

Чего можно и чего нельзя добиться, проводя вебинар

Филипп Березин
главный редактор Prian.ru



Наш опыт:

20 вебинаров в формате B2C

От 1 до 4 экспертов

От 75 до 900 зарегистрировавшихся

От 37 до 260 реальных участников

Как и когда приглашать на вебинар

- Посадочная страница
- Оптимальный срок оповещения
- Приглашение «до» и приглашение «во время»
- Что требуем от зрителя

Выбираем платформу

- Выбираем платформу
- Цена
- Технические возможности
- Качество аналитики



Что нужно сделать заранее

- Проверка качества связи – в реальности!
- Проверка интерьера
- Презентация – нужна ли
- Репетиции – обязательно

Работа с аудиторией

- Напоминания и приглашения
- Есть ли вопросы?
- «А если не могу посмотреть»...
- Это было прекрасно...

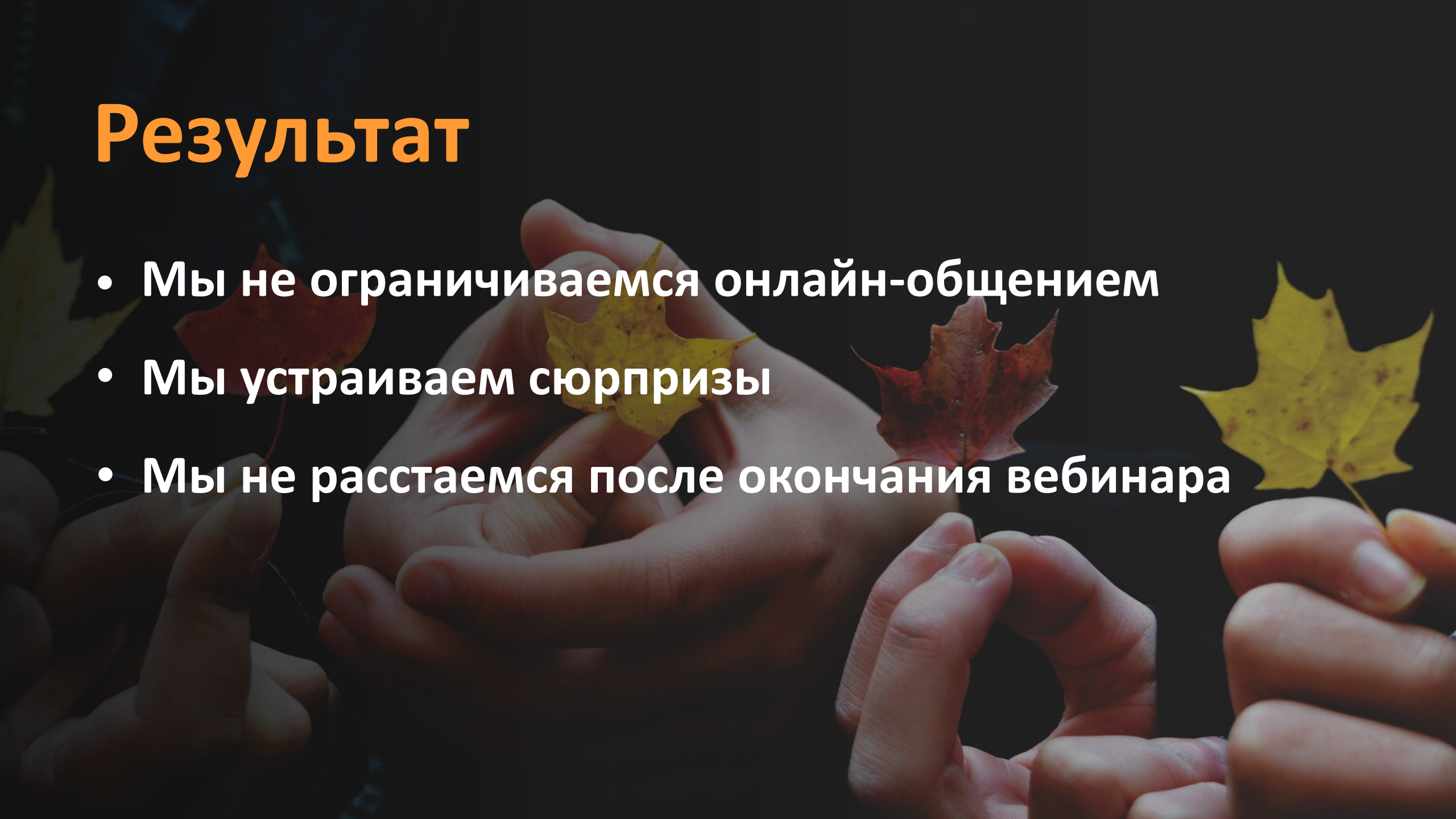


Важные **нюансы**

- А кто помощники – тут и там
- «Борьба с инакомыслием»
- Кто будет держать аудиторию – нужен ли ведущий?
- Сколько человек будет выступать?

Результат

- Мы не ограничиваемся онлайн-общением
- Мы устраиваем сюрпризы
- Мы не расстаемся после окончания вебинара



Спасибо за внимание!

PRIAN●RU