

JAK PRZYGOTOWAĆ PIERWSZY WEBINAR OD PODSTAW

*Jeżeli poszukujesz dopalacza dla swoich działań online,
powinieneś błyskawicznie zastosować to rozwiązanie!
Jest banalnie proste i wyjątkowo skuteczne,
w każdym przypadku oraz w każdych okolicznościach...*

www.tegonieuczawszkole.pl

www.facebook.com/poradniki

SPIS TREŚCI

START	1
PRZED WEBINAREM	2
PODCZAS WEBINARU	5
STRONA TECHNICZNA WEBINARU	10
INFORMACJA	11

START

Webinar, to prezentacja online, dzięki której można przeprowadzić spotkanie bez wychodzenia z domu, wykorzystując do tego celu wirtualne narzędzia.

Uczestnik klika w link do pokoju konferencyjnego w określonym dniu i ustalonej godzinie, a Ty w tym czasie masz możliwość stworzyć niepowtarzalną atmosferę i przekonać go do wykonania określonej akcji. Pamiętaj! Przekonać do siebie – to zadanie numer jeden! Żadna super ekstra oferta i renoma firmy nie pomogą Ci jeżeli schrzanisz to na poszczególnych etapach...

Gdybym miał odpowiedzieć jednym zdaniem na pytanie co to jest dobry webinar brzmiałoby ono: „Prezentacja online, która odpowiada jak rozwiązać określony problem, na której są uczestnicy webinaru.”.

Dobrze przygotowany webinar jest świetnym sposobem przekazywania wiedzy (marketing edukacyjny) i prezentacji oferty (sprzedaż produktów lub usług). Jednak jak każda sprzedaż i ta forma musi być przeprowadzona według ściśle określonych zasad, które zaprezentuję specjalnie dla Ciebie w tym poradniku.

Ważne! Tutaj nie ma bezpośredniego kontaktu z widownią, więc każdy może kliknąć zamknij i opuścić spotkanie nie zastanawiając się jak uzasadnić swoje wyjście.

PRZED WEBINAREM

Zadanie numer jeden, to przygotowanie prezentacji obfitującej w korzyści. Człowiek to taka istota, która na drugie imię ma MASZYŃKA DO KUPOWANIA. Wszystko co robisz jest sprzedażą! Prowadzisz webinar, czytaj marketing edukacyjny – sprzedajesz swoją markę, siebie. Proponujesz skorzystanie z Twoich usług, produktów – sprzedajesz. Sporej grupie osób sprzedaż kojarzy się z tekstem typu: „Pani poda ten pęczek rzodkiewki! Ile płacę?...”. Ale świat to jedno wielkie targowisko! Najlepszymi sprzedawcami są pracownicy etatowi, ponieważ codziennie sprzedają swoje 8 godzin pracy jednej i tej samej osobie – swojemu pracodawcy. Sprzedajemy nawet podczas snu – fantazje naszej podświadomości.

Kilka słów o szablonie prezentacji. To jaki podkład zastosujesz w prezentacji koresponduje z tym jak będziesz postrzegany. Gdy robisz webinar dla kobiet, którego zadaniem jest skłonienie uczestniczek do korzystania z Twojego pudru, to jako tło prezentacji użyjesz pięknej buzi atrakcyjnej kobiety, czyli połączenie beżu (brązu) z zielenią. Co by było gdybyśmy użyli w tym przypadku wykresu giełdowego? Pozostawię, to bez komentarza...

Czy białe tło jest dobre? I tak i nie. Jest ładne dla oka, stonowane, ale nie daje dynamiki. 15 minuta, to pierwsza fala osłabienia percepcji, a dynamika przeciwdziała osłabieniu.

Kolejny negatywny przykład. Osoba prowadząca webinar usiłuje sprzedać kurs za np. 500 zł. Omawia, poszczególne elementy (łącznie 10) „co zrobić żeby...” – oczywiście ten przekaz odzwierciedla poszczególne moduły i nagle brakuje slajdu z punktem nr 4. Wydało się, ponieważ osoba prowadząca miała wydrukowane slajdy i tylko przerzucała je w prezentacji, a korzystała ze ściągki (dobre rozwiązanie).

Prezenter zaczął chaotycznie przerzucać slajdy do tyłu, do przodu, aż stwierdził, że jest jakiś błąd. Dla niego był to moment krytyczny. Miał niezły wstęp, ale zaczął się gubić. Prezentacja od połowy była nieprzygotowana, tzn. nie poprawione błędy ortograficzne, stylistyczne itd...

Prezentacja musi być spójna – od początku do końca w tym samym stylu i układzie. Slajdy prezentuj narastająco, tzn. jeżeli masz 3 punkty do jednej z technik, to najłatwiej byłoby zrobić jeden slajd. Nic z tych rzeczy – zrób 3 slajdy! Pierwszy: podtytuł i jeden punkt, drugi: ten sam podtytuł i pierwszy oraz drugi punkt, trzeci: ten sam podtytuł i pierwszy oraz drugi i trzeci punkt. Dynamika przeskakujących slajdów jest jednym z leków na rozpraszenie uwagi.

Nie stosuj tego samego tytułu (podtytułu) w całej prezentacji. Slajd startowy – tytuł główny, slajd spisu treści, 3 slajdy dla pierwszej techniki z nazwą rozwiązania, kolejne 3 slajdy techniki nr 2 z innym podtytułem i 3 slajdy techniki nr 3, również z innym podtytułem. Na koniec slajd pożegnalny i to jest najprostszy schemat.

Dobrym rozwiązaniem jest wydrukowanie prezentacji i dopisanie punktów na wydruku (nawet długopisem), by nie pominąć istotnych kwestii. Wiesz o co chodzi? To jest gigantyczna przewaga kiedy jesteś dobrze przygotowany do tematu, ponieważ podczas webinaru nie ma czasu na odkopywanie pomysłów.

Przed pierwszym webinarzem powinieneś zrobić próbę generalną, tzn. samemu dla siebie przejść całą prezentację omawiając ją tak jakbyś prowadził normalny webinar. Sprawdzisz w ten sposób ile trwa konferencja i dowiesz się gdzie ma miejsce punkt zacięcia.

Nigdy nie twórz prezentacji, które będą trwały godzinami – zamęczysz ludzi... Lepiej podzielić temat na 3 konferencje po 45 minut niż zorganizować jedną trwającą 2,5 godziny. Pomijam fakt, że wszyscy padną na pysk, ale gdy zaproponujesz cykl fajnie przygotowanych spotkań webinarowych urośniesz do rangi prawdziwego eksperta. Ponadto na pierwszym i drugim nie trujesz uczestnikom: „Kup pan cegłę!”, a jedynie wysyłasz delikatny impuls przez co oswojasz odbiorców z tą myślą.

Stosuj system trójkowy w prezentacji – 3 techniki poparte 3 dowodami. Żadnych 10 technik na raz, bo opór materii nie poradzi sobie percepcyjnie z taką lawiną. Jutro 3 kolejne, a po jutrze ostatnie 3...

Nie pisz w prezentacji tekstów, które planujesz przeczytać! Bardzo nisko oceniani są prezenterzy, którzy czytają slajdy. Odczucie jest takie: „Gdybym chciał

przeczytać sobie slajdy, to nie musiałbym uczestniczyć w zbiorowym słuchowisku...”.

Mając prezentację możesz przygotować odpowiedni komunikat informujący o webinarze. Czy to będzie krótki wpis na Facebooku lub innym medium społecznościowym lub tekst emaila. Koniecznie taka informacja musi zawierać przekaz jaką korzyść główną otrzymają uczestnicy webinaru, link do pokoju konferencyjnego, datę i godzinę.

Webinary najlepiej planować na poniedziałek, wtorek, środę lub czwartek w godzinach 19.00 – 22.00. Pozostałe dni możesz wykorzystać, ale lepiej zarezerwować je dla grup zamkniętych o zaawansowanym poziomie współpracy i znajomości. Wiosną i latem możesz wybrać późniejsze godziny, a jesienią i zimą wcześniejsze. Wynika to z naszego fizjologicznego cyklu życia podyktowanego zmiennością pór roku.

Przed rozpoczęciem webinaru wyłącz komunikatory i telefony oraz zamknij wszystkie strony www i pocztę. Nie zapomnij o psie, który również może przeszkadzać, gdy będzie czekał gdzieś za oknem.

Przygotuj szklankę niegazowanej wody mineralnej, ponieważ otwieranie butelek, syk gazu i hamowane bekanie, to elementy, które są słyszane. Ta godzina webinaru musi być dla Ciebie czasem ciszy i harmonii panującej w otoczeniu oraz wokół komputera.

Pół godziny wcześniej uruchom pokój konferencyjny i ustaw slajd startowy. Od tego momentu odejdź od komputera na kilkanaście minut, otwórz okno – niech wpadnie nieco świeżego powietrza, a 5 minut przed rozpoczęciem usiądź w nieskrzypiącym fotelu lub krześle przed monitorem swojego komputera.

PODCZAS WEBINARU

Mając wiedzę z poprzedniego rozdziału masz gwarancję, że Twój webinar przebiegnie bezkolizyjnie – chyba, że wydarzy się coś nadzwyczajnego (brak prądu, brak dostępu do internetu, choroba).

A więc startujemy...

Ustalona godzina rozpoczęcia to świętość. Nie startuj 5 minut po, bo może jeszcze ktoś się zaloguje. Trudno jego strata – Ty bądź punktualny. Pięć minut przed rozpoczęciem potwierdź na czacie, że zaczynamy o ustalonej godzinie i zapytaj skąd jest publika – mały trik aranżujący interakcję...

JAK WYSTARTOWAĆ Z MARKETINGIEM NA FACEBOOKU

WITAM CIĘ

NAZYWAM SIĘ IMIĘ NAZWISKO

PODCZAS DZISIEJSZEGO WEBINARU POZNASZ 3 TECHNIKI DZIĘKI KTÓRYM TWÓJ FAN PAGE BĘDZIE WULKANEM AKCJI

ZAUWAŻYŁEM KILKA ZNAJOMYCH OSÓB

JEŻELI KTOŚ NIE MIAŁ OKAZJI WSPÓŁPRACOWAĆ ZE MNĄ TYM BARDZIEJ JEST MI MIŁO, ŻE BĘDZIEMY MIELI OKAZJĘ POZNAĆ SIĘ

JAK JUŻ DOSKONALE WIESZ PROWADZĘ STRONĘ WWW.PL, NA KTÓREJ MOŻESZ POZNAĆ MOJE PROJEKTY

Wstęp, to cel prezentacji, to kilka zdań do slajdu startowego. Dlatego sformułuj precyzyjnie pytanie, np.: „Jak wystartować z marketingiem na Facebooku?” – to tytuł webinaru, a celem jest osiągnięcie na Facebooku określonych efektów w wyniku poznanej wiedzy. Widz ma problem (pytanie) – nie wie jak wystartować na portalu społecznościowym Facebook, a Ty masz rozwiązanie (webinar) – wiedzę, dzięki której jego fan page będzie się fenomenalnie kręciło.

Już gołym okiem widać i nie trzeba być znawcą psychologii, że reklama tego webinaru oraz jego wstęp będzie roztoczeniem wizji świetnie prosperującego fan page.

Zważywszy na fakt, że człowiek jest najbardziej skupiony przez około 5 minut (kolejny punkt krytyczny, to 15 minut) musisz je umiejętnie wykorzystać do zbudowania w umyśle odbiorcy wizji sukcesu powiązanej z Twoją osobą – krótko mówiąc hipnotyczna sprzedaż wizji.

Przypomina mi się jeden z webinarów, w którym brałem udział i prowadzący po wstępie poinformował wszystkich, że przeprowadzi ankietę – publika wypoczęta, a on serwuje drugą ankietę. Żeby było ciekawiej mówi: „Przepraszam, ale mam jeszcze trzecią ankietę”.

Wszyscy wkur....., a z ankiety na ankietę coraz bardziej prezenter musiał prosić o zaznaczenie odpowiedzi. Tak oto ten hipnotyczny prezenter zamiast powalić wszystkich na kolana wypowiadając słowa: „Wyobraź sobie...” zmarnował najlepsze 5 minut i doprowadził do wyjścia z pokoju około 1/4 uczestników.

Pierwsze 5 minut to czas magii i czarowania, a nie gadania o ankietach, matematyce i innych nieistotnych bzdurach...

Czat po starcie powinien być wyłączony i włączony ponownie w momencie kiedy ogłaszasz sesję pytań. Pamiętam takie zdarzenie podczas webinaru, gdzie prowadzący nie śledził za mocno tego co się dzieje na monitorze, a prowadził pewnie wykład ze ściąg – co tam się działo na czacie. Wyzwiska, obelgi, wszelkiej maści inwektywy – fakt prowadzący za mocno podkreślał: „Ja to, ja tamto...”. Ta osoba przeprowadziła sporą akcję promującą ten webinar, zaproponowała produkt i niewyłączenie czatu kosztowało ją... Tak, ani jednej sprzedaży.

To tyle tytułem wstępu! Nie zrażaj do siebie publiki już na starcie opowiadając im monotonną historię swojego życia. Opowiadanie co to nie ja działa wyłącznie na Twoją niekorzyść. Nie wklejaj na początku żadnych linków, ponieważ ciekawscy klikną w nie i zaczną się rozpraszać – jeszcze nie są odpowiednio podnieceni, by klikać w jakiegokolwiek linki.

Pierwsze koty za płoty masz już za sobą. Teraz będzie łatwiej! Przerzucasz na slajd numer dwa, a tam wizja... To może być jedyne zdjęcie w Twojej prezentacji i dlatego ma być bajera. Jeżeli sprzedajesz kurs uwodzenia – będzie tam piękna kobieta...

Na ekranie jest ponętna kobieta, a Ty hipnotyzujesz publikę. Sam jej widok wywołuje ślinotok, a po drugiej stronie kabla jest 100 napalonych samców, którzy chcą uwodzić takie piękności. Wiesz już o czym teraz powiesz?...

UWODZENIE TAKICH KOBIET JEST BANALNIE PROSTE

JEST TYLKO JEDEN WARUNEK

TRZEBA WIEDZIEĆ JAK TO ZROBIĆ

WYOBRAŹ SOBIE TERAZ JAK PO RAZ PIERWSZY

...

Oto cała idea porywających wstępów. Zero gładzenia o dupie marynie i maksymalne wykorzystanie pierwszych chwil do zasiania w umysłach odbiorców ziarna pożądania – póki co tej kobiety – z przesunięciem tej wizji na Twoją propozycję w ciągu najbliższych np. 30 minut.

Gdybyś pokazał zamiast tej kobiety poradnik uwodzenia, to tak jak to często bywa na nieudanych webinarach od razu zostaje zbudowana zapora zakupowa i tracisz godzinę na marketingowy niewypał.

Kolejny slajd, to spis treści, czyli informacja, że będzie to i to, mniej więcej trwa to tyle...

JAK SCHUDNĄĆ DZIĘKI WODZIE MINERALNEJ

JAK SCHUDNĄĆ DZIĘKI PRZYSIADOM

JAK SCHUDNĄĆ DZIĘKI ACAI BERRY

Tyle publika widzi na slajdzie. Ty natomiast mówisz...

OTO DZISIEJSZY PLAN WEBINARU

GDY OMÓWIMY TE TRZY ELEMENTY BĘDZIE SESJA PYTAŃ
PO PYTANIACH ZPAREZENTUJĘ COŚ NAPRAWDĘ WYJĄTKOWEGO
NA RAZIE NIECH TO ZOSTANIE TAJEMNICĄ
DLA NIECIERPLIWYCH INFORMACJA
WEBINAR TRWA OKOŁO GODZINY

Nie odczytujesz spisu treści, angażujesz wzrok widza informując, że taki mamy plan. Nie zdradzasz również sekretu, ponieważ sekret to podsumowanie i bonus w formie nagrania z webinaru lub dodatkowy PDF, by jeszcze bardziej związać waszą relację.

Rozwinięcie, to część merytoryczna webinaru, w której przytaczamy argumenty poparte odpowiednim uzasadnieniem. To czas, który mamy na tabelki, wykresy i podpunkty wyjaśniające krok po kroku jak osiągnąć stan zaprezentowany we wstępie.

Prezentacja ma tak być przygotowana, by nie używać w jej trakcie jakichkolwiek elementów korekcyjnych. Żadnego podkreślania koślawymi kreskami słów lub zdań, zataczania kółek i innych tego typu bazgrołów. Ekspert nie bawi się w przedszkole podczas prezentacji! Takie gesty psują nawet najwspanialszą prezentację.

Chcesz podkreślić wybrane zdanie? Dodaj nowy slajd, na którym jest ono wyróżnione. Twój profesjonalizm musi bić po oczach.

Modeluj, zmieniaj brzmienie i baw się swoim głosem. Webinar, to nie pogrzeb, a Ty jesteś szefem podczas tej prezentacji i wolno Ci wszystko, byle byś nie obrażał uczestników.

Sesja pytań zawsze powinna odbywać się we wskazanym przez Ciebie momencie. Nigdy nie pozwól sobie, na to by uczestnicy ingerowali w Twój plan prowadzenia webinaru. Jesteś gospodarzem i chodź brzmi to niepoprawnie – rządzisz tutaj.

Co zrobić gdy ktoś pokaże Ci błąd w prezentacji? Powiedz: „I tu jest haczyk, dobrze, że to zauważyłeś!”. Co zrobić z trudnym pytaniem? Odpowiedzieć pytaniem na pytanie: „A co zrobilibyście w takiej sytuacji?”.

Ostatnie zdanie musi należeć do Ciebie, a więc po pytaniach (i wyłączeniu czatu) ma miejsce zakończenie prezentacji – podsumowanie – skrócone powtórzenie wstępu, mini streszczenie rozwinięcia i nawołanie do akcji. Po to produkujesz się godzinę, by wywołać oczekiwaną akcję – jeden gest uczestnika konferencji.

NA DZISIAJ, TO JUŻ WSZYSTKO

WIĘCEJ NA TEN TEMAT ZDRADZĘ JUTRO

DO USŁYSZENIA

(lub)

NA DZISIAJ, TO JUŻ WSZYSTKO

WIĘCEJ NA TEN TEMAT DOWIESZ SIĘ KLIKAJĄC W LINK,

KTÓRY WŁAŚNIE ZAMIEŚCIŁEM NA CZACIE

DO USŁYSZENIA

STRONA TECHNICZNA WEBINARU

Pamiętam swoje olbrzymie zdziwienie, gdy po raz pierwszy usłyszałem własny głos odsłuchując nagranie. Każdy z nas zupełnie inaczej odbiera swój głos w czasie rzeczywistym, a zupełnie inaczej w nagraniu...

Fakt jest taki, że nagranie, które wzbudziło moje zdziwienie wykonane było za pomocą kiepskiego mikrofonu. Moja rada – zamiast kupować po trzy razy nie wiadomo jaki sprzęt zainwestuj od razu w coś z nieco wyższej półki – mam na myśli mikrofon pojemnościowy. Tego typu sprzęty posiadają o wiele lepsze parametry i pozwalają nagrać ludzką mowę bez żadnych zniekształceń oraz szumów.

Ktoś może powiedzieć: „Ja mam dobry mikrofon ze słuchawkami!”. Nie mówię nie, ale mikrofony pojemnościowe tłumią dmuchanie, oddychanie, chrząkanie, dłubanie w nosie, wentylator komputera itd. Wykluczenie tylko tych kilku elementów, to tak jakbyś podniósł jakość nagrania o 100%.

Webinary warto nagrywać – możesz opublikować nagranie na YouTube lub Facebooku, przesłać je jako bonus dla subskrybentów Twojej listy mailingowej lub sprzedać jako produkt cyfrowy.

Do nagrania z pulpitu potrzebny jest program. Programy tego typu są płatne, chyba że korzystasz z wersji testowej przez określony czas (kilkunastodniowy).

Pozostał nam jeszcze jeden element, to pokój konferencyjny. Nie będę oceniał i nie będę porównywał ofert różnych firm! Najpopularniejsze, to: clickmeeting, webinarjam.

INFORMACJA

Ten materiał ma pomóc Ci osiągnąć sukces, ale musisz mieć świadomość, że pomimo, iż prezentowane są tutaj praktyczne rozwiązania, to nie są one jednakowo skuteczne dla wszystkich. Wszelkie porady należy szczegółowo przeanalizować, porównać z własnym przypadkiem i dopiero wprowadzić w życie. Podjęcie jakichkolwiek działań na podstawie informacji z niniejszego opracowania jest Twoją odpowiedzialnością. Pamiętaj również, że tego ebooka nie możesz odsprzedawać osobom trzecim, ale możesz bezpłatnie rozpowszechniać w niezmienionej formie...