



# Webinar Cycle

полное пошаговое  
руководство

\*\*\*

**Вы никогда не задумывались, насколько проще было бы проводить вебинары, имея готовую к применению историю использования. Сколько времени бы вы сэкономили, имея в своем распоряжении абсолютно новую методику проведения вебинаров? И наконец, вам бы хотелось автоматизировать выполнение повторяющихся задач и избавить себя от рутины? Мы очень рады представить вам новое творение ClickMeeting – webinar cycle!**

Забудьте о пугающе большом количестве функций и слишком многочисленных решениях для видеоконференций. Прошло время тестирования десятков функций – наступила пора более широких перспектив.

Эта бесплатная **эксклюзивная электронная книга** расширит потенциал вашего цифрового бизнеса благодаря уникальному плану действий. **webinar cycle** – это не просто альтернатива линейной воронке продаж и маркетинга. Это настраиваемая структура, разработанная с одной целью – **увеличение прибыли** с помощью **автоматизации!**

Вы готовы? Давайте разберемся с этим!

## – СОДЕРЖАНИЕ –

Из этой электронной книги вы узнаете:

- Что представляет собой подход cycle и как он соотносится с классической воронкой?
- Как применить сценарий cycle к своей стратегии проведения вебинаров?
- Как использовать webinar cycle на примере проведения онлайн-курсов обучения?\*

\*Вам предоставляется очень детализированная диаграмма с пошаговым сценарием.

## – ВВЕДЕНИЕ –

Что является **самой значимой болевой точкой** практически каждого бизнеса в Интернете? Не конкуренция, не правовое регулирование и не изменчивые алгоритмы Google и Facebook. Хотя эти проблемы реальны и их нельзя недооценивать, **настоящий враг** стоит над ними. И имя ему – **ВРЕМЯ**.

Можно проанализировать и обойти конкурента, можно наладить работу компании в соответствии с новыми законами и даже адаптироваться к нестабильным алгоритмам, выпускаемым технологическими гигантами. Перед вами стоят сотни **других задач**, таких как **привлечение потенциальных клиентов, их конверсия и формирование лояльности вашему бренду** в то время, когда лояльность клиентов к брендам становится все слабее. Эти задачи **выполнимы**, но для этого нужно **ВРЕМЯ**.

Такая же динамика применима и к **отрасли вебинаров**. Видеоконференции и вебинары открывают невероятные возможности и приносят положительные результаты. **Цифровые маркетологи и продавцы** очень их любят, как и **онлайн-преподаватели**.

Однако **для процветания бизнеса на основе вебинаров** необходимо позаботиться о следующем:

- Планирование и размещение сотен мероприятий
- Реклама мероприятий для привлечения целевой аудитории
- Конверсия участников вебинаров в клиентов
- Отправка последующих сообщений участникам, не ставшим клиентами
- Создание отличного впечатления для формирования лояльности и поддержки.

В конце концов, ваша главная цель – **увеличение прибыли и развитие собственных вебинаров**.

Все эти действия (а ведь за ними стоит большая работа) требуют много времени и больших усилий.

Именно поэтому ClickMeeting предлагает революционное решение на основе автоматизации для достижения вашей цели одновременно с экономией времени.

И это решение – **webinar cycle!**

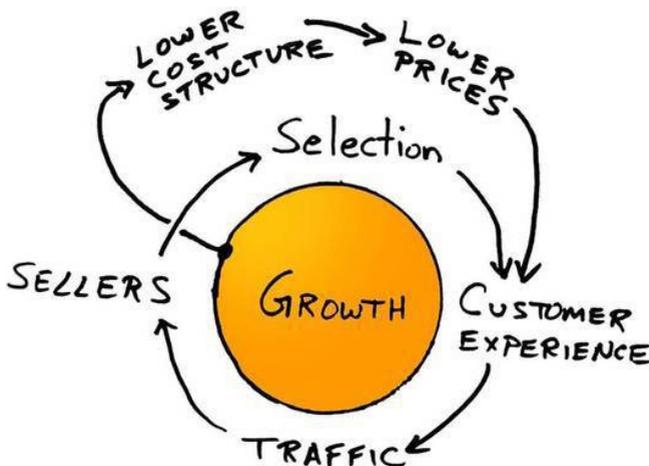
## – ГЛАВА 1 –

### Cycle и воронка

Прежде чем мы пойдем дальше, давайте прольем свет на подход под названием *cycle*. В двух словах, эта методика является **альтернативой традиционной маркетинговой воронке**. Хотя большинство компаний, включая ClickMeeting, реализуют свои маркетинговые мероприятия посредством воронки, самые продвинутые специалисты теперь стремятся использовать *cycle*.

Рэнд Фишкин из Moz представил свою концепцию [маркетинговой модели Flywheel](#) еще в 2013 году. По его мнению, это фантастическая концепция, ориентированная на результаты, которая позволяет генерировать больше трафика на веб-сайте посредством самоусиливающихся оптимизаторов поисковых систем, социальных сетей, контента и маркетинга по электронной почте. Он обращал особое внимание на необходимость **больше инвестировать в долгосрочные стратегии и выстраивание отношений с клиентами**.

Но идея самовозобновляющегося цикла появилась задолго до этого. Еще в 90-х годах Джефф Безос изобрел эффективный цикл, который стал движущей силой Amazon:



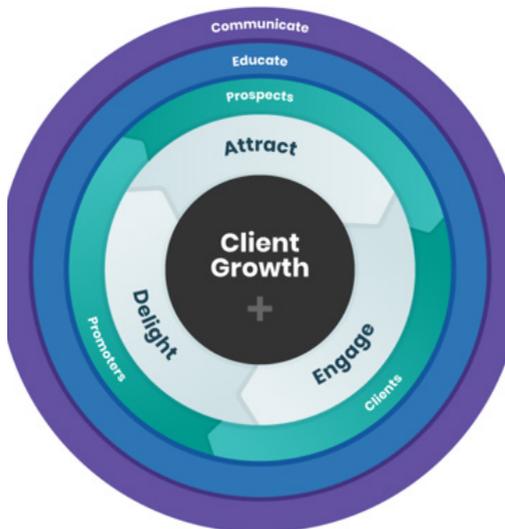
Как видите, впечатления клиента оказывают прямое воздействие на трафик (мы вернемся к этому в следующей главе), и в сердце цикла заложен рост.

Возвращаясь в текущее десятилетие, вспомним, что в 2016 году компания [HubSpot перешла на использование модели Flywheel, отказавшись от воронки](#). Это крайне значимая перемена, так как в качестве маркетинговой платформы они всегда использовали воронки. Почему же они решились на это?

Процитируем Джона Дика, вице-президента HubSpot по маркетингу:

*«Несмотря на то что воронка была для меня первой любовью, я должен признать, что такой линейный подход к оценке роста является огромной слабостью. Воронки дают вам клиентов, но не учитывают, как эти клиенты могут помочь вам расти и развиваться. А как использовать силу, накопленную в процессе приобретения этого клиента? Она растворяется. Каждый день, каждый месяц, каждый квартал, нам приходится начинать все заново.»*

В результате компания HubSpot создала свою концепцию Flywheel:



Нам в этой идее особенно понравилось то, что главный круг состоит из других меньших кругов:

- Общение — общая идея входящего маркетинга.
- Обучение — это крайне важно! Мы объясним, почему это так.
- Жизненный цикл клиентов: потенциальные клиенты -> клиенты -> промоутеры.
- Этапы: привлечение -> вовлечение -> восхищение.
- Рост клиентуры находится на полпути к конечной цели.

Это вдохновило нас на внедрение такого подхода в бизнес на основе вебинаров и на создание webinar cycle.

## – ГЛАВА 2 –

### Что такое сценарий webinar cycle?

Будучи цифровыми маркетологами, мы используем и рекомендуем использовать воронки для развития бизнеса в отрасли вебинаров. Более того, в свой последний отчет [Статистика по вебинарам 2019](#) мы включили несколько внушительных результатов.

Цифры говорят сами за себя: Согласно подтвержденным данным, вебинары дают результаты на каждом этапе воронки, особенно в среде B2B:

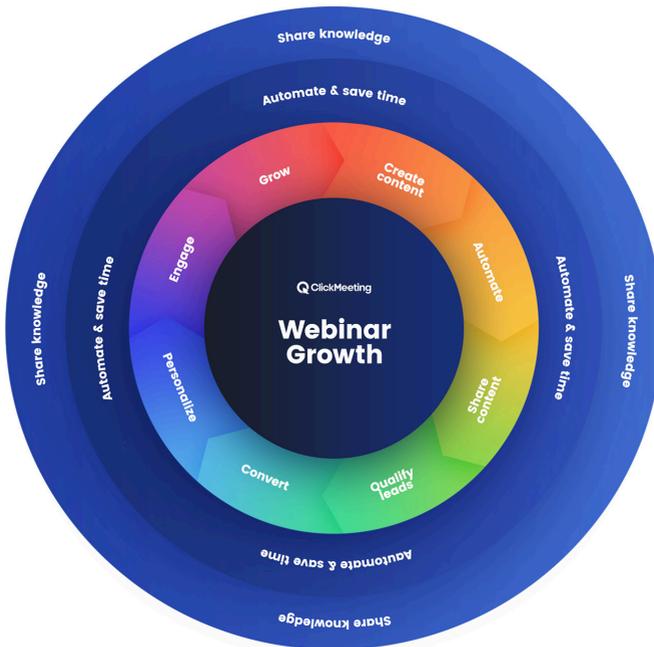


Возможно, вы подумаете: «Тогда зачем мне менять свои маркетинговые предпочтения и переходить на модель cycle?»

Оставайтесь с нами! Если вы используете вебинары в рамках кампаний входящего маркетинга, мы настоятельно рекомендуем продолжать использовать их на каждом этапе жизненного цикла покупателя.

Однако наше решение webinar cycle предназначено для ведения бизнеса в сфере вебинаров и увеличения объема продаж с помощью вебинаров.

Вот общая идея:



Как видите, мы по-другому проработали его с учетом специфики хостинга и увеличения масштаба вебинаров.

Давайте разложим все по полочкам.

## Обмен знаниями — это импульс

Первый круг — это **обучение**, и он охватывает все этапы цикла. Почему? Потому что обучение клиентов приносит им реальную пользу, а **обмен знаниями** — это то, что им нужно и за что они готовы заплатить.

Это работает для всех. Если вы **маркетолог**, который вдохновляет и строит отношения посредством вебинаров, **вы делитесь знаниями**. Если вы **специалист по продажам** и демонстрируете, КАК работает продукт, значит, **вы делитесь знаниями** через демонстрацию продуктов в рамках вебинара. И, наконец, **проведение онлайн-курсов с помощью вебинаров** — обмен знаниями с аудиторией в чистом виде.

## Автоматизация и экономия времени

Как мы упоминали с самого начала, для крупномасштабного ведения вебинаров требуются большие затраты времени. Представьте себе весь объем работы:

- Планирование многочисленных онлайн-мероприятий
- Приглашение участников и зрителей
- Реклама в социальных сетях
- Проведение вебинаров в прямом эфире
- Управление опросами, кнопками с призывами к действию, онлайн-общением в чате и т. д.

И это только начало! А как насчет **напоминания участникам** о мероприятии? И **отправки сообщений** после мероприятия? Как обратиться к **потенциальным клиентам, которые так и не посетили** мероприятие?

**Автоматизация** всех аспектов в модели **webinar cycle** снимает с ваших плеч самую тяжелую работу и освобождает ценное время для выполнения других задач.

А теперь давайте расшифруем разные этапы цикла:

## Создание контента

Это начальная точка. На этом этапе у вас **уже есть знания**, которыми вы хотите поделиться. Если вы являетесь экспертом в своей нише или имеете продукт, который стремитесь продать, то это естественный этап цикла. Все, что нужно сделать, — это упаковать свои знания в сценарии и презентации, затем записать вебинары и делиться ими в дальнейшем.

Однако если контент еще необходимо создать, уделите время тому, чтобы определить аудиторию и ее потребности. Проведите исследования с помощью таких инструментов, как **Google Trends**, **BuzzSumo**, **SEMrush** или **AnswerThePublic**, и проанализируйте, какой тип контента подойдет для работы с болевыми точками потенциальных клиентов.

## Автоматизация

Вы переходите на этап настройки. На нем можно подготовиться к различным сценариям. Можно определить, насколько часто платформа будет автоматически напоминать участникам о вебинаре. Несколькими кликами также можно настроить сообщение с выражением благодарности, которое отправляется по электронной почте после окончания мероприятия или приглашение на другое предстоящее мероприятие. Но это еще далеко не все!

О том, что станет двигателем сценария **webinar cycle**, мы подробно расскажем в следующей главе.

## Публикация контента

Это момент истины. Вы публикуете контент вебинара для всего мира, приглашаете потенциальных участников, рекламируете его в социальных сетях.

Хотя далее мы объясним, что именно нужно делать, сейчас чуть-чуть приоткроем завесу — на этом этапе публикуется несколько мероприятий для выявления самого привлекательного.

С помощью небольшого набора вебинаров вы привлечете потенциальных клиентов и сможете перейти к следующему этапу...

## Квалификация потенциальных клиентов

Теперь пришло время проанализировать **статистику вебинаров** и сделать некоторые выводы. Какой контент собрал наибольшую аудиторию? Что вы можете сказать об аудитории самого популярного вебинара? Что этой аудитории нужно больше всего?

С помощью своего решения CRM (управления взаимоотношениями с клиентами) вы можете разделить потенциальных клиентов на группы и выбрать перспективных. Переработайте заинтересовавший их контент и подготовьтесь к тому, чтобы выгодно преподнести им свое предложение.

## Конверсия

Другими словами, **закрывайте продажи** благодаря **мощному призыву к действию** во время следующей трансляции вебинара. Вы пригласили перспективных потенциальных клиентов на мероприятие, доработали и усовершенствовали контент, так что теперь все в ваших руках.

Это возможность перенаправить участников вебинара на **целевую страницу**, где они найдут форму регистрации или оформления покупки. Пришло время конверсии потенциальных клиентов в реальных.

Этот этап также предоставляет отличную возможность лучше узнать клиентов. Максимально используйте средства опроса, чтобы понять образ мысли клиентов.

## Персонализация

Откупорив бутылку шампанского по случаю привлечения большого количества новых клиентов, необходимо позаботится о качестве, и сделать это нужно быстро.

Перенимайте опыт самых успешных брендов в сфере электронной коммерции, а им известно, что **клиентам нужен в высшей степени индивидуальный подход**. В противном случае они не задержатся надолго.

Тщательно изучите опросы, проведенные на прошлом этапе. Узнайте их лучше, чтобы еще больше персонализировать контент вебинара.

## Вовлечение

Помните эффективный цикл Amazon? **Джефф Безос** пришел к выводу, что **впечатления клиента оказывают прямое воздействие на увеличение трафика**.

Именно об этом мы и говорим. **Создайте хорошее впечатление** с помощью коллекции высококлассных вебинаров, которые предоставят аудитории важную информацию и помогут быстрее и эффективнее добиваться своих целей.

Почему это так важно?

## Рост

Предоставляя своим клиентам полезный контент и положительный опыт взаимодействия с вашим брендом, в ответ вы получаете лояльность и поддержку.

Помните, что Рэнд Фишкин из [Moz](#) сказал о выстраивании прочных отношений. Сейчас самый подходящий момент, чтобы сделать на этом особый акцент.

Дайте своим клиентам причину **продвигать ваш бренд** и предложение в рамках вебинара в **социальных сетях**. Просите их публиковать **отзывы в виде видеороликов или текстовых публикаций** и разверните кампанию, направленную на увеличение числа регистраций на предстоящие вебинары с тем же или совершенно новым контентом.

Завершая цикл, вы добиваетесь цели, поставленной в центре круга cycle, то есть **увеличения аудитории вебинаров!**

## Вы готовы к новым открытиям?

Отлично! Мы рассмотрели концепцию в общем. Пару раз мы обещали предоставить до невозможности подробный план действий. Мы подготовили такой план для одного конкретного примера использования — **ведение учебных онлайн-курсов посредством вебинаров.**

Давайте же рассмотрим его под микроскопом!

## – ГЛАВА 3 –

### Webinar cycle для онлайн-курсов

Неудивительно, что вебинары представляют собой идеальный инструмент для онлайн-преподавания и обмена знаниями. Их функции обеспечивают все возможности традиционного класса с одним большим отличием — благодаря онлайн-курсам в виде вебинаров **можно обучать людей по всему миру!**

Как монетизировать свои знания и опыт с помощью вебинаров?

Ниже вы найдете революционный сценарий!



Положительный опыт:  
**получайте хорошие отзывы**

**Сертификаты и публикация в социальных сетях**

Развитие:  
**Выше посещаемость и больше курсов**

**Общие настройки**

**Запланируйте мероприятие**

**Тип мероприятия**

Вебинар в прямом эфире  
Автоматический вебинар  
Вебинар по запросу

**Тип доступа**

Доступ для всех  
Защита паролем  
Защита токеном  
Платно -> PayPal

**Custom branding**

Измените логотип  
Измените цвета бренда  
Измените фоновое изображение

**Вкладка настроек автоматизации**

**АВТОМАТИЗИРУЙТЕ РАБОТУ С ПОТЕНЦИАЛЬНЫМИ КЛИЕНТАМИ: ПРИСУТСТВУЮЩИМИ И ОТСУТСТВУЮЩИМИ**

Пригласите на другое мероприятие  
Отправьте сообщение с благодарностью  
Отправьте последнее сообщение  
Направьте на целевую страницу с благодарностями

НАЧАТЬ

Интеграция:  
CRM  
PayPal  
Социальные сети  
Пиксель Facebook  
Google Analytics  
Google Tag Manager  
Moodle

СТАВЬТЕ НОВЫЕ ЦЕЛИ, ЧТОБЫ ПРИВЛЕКАТЬ БОЛЬШЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ

**Экспорт потенциальных клиентов в CRM**

**Пиксель Facebook**

**Мало мероприятий - какой контент заинтересует потенциальных клиентов?**

ВЫБЕРИТЕ САМЫЙ ПОПУЛЯРНЫЙ КОНТЕНТ!

Тип мероприятия:  
**Открытый вебинар в прямом эфире**

Тип мероприятия:  
**Открытый вебинар по запросу**

Приглашение на бесплатное автоматизированное занятие Используйте призыв к действию и опрос

«ГОРЯЧИЕ» ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ

«ХОЛОДНЫЕ» ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ

**Продажа**

Последующая презентация

Приглашение на мероприятие по запросу

ПРЕЗЕНТАЦИЯ В ПРЯМОМ ЭФИРЕ С ПРИЗЫВОМ К ДЕЙСТВИЮ

НЕЯВИВШИЕСЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ

ПРИГЛАШАЙТЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ НА ВЕБИНАР В ПРЯМОМ ЭФИРЕ

ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫЕ СЛУШАТЕЛИ КУРСОВ

**Продвижение продукта: Продажа обучающих курсов**

Тема вебинара в прямом эфире

**Проведите обучающие курсы**

**Платные вебинары в прямом эфире**

**Платные автоматические вебинары**

**Платные вебинары по запросу**

ВСТРАИВАЙТЕ И ДЕЛИТЕСЬ    АВТОТРАНСЛЯЦИЯ    ПРИСУТСТВУЮЩИЕ / ОТСУТСТВУЮЩИЕ

Встройте в блог  
Разместите в социальных сетях

Facebook или YouTube

Последующее сообщение + файлы:  
Страница профиля  
Запись  
Настраиваемое сообщение

Сообщение с благодарностью + файлы:  
Сертификат, Страница профиля, Запись  
Настраиваемое сообщение, Обратная связь

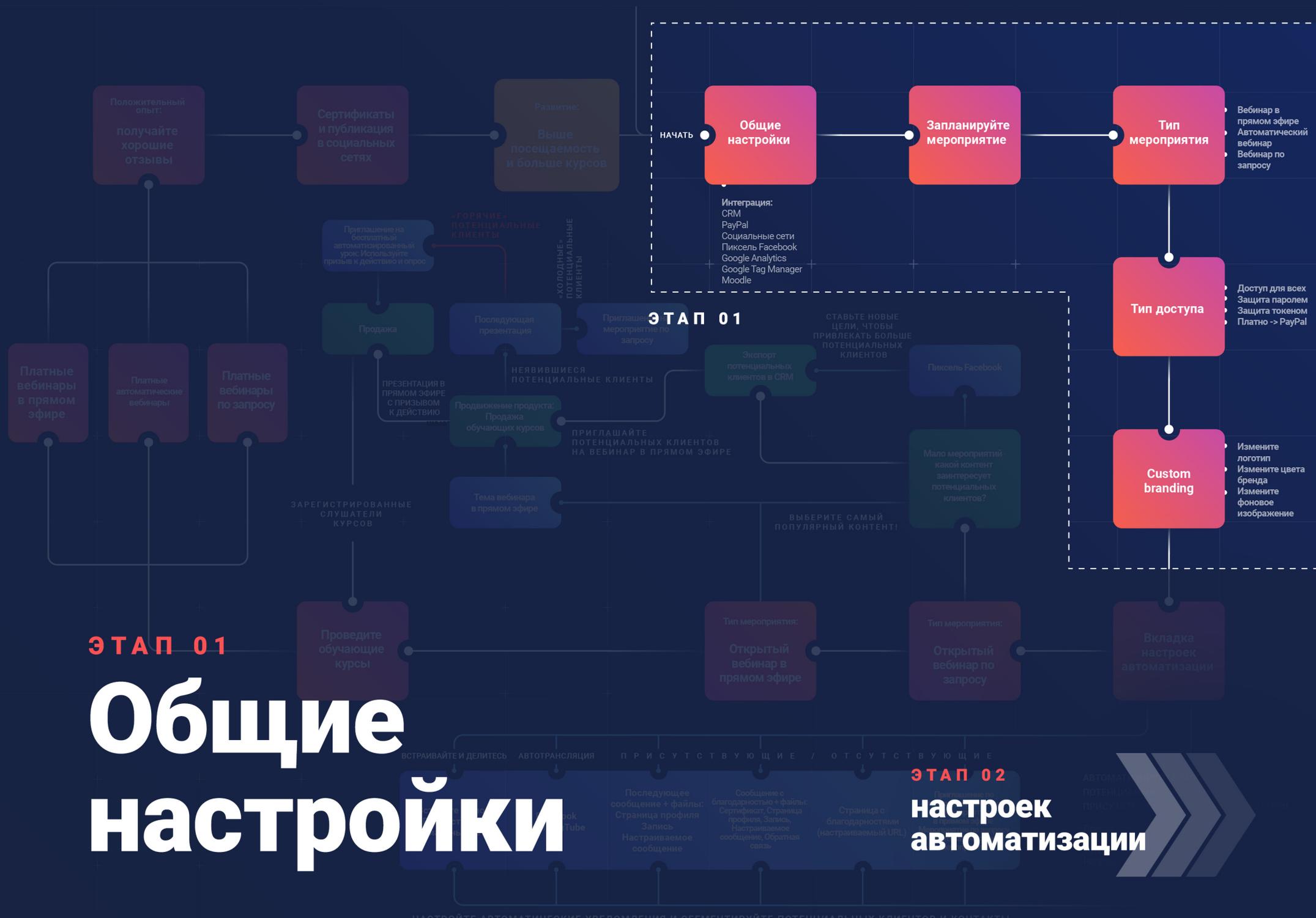
Страница с благодарностями (настраиваемый URL)

Приглашение по электронной почте на:  
Мероприятие в прямом эфире  
Мероприятие по запросу  
Автоматическое мероприятие

НАСТРОЙТЕ АВТОМАТИЧЕСКИЕ УВЕДОМЛЕНИЯ И СЕГМЕНТИРУЙТЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ И КОНТАКТЫ

ЭТАП 01

# Общие настройки



НАСТРОЙТЕ АВТОМАТИЧЕСКИЕ УВЕДОМЛЕНИЯ И СЕГМЕНТИРУЙТЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ И КОНТАКТЫ

Захватывает дух? Не переживайте, мы проведем вас за руку, шаг за шагом.

## 1. Общие настройки

Прежде всего необходимо перейти на панель учетной записи ClickMeeting и открыть раздел «Настройки учетной записи». Затем обязательно интегрируйте свою учетную запись вебинара с:

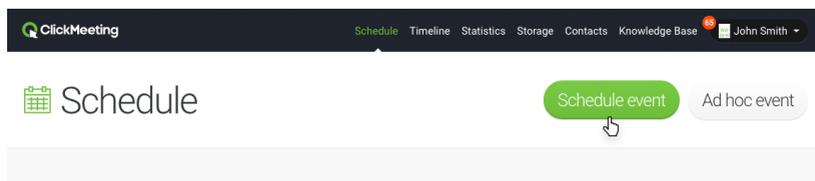
- [PayPal](#). Не имеет смысла начинать онлайн-курсы в форме вебинара без интеграции учетной записи со счетом PayPal. Это первый шаг на пути монетизации своих знаний и опыта.
- Социальные сети: [Facebook](#), [LinkedIn](#), [Twitter](#), и [YouTube](#). Интеграция с этими учетными записями позволит освещать мероприятия в социальных сетях.
- Аналитические инструменты: [Google Analytics](#), [Google Tag Manager](#), и [Facebook Pixel](#). Интеграция с этими инструментами поможет анализировать трафик, отслеживать потенциальных и реальных клиентов, просматривающих страницы ваших вебинаров, и обращаться к ним в рамках **ремаркетинговых кампаний**.
- Платформа CRM: [HubSpot](#), [Pipedrive](#), и [Infusionsoft](#). Эта интеграция позволяет экспортировать посетителей вебинаров непосредственно в учетную запись CRM. Там вы сможете организовать свою базу потенциальных клиентов. Это просто необходимо!
- [Moodle](#). Да, можно интегрировать учетную запись вебинаров с этой **платформой LMS** и управлять из нее всеми курсами на основе вебинаров. Для этого необходимо установить подключаемый модуль ClickMeeting в учетной записи Moodle.



## 2. Планирование мероприятия

Помните, в предыдущей главе мы говорили о создании контента? Целеустремленные онлайн-преподаватели знают об этом все. Вы разработали создали набор презентаций по разным темам в своей нише и хотите приступить к ведению онлайн-курсов.

Сначала нажмите кнопку «**Запланировать мероприятие**» на панели учетной записи.



Выберите название мероприятия, укажите дату, время и часовой пояс, а затем:

### Выберите тип переговорной

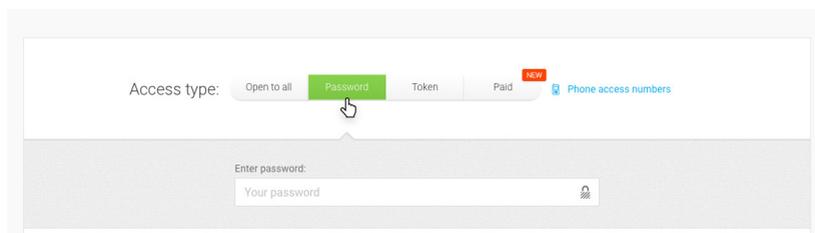
Необходимо решить, какой тип вебинара вы хотите организовать. Можно выбрать один из вариантов:

- **Вебинар в прямом эфире** — это классический вебинар, где вы излагаете материал в прямом эфире, взаимодействуете с аудиторией в окне чата и реагируете на вопросы аудитории по ходу мероприятия.
- **Автоматический вебинар** реально экономит время. Вы записываете мероприятие, комбинируете его с видеоклипом, опросом и кнопкой призыва к действию, а затем включаете автопилот. Другими словами, вебинар начнется в запланированное время, но вашего присутствия не требуется.
- **Вебинар по запросу** — отличный способ привлечения потенциальных клиентов. Вы записываете мероприятие (или несколько мероприятий — именно это мы вскоре порекомендуем), рассылаете приглашения, рекламируете мероприятие, собираете еще больше адресов электронной почты и позволяете аудитории смотреть вебинар в любое удобное время.
- **Онлайн-конференции** — это не просто вебинары. Встреча с партнерами и клиентами в одной онлайн-переговорной обеспечивает достижение бизнес-целей.

### Выберите тип доступа

Вы собираетесь провести **бесплатный открытый вебинар**? Или он будет защищен **паролем или токеном**? Или это будет коммерческий **вебинар с платой за участие**? Естественно, последний вариант выглядит самым привлекательным. В конце концов, мы собираемся зарабатывать деньги на наших мероприятиях.

Однако также можно использовать тип доступа «Открыто для всех», и мы объясним почему.

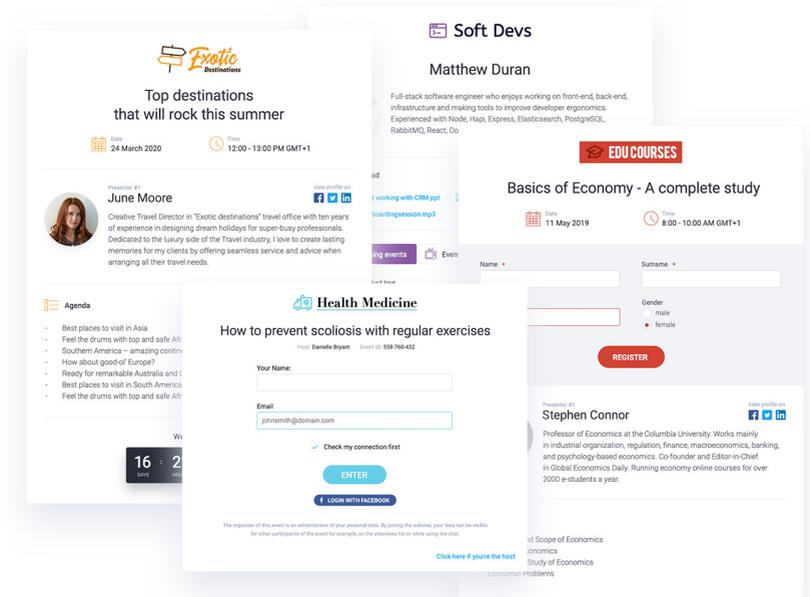


### 3. Custom Branding

Очень большую роль играет первое впечатление, которое вы произведете на своих будущих учеников. Всего несколько кликов на вкладке **«Ребрендинг»** — и вы получите **профессиональный и визуально единообразное оформление** всех страниц вебинара, включая страницу регистрации и самую **переговорную**, место где вы будете собирать свой онлайн-класс.

Загрузите **свой логотип** и подходящий основной цвет для бренда. А чтобы сделать вебинар по-настоящему красивым, загрузите фоновое изображение из бесплатной профессиональной **базы фотографий Unsplash**. В зависимости от специализации, будь то программирование, финансы или графический дизайн, введите ключевое слово в поле поиска и выберите самое подходящее и эффектное изображение.

Ваши ученики будут видеть профессиональное фирменное оформление на всех страницах вебинара.



#### 4. Настройки автоматизации

Именно здесь творятся настоящие чудеса. Прямо здесь, на вкладке «Автоматизация», можно настроить и автоматизировать свои действия:

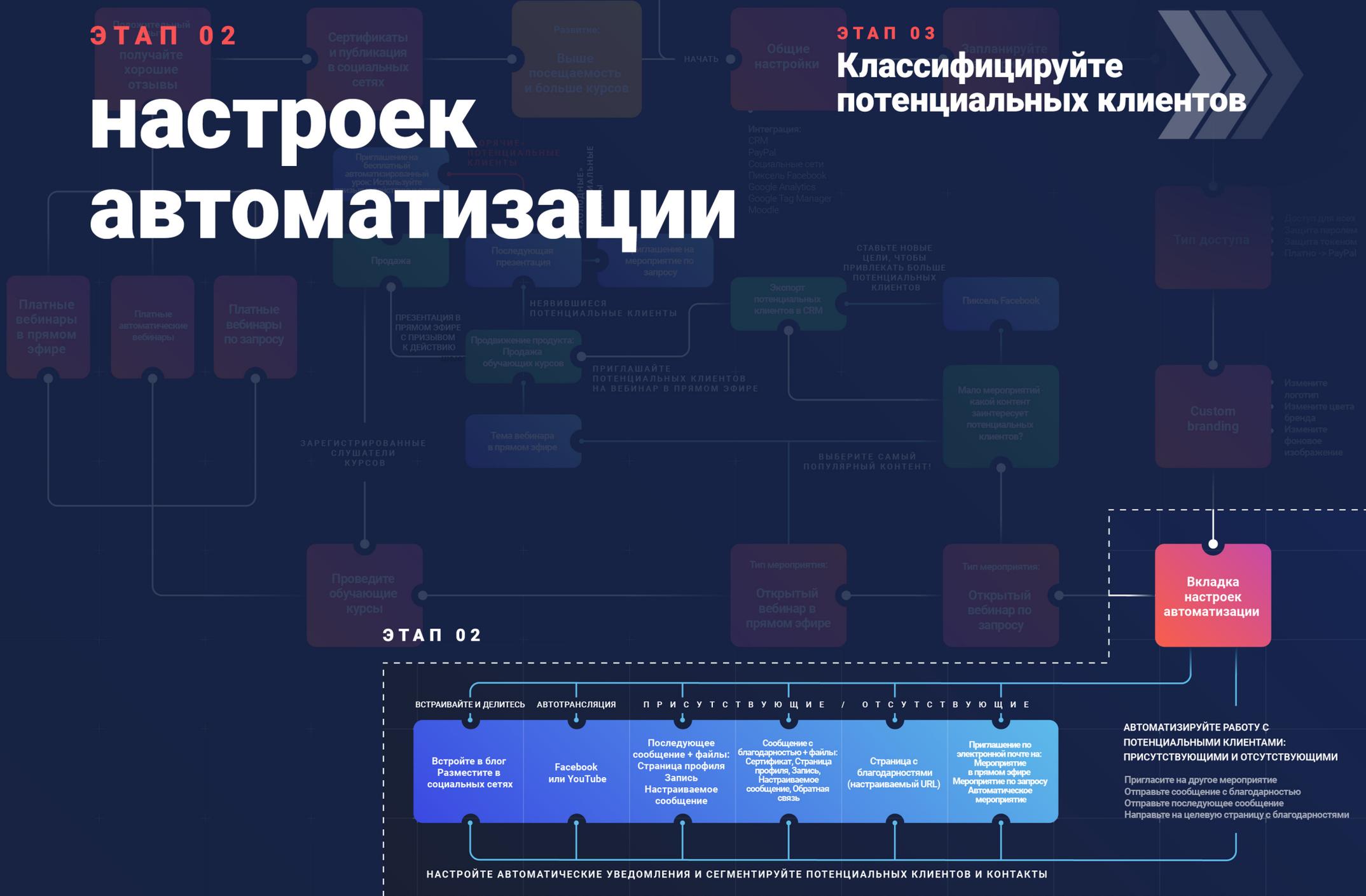
- **Действия для автоматизации мероприятий.** Они предназначены для публикации мероприятия на странице профиля, автоматической трансляции мероприятия на Facebook или YouTube, публикации и рассылки записи вебинара.
- **Правила рекламы мероприятия.** Здесь можно автоматизировать напоминания о мероприятиях для зарегистрированных участников, а также рассылку приглашений на предстоящее событие.
- **Правила последующего взаимодействия.** Каждый вебинар заканчивается страницей «Благодарности». Это может быть целевая страница с формой для регистрации или URL-адресом на ваше усмотрение. Затем можно настроить и автоматизировать сообщение с выражением благодарности и последующие сообщения, отправляемые по электронной почте.

ЭТАП 02

# настроек автоматизации

ЭТАП 03

## Классифицируйте потенциальных клиентов



### Кто присутствовал, а кто нет (и что с ними делать)?

Не будем себя обманывать: невозможно добиться 100% посещаемости вебинара, насколько бы замечательным ни был контент. Люди регистрируются на мероприятия, а потом не посещают их, и с этим ничего не поделаешь.

Но потенциальные клиенты, которые зарегистрировались, но не присутствовали на мероприятии, все равно остаются потенциальными клиентами. И вам следует кое-что сделать, чтобы так или иначе привлечь их своим предложением.

Кроме того, необходимо выработать другой подход к потенциальным клиентам, которые присутствовали на вебинаре.

Как видите, задача усложняется. К счастью, на помощь приходит автоматизация в нашем решении webinar cycle!

Можно автоматизировать отправку сообщений ученикам независимо от того, присутствовали они или нет. Рассмотрим пример.

#### Участники:

- Автоматически отправьте им приглашения на мероприятие «А».
- Автоматически отправьте им сообщения с выражением благодарности «В1» по электронной почте с приложенными файлами «С1» и «С2».

ON

#### Automatic Thank-you email

Send a Thank-you email to contacts who attended your event. Add files you want to share.

**Add a custom message**

Hi there,

Thank you for attending my Flywheel Webinar. But that's not all! Get the most of the additional resources.

**Download section on mail**

audio\_recording.mp3

webinar\_flywheel\_presentation.jpg

[Add more files](#)

Add link to my profile page
 [Profile page preview](#)

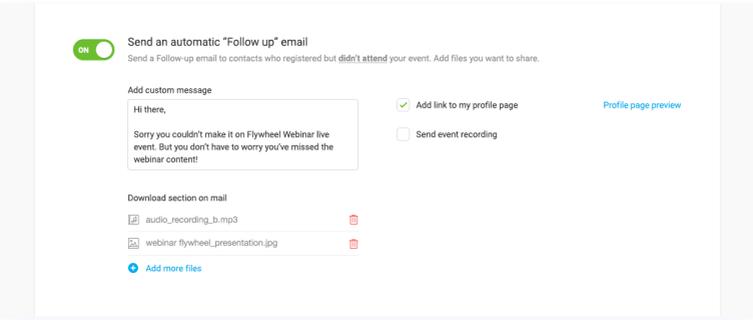
Add certificate for your attendees
 [Certificate preview](#)

Add feedback button
 [Feedback button preview](#)

Send event recording
 [Recording preview](#)

### Неприсутствовавшие:

- Автоматически отправьте им запись вебинара.
- Автоматически отправьте им приглашения на мероприятие «X».
- Автоматически отправьте им дополнительные сообщения после мероприятия «Y1» по электронной почте с приложенными файлами «Z1» и «Z2».



**ON** Send an automatic "Follow up" email

Send a Follow-up email to contacts who registered but didn't attend your event. Add files you want to share.

**Add custom message**

Hi there,

Sorry you couldn't make it on Flywheel Webinar live event. But you don't have to worry you've missed the webinar content!

Add link to my profile page [Profile page preview](#)

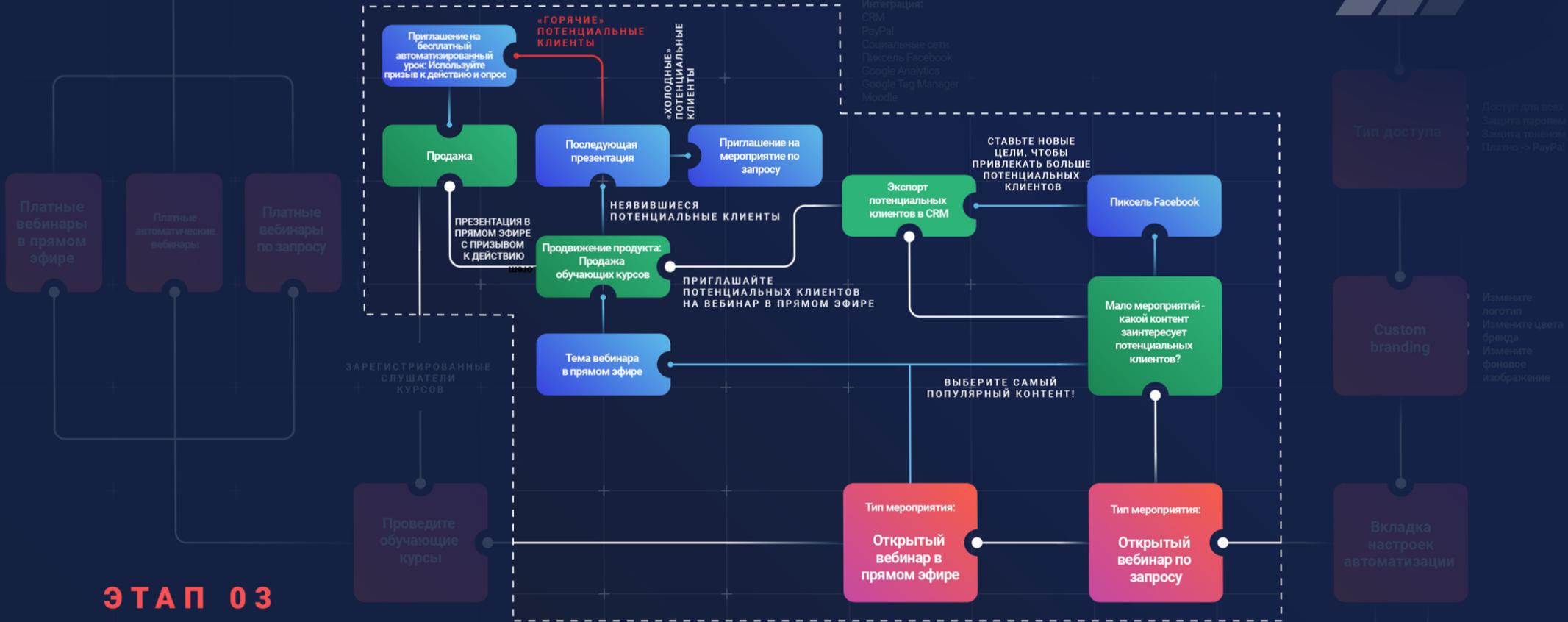
Send event recording

**Download section on mail**

 audio\_recording\_b.mp3 

 webinar\_flywheel\_presentation.jpg 

[Add more files](#)



**ЭТАП 03**

# Классифицируйте потенциальных клиентов

НАСТРОЙТЕ АВТОМАТИЧЕСКИЕ УВЕДОМЛЕНИЯ И СЕГМЕНТИРУЙТЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ И КОНТАКТЫ

АВТОМАТИЗИРУЙТЕ РАБОТУ С ПОТЕНЦИАЛЬНЫМИ КЛИЕНТАМИ: ПРИСУТСТВУЮЩИМИ И ОТСУТСТВУЮЩИМИ

Пригласите на другое мероприятие  
Отправьте сообщение с благодарностью  
Отправьте последующее сообщение  
Направьте на целевую страницу с благодарностями

## 5. Тип переговорной для мероприятия: открытый вебинар по запросу

Это был подготовительный этап. Сейчас мы предложим вам сценарий, описывающий как начать проводить вебинары и что делать дальше.

Помните пункт «**Публикация контента**» из предыдущей главы? Именно об этом мы сейчас будем говорить.

Запишите набор из, скажем, пяти вебинаров. Когда речь заходит о контенте, каждое из мероприятий будет посвящено отдельной теме в вашей образовательной нише. Например, если вы управляете онлайн-школой программистов, следует записать различные вебинары с пробными уроками для разных языков:

- 1) Python
- 2) PHP
- 3) Java
- 4) C#
- 5) JavaScript

Настройте тип доступа «**Открыто для всех**» и тип переговорной «**По запросу**». При проведении вебинара по запросу данные участников автоматически **экспортируются в учетную запись CRM**.

Опубликуйте вебинары и начните их рекламировать в социальных сетях и по электронной почте. Конечно же, можно выйти за рамки решения webinar cycle и провести рекламную кампанию Google Ads и Facebook Ads.

Через некоторое время вы сможете проанализировать статистику. Какой вебинар привлек наибольшую аудиторию? Какой тип языка программирования оказался наиболее интересным для вашей аудитории? **Выберите самый эффективный контент** для проведения вебинара в прямом эфире на следующем этапе.

Этот этап соответствует шагу «**Квалификация потенциальных клиентов**» в предыдущей главе. Имея результаты анализа и учетную запись CRM, вы сможете квалифицировать своих потенциальных клиентов и подготовить коммерческое предложение. Для тех, кто не посетил вебинар, но заходил на страницы вебинара, максимально эффективно используйте инструменты **Google Tag Manager** и **Пиксель Facebook** для **повторного таргетинга** при создании будущего предложения учебных вебинаров.

## 6. Тип мероприятия: открытый вебинар в прямом эфире

Теперь мы переходим на этап **«Конверсия клиентов»**. Как только вы узнаете, какой из пяти вебинаров по запросу привлек наибольшее количество зарегистрированных и присутствовавших участников, вы поймете, **какая тема является самой популярной**.

Возвращаясь к нашему примеру с программированием, если лидером среди остальных оказался вебинар по запросу по языку Python, именно эту тему следует выбрать для проведения бесплатного вебинара в прямом эфире.

Доработайте и усовершенствуйте презентацию, добавив в нее больше полезной информации на углубленном уровне. Помните, что это будет пробное занятие для всего онлайн-курса по языку Python, поэтому необходимо включить в него **описание учебной программы и преимуществ** регистрации прохождения курса.

Это будет вебинар не по запросу, а в прямом эфире. Поэтому вам потребуется присутствовать на мероприятии и вести презентацию от начала до конца. Используйте такие функции, как **«Чат»** и **«Опрос»**, для взаимодействия и знакомства с аудиторией.

Но, что самое важное, настало время **сделать привлекательное предложение**, подкрепленное **призывом к действию**. Другими словами, **вы продаете свой онлайн-курс!**

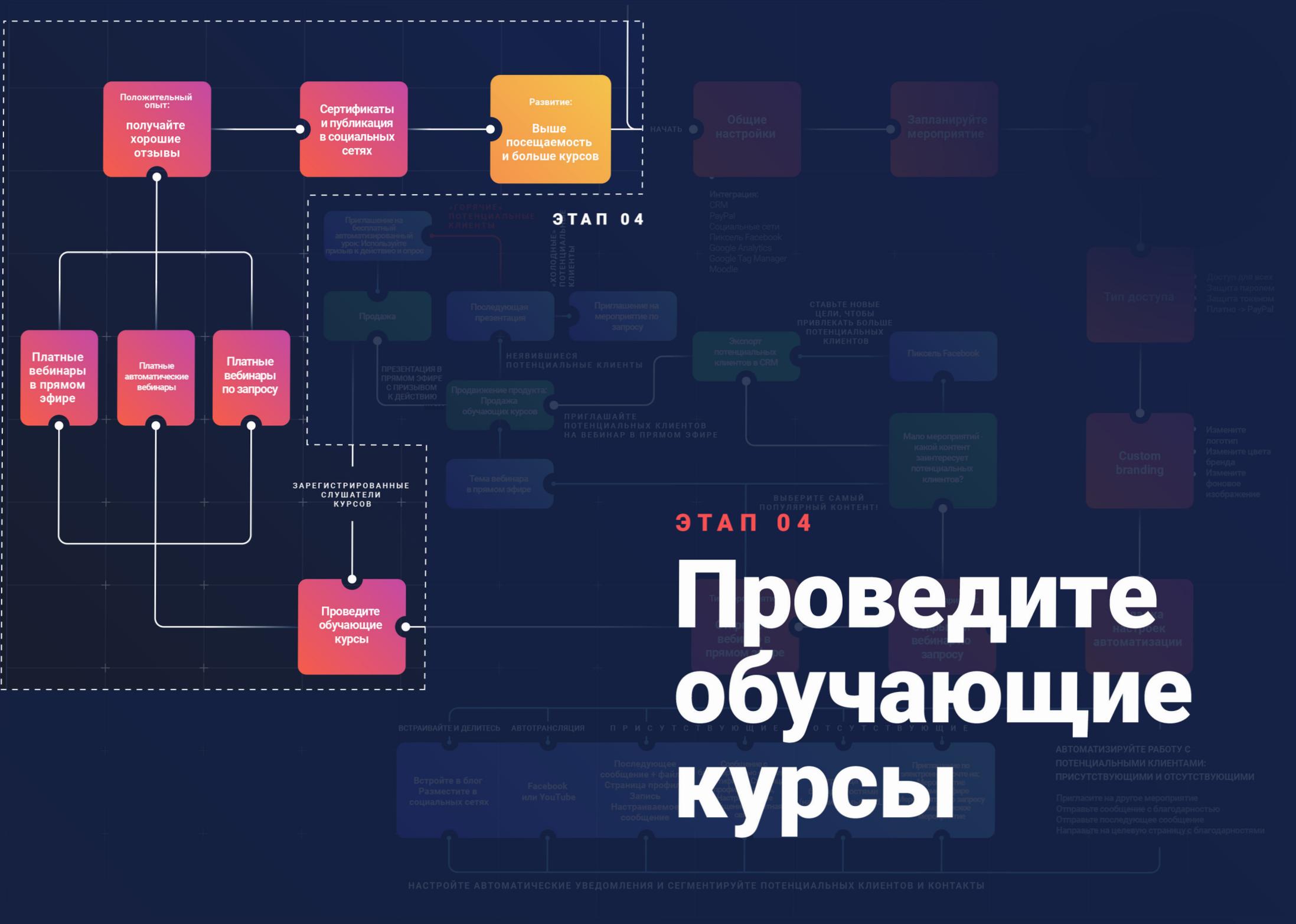
После окончания мероприятия выполняются другие действия (все они автоматизированы, так как предварительно настроены на вкладке «Автоматизация»):

### **Потенциальные клиенты, которые зарегистрировались, но не явились на вебинар в прямом эфире**

Их можно называть «холодные» потенциальные клиенты. Они проявляют умеренный интерес, но не слишком большое желание. Так как они не присутствовали на мероприятии в прямом эфире, им будет **автоматически отправлена его запись**. Они посмотрят ее по запросу и смогут нажать кнопку с призывом к действию и купить онлайн-курс.

### **Потенциальные клиенты, которые присутствовали на вебинаре, но не купили курс**

Их можно называть «горячие» потенциальные клиенты. Очень заинтересованные, но нерешительные. Им автоматически отправляется **приглашение на автоматический вебинар — первый урок курса. Бесплатный!** Так как автоматические вебинары включают призыв к действию и опрос, они могут помогать и в продаже курсов и в получении ценных отзывов от аудитории.



Положительный опыт:  
получайте хорошие отзывы

Сертификаты и публикация в социальных сетях

Развитие:  
Выше посещаемость и больше курсов

Общие настройки

Запланируйте мероприятие

Платные вебинары в прямом эфире

Платные автоматические вебинары

Платные вебинары по запросу

ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫЕ СЛУШАТЕЛИ КУРСОВ

Проведите обучающие курсы

ЭТАП 04

Приглашение на бесплатный автоматизированный урок. Используйте призывы к действию и опросы

ГОРЯЧИЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ

«ХОЛОДНЫЕ» ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ

Продажа

Последующая презентация

Приглашение на мероприятие по запросу

Презентация в прямом эфире с призывом к действию

Продвижение продукта. Продажа обучающих курсов

ПРИГЛАШАЙТЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ НА ВЕБИНАР В ПРЯМОМ ЭФИРЕ

Тема вебинара в прямом эфире

Экспорт потенциальных клиентов в CRM

СТАВЬТЕ НОВЫЕ ЦЕЛИ, ЧТОБЫ ПРИВЛЕКАТЬ БОЛЬШЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ

Пиксель Facebook

Мало мероприятий какой контент заинтересует потенциальных клиентов?

Тип доступа

Custom branding

ЭТАП 04

# Проведите обучающие курсы

ВСТРАИВАЙТЕ И ДЕЛИТЕСЬ АВТОТРАНСЛЯЦИЯ ПРИСУТСТВУЮЩИЕ ОТСУТСТВУЮЩИЕ

Встройте в блог. Разместите в социальных сетях. Facebook или YouTube. Последующие сообщения + файл. Страница профиля. Запись. Настраиваемое сообщение. Автоматизируйте работу с потенциальными клиентами: присутствующими и отсутствующими. Пригласите на другое мероприятие. Отправьте сообщение с благодарностью. Отправьте последующее сообщение. Направьте на целевую страницу с благодарностями.

НАСТРОЙТЕ АВТОМАТИЧЕСКИЕ УВЕДОМЛЕНИЯ И СЕГМЕНТИРУЙТЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ И КОНТАКТЫ

Интеграция: CRM, PayPal, Социальные сети, Пиксель Facebook, Google Analytics, Google Tag Manager, Moodle

Доступ для всех, Защита паролем, Защита токеном, Платно - PayPal

Измените логотип, Измените цвета бренда, Измените фоновое изображение

## 7. Ведение онлайн-курсов

Поздравляем! Десятки потенциальных клиентов теперь стали вашими онлайн-учениками. Вы можете приступить к проведению реального онлайн-курса.

С этого момента вы организуете не открытые для всех мероприятия, а платные. Именно здесь важна интеграция с PayPal – вы начинаете монетизировать свои знания.

Мы оставим выбор за вами, но в вашем распоряжении есть три варианта проведения онлайн-уроков.

- **Вебинары в прямом эфире** – каждый урок начинается в запланированное время, и его необходимо проводить в режиме реального времени.
- **Автоматические вебинары** – каждый урок начинается в запланированное время, но ваше присутствие необязательно. Они проводятся на автопилоте. При желании вы можете принимать участие в таких уроках, но только в качестве модератора чата.
- **Вебинары по запросу** – ваши ученики будут проходить урок в удобное для них время и, что очевидно, вашего присутствия не требуется.

Это этап «Вовлечение». Здесь важно создать отличное впечатление у клиента (в вашем случае у ученика).

Как мы подчеркивали в прошлой главе, необходимо обеспечивать высокое качество на протяжении всего курса. Высококласный контент, интересная презентация, наставления в дружеском ключе – вот о чем следует позаботиться, чтобы ученики остались с вами для прохождения следующего курса.



## 8. Сертификаты и публикации в социальных сетях

Вы получили поддержку своих учеников — ура! И теперь у вас есть два способа, как превратить ее в преимущество:

- **Отзывы.** Если вы чувствуете прочную связь со своими учениками и они довольны полученными знаниями, попросите их оставить **письменный и (или) видеоотзыв**. Нет ничего более убедительного, чем такая **социальная проверка**. Загрузите ссылки на отзывы на свой веб-сайт и каналы в социальных сетях. Используйте их при проведении следующей рекламной кампании для привлечения новых потенциальных клиентов.
- **Сертификаты.** Решение webinar cycle позволяет выдавать **ученикам сертификаты о прохождении курса**. Это беспроигрышная ситуация — они получают физическое доказательство своих вновь обретенных навыков и умений, а вы получаете амбассадора бренда. Как? Ученики, скорее всего, будут рассказывать о том, что получили новое преимущество в глазах потенциальных работодателей. Предложите им опубликовать сертификат в формате PDF в своих социальных сетях и попросите отметить вас и ваш бренд. **Таким образом, вы обеспечиваете рекордное увеличение охвата потенциальных клиентов для своих курсов.**

Теперь вы находитесь на последнем этапе цикла «Рост». Вы уже **получили прибыль** от онлайн-курсов.

Вооружившись **отзывами и опубликованными сертификатами**, вы можете **привлекать больше потенциальных клиентов** и начать новый цикл с тем же контентом.

Вместе с тем, не забывайте поддерживать связь со своими выпускниками! Организуйте для них еще один **углубленный курс**, проводите индивидуальные онлайн-встречи для дальнейших консультаций и дополнительные уроки по смежным темам.

Не останавливайтесь и **поддерживайте развитие своего бизнеса на основе вебинаров!**

## – ЗАКЛЮЧЕНИЕ –

Ну вот! Наша книга подходит к концу. Мы хотели продемонстрировать вам концепцию **webinar cycle** с **высоты птичьего полета**. Очень важно было показать вам более широкую перспективу и применение этого решения в **контексте бизнеса**. Прежде всего перед нами стояла цель — ответить на ваш вопрос, зачем нужно решение webinar cycle.

В последней главе этой эксклюзивной электронной книги мы провели вас по нашей лаборатории и **показали формулу**, применив которую, вы сможете **начать бизнес на основе учебных вебинаров в качестве онлайн-преподавателя**.

Благодарим за внимание! Будем очень рады увидеть вашу модель webinar cycle в действии!