

# **Полное руководство по продвижению онлайн-курсов с помощью вебинаров**

**Семь шагов**

## Введение

Интернет-обучение становится все более популярно, и эта тенденция сохранится еще очень долго. Если вы ждете подходящего момента, чтобы начать продавать онлайн-курсы, считайте, что он настал!

**Вебинары и онлайн-курсы – это идеальное сочетание.** Изучив это руководство, вы узнаете, как создавать профессиональные и прибыльные онлайн-курсы за 7 шагов.

Мы предлагаем вашему вниманию комплексный сценарий с практическими советами, основанными на функциях вебинаров ClickMeeting и первоклассных решениях интеграции.

Вы готовы?

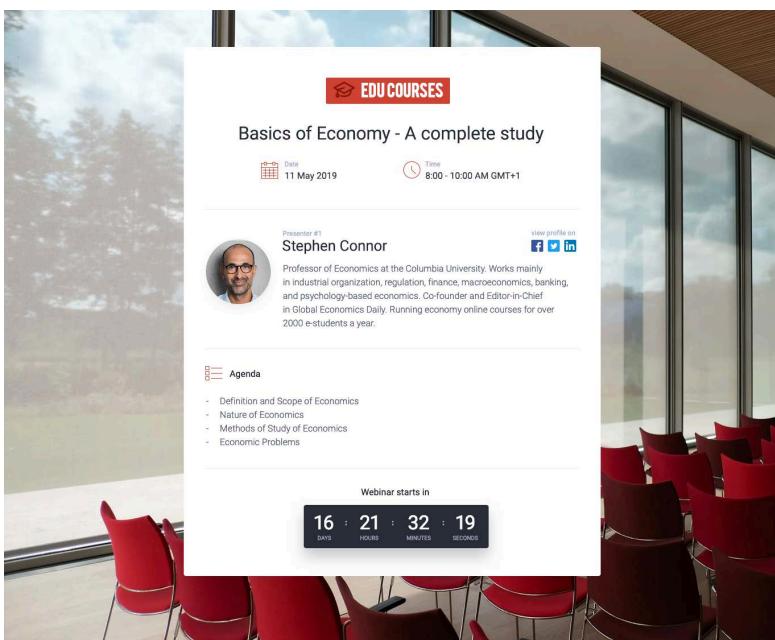
Приступим!



Итак, вы запланировали вебинар и выполнили все рекомендации по его продвижению, которые приведены в наших предыдущих публикациях: в справочнике [Как расширить аудиторию вебинара](#) и инфографике [Планирование продвижения вебинара](#). Каким же должен быть успешный вебинар?

## Шаг 1 (минуты: -5 до 0). РАЗОГРЕВ

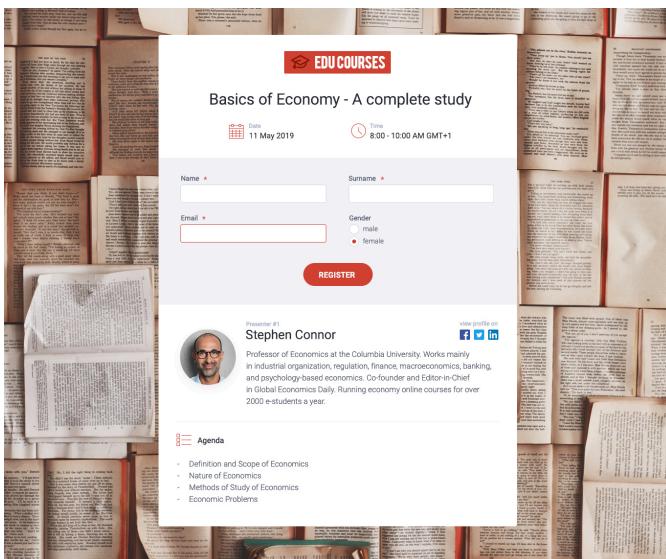
Некоторые участники подключаются к вебинару за пару минут до его начала. Чтобы заинтересовать их, обязательно включите **приемную с программой вебинара**. Это поможет участникам понять, чего следует ожидать от вебинара. Кроме того, таким образом вы можете подогреть интерес к мероприятию и отсеять случайных людей. Затем участникам можно сообщить о том, кто будет докладчиком и при необходимости поделиться с ними важными файлами. Это могут быть избранные учебные материалы, такие как видеоролики, лучшие слайды из презентаций, полезная инфографика и т. д. Благодаря им участники поймут, как вы организуете обучение, и заинтересуются вашим курсом.



Помните, что вы можете настроить макет приемной, добавляя и удаляя разделы с помощью удобного интерактивного редактора.

**Приемная** – это первое, что видят участники. Произведите на них впечатление эффектными и профессионально оформленными страницами. Благодаря функции **Специализированный брендинг** вы можете использовать **свой логотип и фирменные цвета**, чтобы аудитория мгновенно узнавала ваш бренд. Но это еще не все! Добавьте **высококачественное фоновое изображение** из обширной **фотобазы Unsplash**. Это бесплатно. Выберите фотографию, соответствующую тематике и содержанию курса..

Учтите, что **настройки ребрендинга** также применяются к **странице регистрации, переговорной, странице профиля и странице с благодарностями**.



Рекомендуется начинать мероприятие на три минуты раньше, чтобы поприветствовать уже подключившихся участников. Поздоровавшись с участниками, обязательно попросите их поделиться ссылкой на вебинар в социальных сетях. Чтобы ваши участники могли рассказать о мероприятии и поделиться ссылкой на него, необходимо добавить в переговорную значки соответствующих социальных сетей. Этот прием помогает расширить аудиторию и привлечь дополнительное внимание к вебинарам. Это всегда полезно, особенно если вы намерены повторить трансляцию.

## Шаг 2 (минуты: 0 до 5). СТАРТ

Начинайте мероприятие вовремя — задержки всегда раздражают и могут испортить первое впечатление. Не забудьте включить запись вебинара. Зачем? Так вы сможете загрузить запись вебинара на YouTube без лишних усилий. Но и это еще не все!

Главное, что

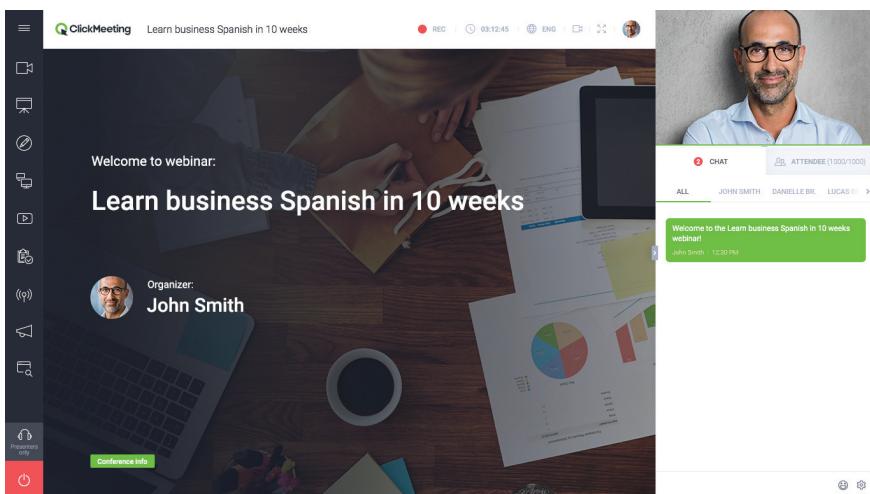
**записанное мероприятие** можно использовать как **вебинар по запросу**. Это значит, что участники онлайн-курса смогут посмотреть видео позже, чтобы освежить в памяти знания и выводы. Кроме того, вебинар по запросу смогут просмотреть люди, которые **зарегистрировались, но не подключились к трансляции**.

Ссылку на записанный вебинар можно добавить в сообщение электронной почты, на страницы социальных сетей и веб-сайт. Так вы сможете повысить эффективность ваших маркетинговых усилий и расширить линейку вебинаров.

Перед началом вебинара подключите **трансляцию в Facebook и YouTube**, чтобы расширить аудиторию. Всего один клик, и ваш онлайн-курс будет транслироваться в этих социальных сетях, привлекая внимание всех ваших контактов и подписчиков.



Начиная вебинар, кратко расскажите о себе, о теме мероприятия и целевой аудитории. Всегда полезно убедиться, что участники заинтересованы в содержании мероприятия и останутся до конца. Цели вебинара должны быть четко изложены в программе, чтобы отсеять незаинтересованных участников. Программу можно представить с помощью стандартной функции презентации, которая позволяет публиковать слайды, заранее подготовленные в программе PowerPoint или Keynote.

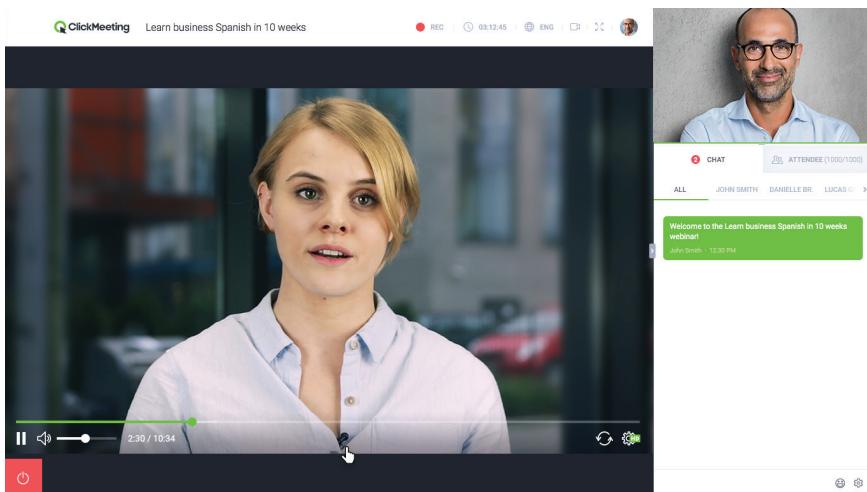


Затем аудитории нужно дать немного времени на знакомство с интерфейсом и компонентами переговорной. **Переговорная** ClickMeeting удобна и понятна, но не все участники способны быстро ориентироваться. Убедитесь, что они поняли назначение различных элементов переговорной и смогут взаимодействовать с вами и другими участниками. Обратите особое внимание на чат и режим вопросов-ответов, поскольку они особенно полезны для организации взаимодействия.

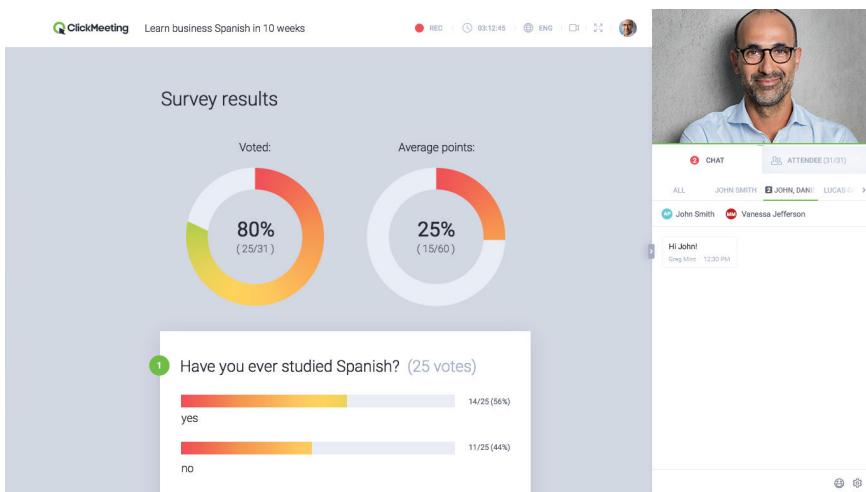
## Шаг 3 (минуты: 5 до 20). ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Теперь пора переходить к **основной части вебинара**. Во-первых, расскажите о себе более подробно и попытайтесь расположить к себе аудиторию. Расскажите о себе. Расскажите о своей биографии и опыте работы. Представьте сведения о своей квалификации. Объясните, почему именно вы можете предложить лучший курс по этой теме. И на этом этапе вы можете дополнить свой рассказ слайдами PowerPoint или Keynote с помощью функций **презентации**. Заранее загрузите слайды в переговорную, чтобы сэкономить время и избежать ненужных перерывов.

Вы можете подчеркнуть эффективность вашего курса, рассказав о проблемах, которые вашим заказчикам удалось решить с его помощью. Опишите, как вашему заказчику удалось преобразовать свой бизнес и каких результатов он смог добиться благодаря этому курсу. Проиллюстрируйте рассказ с помощью слайдов или видеоролика YouTube. На этом этапе нелишним будет предложить вниманию участников пример занятия, чтобы дать им возможность почувствовать атмосферу курса.



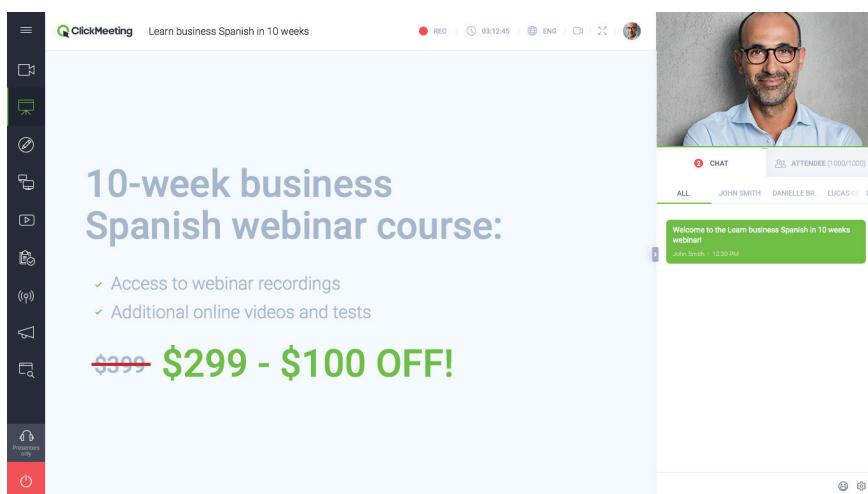
В конце занятия можно провести небольшой тест — так вы сможете воспроизвести реальные условия обучения. Помимо тестов, можно использовать функцию **опроса**, помогающую увидеть результаты обучения в режиме реального времени.



С помощью функции **презентации** можно продемонстрировать аудитории эффективность вашего онлайн-курса. Вы можете представить статистические данные об учащихся в виде круговых диаграмм, показать примеры успешного внедрения и другие графические данные. По возможности используйте видео: покажите видеозаписи отрывков занятий.

## Шаг 4 (минуты: 20 до 30). ПРЕЗЕНТАЦИЯ

Теперь пора переходить к самому главному: представлению курса, его содержимого и стоимости. Если это применимо к вашему курсу, используйте функцию **общего доступа к экрану**, чтобы продемонстрировать курс в действии. Вся основная информация должна быть представлена на слайдах. Если вы предлагаете какие-то бонусы, обязательно укажите это.

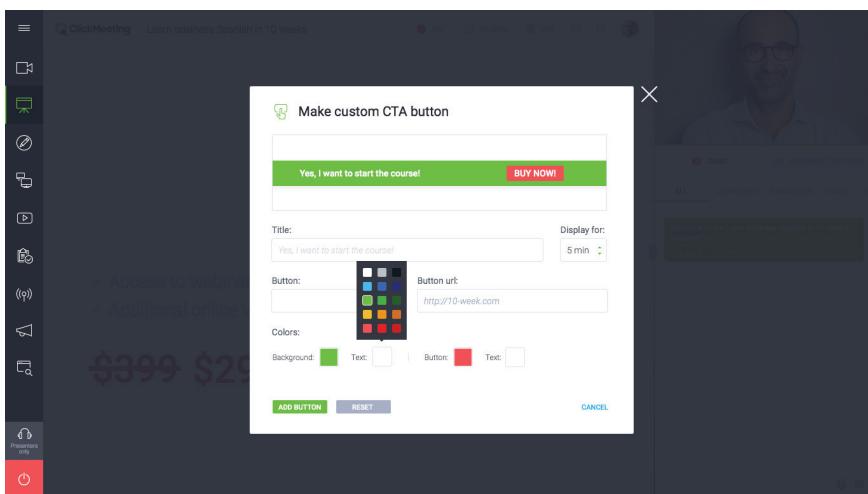


В презентацию вебинара будет нeliшним включить **отзывы** довольных заказчиков. Вы можете заранее загрузить видеоролик и запустить его прямо из переговорной, но мы рекомендуем сначала опубликовать его на YouTube, а потом воспроизвести с помощью функции интеграции с YouTube. Таким образом вы получаете удобный доступ к маркетинговому содержимому.

А теперь самое важное. Если вы хотите, чтобы участники купили ваш курс, не давайте им слишком много времени на раздумья. Например, можно предложить специальную цену курса на момент проведения вебинара, скажем **25-процентную скидку**, и создать ощущение срочности, добавив бонус для первых **20 заказчиков**.

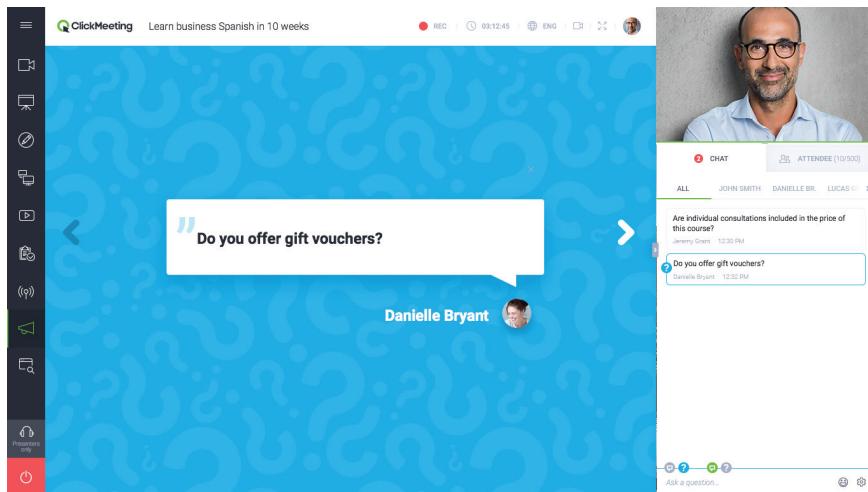


Обязательно используйте функцию призыва к действию. Она выводит на экран простое сообщение с кнопкой, которая перенаправляет участников на заданный веб-сайт или целевую страницу, где они могут оформить покупку.



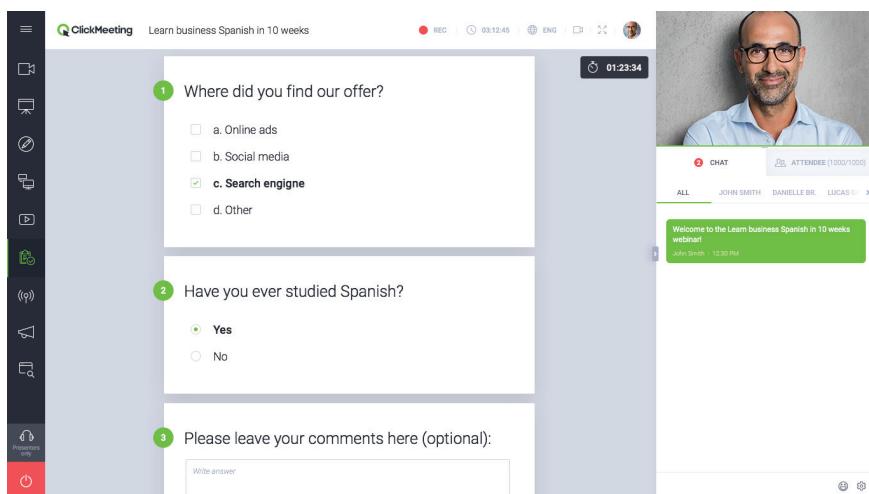
## Шаг 5 (минуты: 30 до 45). ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Представив свой курс, вы можете переходить к вопросам. Режим **вопросов и ответов** позволяет аудитории принимать активное участие в мероприятии, а вам — управлять взаимодействием. Вы можете разрешить участникам задавать вопросы устно, предоставив им права на выступление. Кроме того, они могут задавать вопросы письменно, через чат. После модерации вы можете показать вопросы в главном окне, чтобы привлечь к ним внимание и оживить обсуждение. Чтобы не отвлекаться от презентации, для работы с чатом рекомендуется привлечь помощника.

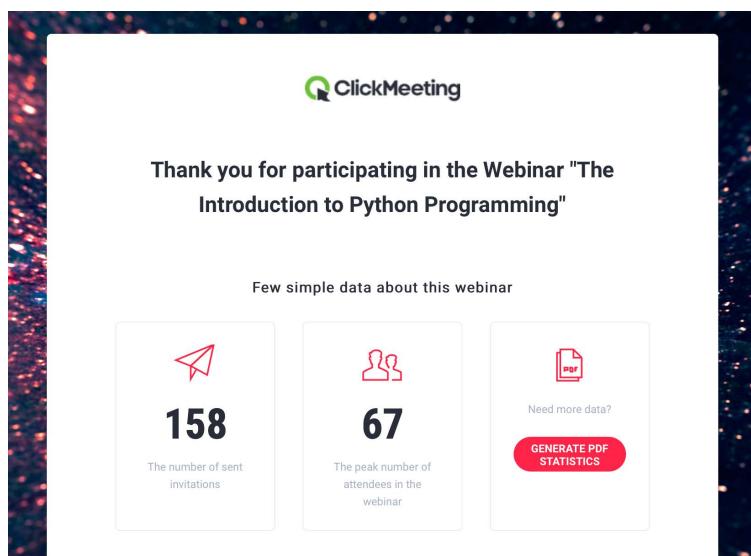


После завершения сеанса вопросов и ответов проведите краткий **опрос**, предложив участникам поделиться отзывами о курсе или вебинаре. Вы можете создать вопросы с одним или несколькими вариантами ответа, но помните, что они должны быть краткими и понятными. Не забудьте оставить место для комментариев.

При желании вы можете выводить результаты на экран в режиме реального времени, чтобы показать их аудитории. После мероприятия у вас будет время, чтобы проанализировать результаты и внести улучшения в курс или вебинар.



Заканчивая сеанс вопросов и ответов и вебинар, обязательно поблагодарите участников, которые решили приобрести курс. Поблагодарите всех за участие и завершите вебинар. В завершение вебинара обязательно перенаправьте участников на страницу с благодарностями, включающую ограниченные по времени скидки и бонусы за покупку (как упоминалось выше). Обязательно включайте URL-адрес этой страницы во все сообщения, отправляемые участникам после вебинара.



## Шаг 6. РАСШИРЕНИЕ АУДИТОРИИ

Отлично! Ваш вебинар привлек много участников и произвел хорошее впечатление. Это прекрасная новость, но не стоит останавливаться на достигнутом!

В конце концов, вы проводите коммерческие онлайн-курсы, чтобы **получать прибыль**.

Как этого добиться?

Помните, на шаге 2 мы уделили особое внимание записи мероприятия для его использования в качестве **вебинара по требованию**? Итак, это отличная возможность:

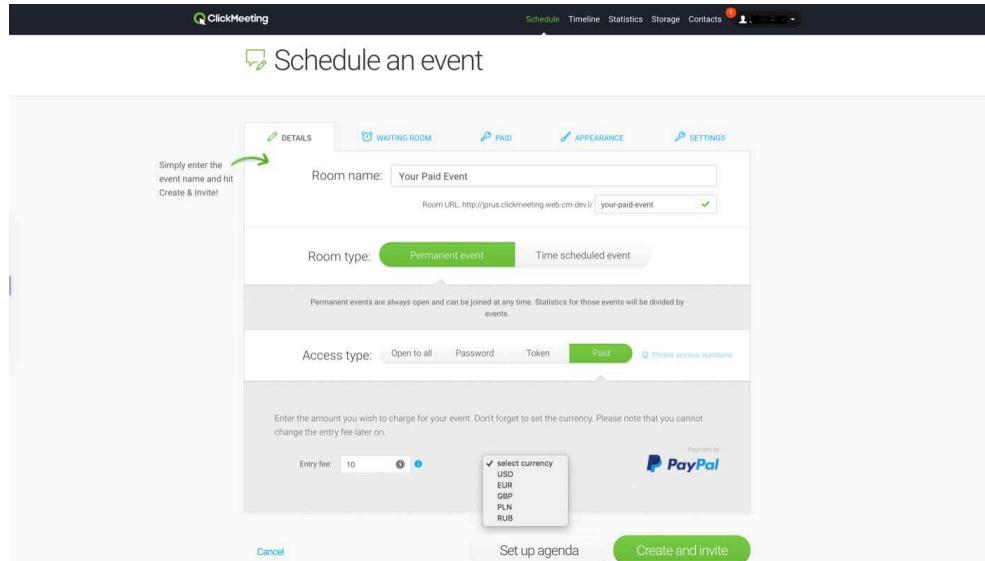
- укрепить отношения с участниками;
- охватить зарегистрировавшихся участников, которые не смогли посетить мероприятие;
- расширить аудиторию потенциальных покупателей вашего курса.

Как можно привлечь новых участников с помощью вебинаров по требованию? Вот очень простой и эффективный прием. Отправьте электронное письмо потенциальным заказчикам (тем, кто не регистрировался в вебинаре) и предложите им неограниченный доступ к записанному мероприятию, если они подключатся к рассылке. Именно это и называют привлечением потенциальных клиентов: вы **расширяете базу потенциальных клиентов** и привлекаете их с помощью **предстоящих вебинаров**.



## Шаг 7. ПОВЫШЕНИЕ ПРИБЫЛИ

Функция **платных вебинаров** позволяет проводить занятия с платным доступом. Это просто, безопасно и выгодно. Организатор самого успешного вебинара получил 43 000 долл. США за один сеанс!



Интегрируйте учетную запись ClickMeeting с **PayPal** и запланируйте серию платных учебных вебинаров. Разработайте план обучения для участников и начните получать прибыль!!

## Заключение



Мы надеемся, что эти советы помогут вам провести отличный вебинар. Они подойдут как начинающим, так и опытным пользователям. Не забывайте, что функции вебинаров — это всего лишь инструменты, главное — это ваши навыки, уверенность и опыт. Советы на эту тему мы включили в руководство [Как стать профессиональным докладчиком](#).

Удачи!