крючок. Переходите к основной цели, за которой слушатели пришли на вебинар. Попросите отключить отвлекающие факторы — телефоны, мессенджеры, уведомления, социальные сети. Мотивируйте слушателей досидеть до конца.

Презентация продукта. Расскажите с примерами о том, как вы решаете проблемы, болезненные для ваших слушателей. Объясните, как и почему вы создали тот продукт, которым сейчас хотите поделиться.

Представьте конечную цель, ваш продукт. Расскажите, что обладание вашим продуктом избавит их от «боли», поможет достичь цели.

Опишите, для кого предназначен продукт, а для кого нет.

Основной контент. Продемонстрируйте слайды (по одному на каждые 2–3 минуты). Каждые 10–15 минут «будите» аудиторию: просите поставить в комментариях плюсы. Проведите опрос или включите чат.

Если у вас есть отзывы или реальные кейсы, расскажите об этом. Покажите результаты клиентов.

Продажа. Расскажите максимально подробно, что содержит ваш основной продукт или услуга, какие выгоды приносит, затем озвучьте цену и объясните, как купить.

1.7. ОБЛЕГЧИТЕ ПО МАКСИМУМУ ПЕРЕХОД К ПОКУПКЕ.

- Сделайте кликабельный фон страницы, на которой вы ведете вебинар.
- Отправляйте активную ссылку на предложение в чат.
- Задайте временной промежуток, в течение которого купить продукт можно с максимальной скидкой.
- После вебинара сделайте рассылку с предложением по электронной почте.

Блок ответов на вопросы. Проработайте возражения тех, кто еще не решился купить.

1.8. ЗАРАНЕЕ ПРОДУМАЙТЕ СВОИ ОТВЕТЫ НА ЭТИ ВОЗРАЖЕНИЯ.

1. «Очень хочу, но у меня нет на это времени!»

«Понадобится всего полчаса (час) в день. И это время несложно выкроить в любом расписании».

2. «У меня нет денег, я не могу себе это позволить».

«Если вы знаете, что этот курс окупится и принесет вам в несколько раз больше денег, почему бы вам не инвестировать в себя?»

3. «У меня не получится».

«Вот отзывы тех людей, у которых все получилось. И получается у всех, кто был нацелен на решение и кто не просто купил доступ, но и нашел время/силы/желание сделать то, ради чего продукт приобретался».

1.9. НАПИШИТЕ ОТВЕТЫ НА ВОЗРАЖЕНИЯ.

Возражение	Ответ

2. Планирование вебинара

2.1. Начните рекламную кампанию за неделю до старта. Запланируйте день трансляции (в идеале это вторник, среда и четверг). Оптимальное время для проведения — не очень поздний вечер, примерно 20:00 или 21:00.

2.2. Подготовьте наглядные материалы высокого качества.

2.3. Используйте любой фотосток для поиска бесплатных картинок, например PIXABAY.COM. Для формирования слайдов используйте сервис CANVA.

Обязательные слайды:

- слайд с названием вебинара;
- слайд с краткой информацией о вас и качественным фото.

Опциональные слайды:

- слайд с вашими регалиями и основными достижениями;
- слайд с кратким содержанием вебинара;
- слайд с отзывами.

2.4. Сделайте рабочую тетрадь с основными тезисами и базовыми мыслями, которые вы озвучиваете.

2.5. Создайте PDF-файл с небольшими текстовыми записями, иллюстрациями, графиками, таблицами и пустыми местами, в которые участник вебинара может самостоятельно вписать ответы, заметки и комментарии.

2.6. Создайте аккаунт в GOOGLE, если вы этого еще не сделали. Если аккаунт у вас есть, просто войдите в него.

2.7. Войдите в GOOGLE HANGOUTS и запланируйте трансляцию. Приложение находится в верхнем правом углу в списке пунктов меню. Оно откроется в новой вкладке, и у вас появится опция создать трансляцию и назвать ее. Вы можете сделать ее открытой для всех или закрытой, по приглашениям. Назначьте дату проведения, время, продолжительность.

2.8. В день вебинара проверьте, что все настроено, и нажмите на кнопку «Старт».

2.9. СКОПИРУЙТЕ ССЫЛКУ НА ТРАНСЛЯЦИЮ.

2.10. ЗАРЕГИСТРИРУЙТЕСЬ НА ПРОСТЕЙШЕМ БЕСПЛАТНОМ КОНСТРУКТОРЕ САЙТОВ, НАПРИМЕР TILDA. ВЫБЕРИТЕ ПОДХОДЯЩИЙ ШАБЛОН И СДЕЛАЙТЕ СТРАНИЦУ ДЛЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ ВАШЕГО ВЕБИНАРА. ПОСТАВЬТЕ ССЫЛКУ НА HANGOUTS И ОПУБЛИКУЙТЕ СТРАНИЦУ.

2.11. О ТОМ, КАК СОЗДАТЬ МИНИ-САЙТ, ВЫ МОЖЕТЕ УЗНАТЬ ИЗ ПОДРОБНОГО ТЕМАТИЧЕСКОГО РУКОВОДСТВА.

2.12. СОЗДАЙТЕ БЕСПЛАТНЫЙ АККАУНТ В СЕРВИСЕ РАССЫЛОК, НАПРИМЕР В MAILCHIMP ИЛИ MAILERLITE.

2.13. СОЗДАЙТЕ НА САЙТЕ ФОРМУ РЕГИСТРАЦИИ НА ВЕБИНАР, А В СЕРВИСЕ РАССЫЛОК — ФОРМУ СЕРИИ ПИСЕМ ДЛЯ ЛЮДЕЙ, КОТОРЫЕ УЖЕ ЗАРЕГИСТРИРОВАЛИСЬ.

2.14. О ТОМ, КАК СОЗДАВАТЬ РАССЫЛКИ И СЕРИИ ПИСЕМ, ВЫ МОЖЕТЕ ТАКЖЕ УЗНАТЬ ИЗ ПОДРОБНОГО РУКОВОДСТВА ПО EMAIL-МАРКЕТИНГУ.

2.15. ОТПРАВЬТЕ ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫМ УЧАСТНИКАМ ПИСЬМА С ПРИГЛАШЕНИЕМ.

Несколько дней до вебинара напоминайте о том, когда и во сколько состоится мероприятие. В день проведения пришлите повторное напоминание за несколько часов до события.

Используйте шаблон письма:

- Заголовок (максимум 40 символов). Можно внести в заголовок имя спикера или интригующий вопрос.
- Персонализация. Формируя подписку, укажите в скрипте обязательное поле для заполнения — имя подписчика и настройте рассылку так, чтобы тема письма начиналась с имени респондента. Это не обязательно, если заголовок длинный, но работает хорошо.
- В первом абзаце напишите о вебинаре: его тема и спикеры.
- Во втором — список выгод для слушателя. Обозначьте проблемы, которые решит этот вебинар.
- Фото спикера и краткая информация о нем.
- Дата и время начала вебинара с указанием часового пояса.
- Длительность вебинара.
- Яркая кнопка с призывом записаться на вебинар.

Серия приглашающих писем

Первая фаза — довебинарная серия, исключая сам день вебинара. Вторая фаза — письмо непосредственно в день вебинара. Третья фаза — письма сразу же после вебинара, например через час или в последующие дни.

Фаза 1

Сразу после того, как вы получили контакты подписчика, отправьте письмо-подтверждение и благодарность за регистрацию.

За три-четыре дня — напоминание о регистрации.

За два дня — еще одно напоминание.

За один день — еще напоминание. Поменяйте немного название и содержание, чтобы эти письма не были совсем одинаковыми.

Фаза 2

День вебинара. Разделите свою базу на тех, кто уже зарегистрировался, и тех, кто еще думает. Для последних можно еще раз отправить письмо с напоминанием о регистрации. А тем, кто зарегистрировался, отправьте письмо с напоминанием о начале вебинара.

Фаза 3

После вебинара. Тем, кто пришел на вебинар, в течение 24 часов вы отправляете письмо: «Спасибо, что пришли на вебинар».

Тем, кто записался, но не пришел, отправляете письмо: «Жаль, что вы это пропустили», — со ссылкой на запись вебинара, если это предусмотрено. А также отправляете письмо с напоминанием за 24 часа до закрытия продаж.

Далее у вас должна идти серия непродávающих писем. Приготовьте что-то вовлекающее, например опрос, какой-то интересный контент.

Шаблоны для писем

Заголовок письма: Новый вебинар [название]

«Добрый день, [имя].

Приглашаю на [название вашего вебинара, ссылка].

На этом вебинаре вы узнаете, как [главная выгода].

Участники узнают, как:

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

О вебинаре:

Дата:

Время: [указывайте не просто время, но и часовой пояс].

Длительность: [вместе с ответами на вопросы].

Спикеры: [имена спикеров и краткая информация о них].

Кнопка «Зарегистрироваться сейчас».

Шаблон для письма-напоминания

Заголовок: [Не забудьте / Последний шанс]. Вебинар: [название].

Добрый день, [имя].

Ищете новые идеи для?..

Приходите завтра на вебинар [название и ссылка].

Вы узнаете, как применить...

- [выгода];
- [выгода];
- [выгода];
- [выгода].

Детали вебинара:

Дата.

Время.

Длительность.

Спикеры.

Кнопка «Зарегистрироваться».

Если вы не можете участвовать лично, но не хотите пропустить вебинар, зарегистрируйтесь сейчас, и потом мы пришлем вам ссылку на запись.

Не забудьте переслать это письмо коллегам, если считаете, что им интересна эта тема.

Всего наилучшего, [подпись].

Благодарность и инструкция по регистрации

Заголовок: Спасибо за регистрацию. Как подключиться к вебинару.

«Дорогой [имя].

Спасибо, что зарегистрировались на [название вебинара]!

[Описание и выгоды].

Убедитесь, что подписались, чтобы не пропустить это событие.

Присылайте вопросы, комментарии и обратную связь на [адрес почты].

[Как подключиться к вебинару — подробная инструкция для компьютера, телефона и т.д.].

[Дата и время, в том числе часовой пояс].

3. Продвижение вебинара

3.1. Создайте рекламу в социальных сетях, используя руководство из соответствующего курса.

3.2. Договоритесь с администрацией тематических сообществ, где собираются сотни и даже тысячи представителей вашей целевой аудитории, об анонсе вашего мероприятия.

3.4. Зарегистрируйтесь в партнерской системе (Е-АУТОРАУ, «АВТОВЕБОФИС» и др.) и предложите своим друзьям и подписчикам стать партнерами за комиссионные.

3.5. Используйте руководство по гостевому блогингу, чтобы привлечь внимание аудитории, лидеров мнений.

3.6. Предложите бартерное сотрудничество тем, кто напишет промпост о вашем вебинаре. Например, дайте им скидку на свои курсы и консультации или бесплатный дополнительный материал.