



Вебинары и видеоконференции во время пандемии

ОТЧЕТ CLICKMEETING © ИЮНЬ 2020 Г.

www.clickmeeting.com

Как новая социально-экономическая ситуация изменила спрос на вебинары и видео-конференции?

**Давайте исследуем
результаты нашего анализа
о воздействии COVID-19 на
использование
веб-конференций в
ежедневной работе и
преподавательской
деятельности.**

Введение

В организации и проведении веб-конференций нет ничего нового. За последнее десятилетие спрос на вебинары и видео-конференции постоянно и заметно рос. Однако пандемия COVID-19 открыла новую главу в истории этой технологии.

В данном отчете мы внимательно рассмотрим радикальные изменения и предоставим результаты нашего детального анализа, отображающего масштаб роста в использовании программного обеспечения для вебинаров в новых социально-экономических условиях.



**О чем вы
узнаете из этого
отчета?**

**Как пандемия способствовала
увеличению количества
вебинаров и их участников?**

**Какие страны были наиболее
активны при организации таких
онлайн-мероприятий?**

**Какие инструменты для
вебинаров продемонстрировали
наиболее значительный рост в
использовании?**

**В каких отраслях
промышленности компании и
организации включили вебинары
в свою ежедневную
деятельность?**

**Каковы основные бизнес-цели (и
как они изменились)
организаторов вебинаров?**

**Планируют ли организаторы
вебинаров продолжать их
проведение после окончания
пандемии?**

ПАНДЕМИЯ
COVID-19

НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Когда мы опубликовали наш годовой **«Отчет о состоянии вебинаров»** 17 февраля 2020 года, ситуация со вспышкой коронавируса становилась все более и более серьезной.

С начала февраля организаторы крупнейших бизнес-конференций во всем мире один за одним стали принимать решения об отмене и переносе своих мероприятий, а также об их проведении полностью онлайн.

В это время Иран и Италия объявили о закрытии школ и университетов и запрете массовых мероприятий.

Между тем март 2020 года открыл абсолютно новую главу мировой истории. Объявление о пандемии COVID-19 повлекло за собой ряд ограничений и запретов: закрытие школ, садов, яслей, университетов, ресторанов и клубов, торговых центров, большинства магазинов, учреждений культуры и многих других учреждений.

#Самоизоляция

удаленная работа и
преподавание
онлайн

Нам всем пришлось быстро адаптироваться к новому образу жизни. Требование по самоизоляции вынудило компании перейти на модель полностью удаленной работы. Более того, образовательному сектору пришлось столкнуться с необходимостью продолжать преподавание в 100% режиме онлайн.



Tomasz Bołcun

Brand Manager ClickMeeting

До начала эпидемии наиважнейшей мотивацией к использованию вебинаров для удаленной работы, онлайн-курсов или видео-конференций были экономия времени и денег. Неожиданно стало очевидным, что то, что еще совсем недавно было всего лишь привлекательной альтернативой, теперь стало основным способом ведения бизнеса, продолжения обучения и преподавания. Компаниям, таким как ClickMeeting, пришлось учиться, как удовлетворить гигантский спрос на проведение вебинаров. Для нас это стало серьезным вызовом – мгновенно помочь компаниям, школам и прочим учреждениям перейти на удаленную работу. Вскоре после прихода строгой изоляции в нашу жизнь мы преобразовали все наши маркетинговые коммуникации в обмен знаниями, общее образование и помощь тем, кто искал ответ на простой вопрос: «Как начать проведение вебинаров?».

Запрос на вебинары и видео-конференции

За одну ночь переход бизнеса и образовательной деятельности на электронные каналы взаимодействия стал абсолютной необходимостью. Ежедневное **общение онлайн** пришлось весьма кстати и стало спасением для правительственных учреждений, неправительственных организаций, учреждений здравоохранения, школ и университетов, компаний и индивидуальных предпринимателей.

Для перехода на удаленную работу и преподавание в режиме онлайн срочно требовались различные технологические решения. Одним из инструментов, жизненно необходимым в новой реальности, стали **вебинары и видео-конференции**.



Dominika Paciorkowska
Managing Director ClickMeeting

Спрос на инструменты для организации совместной работы в режиме онлайн взлетел стремительно. Школам, университетам и компаниям по всему миру пришлось заменить традиционное общение на общение в режиме онлайн. Карантин, введенный в результате вспышки вируса, не оставил выбора всем видам организаций – им пришлось переходить на удаленную работу. Работа в удаленных командах и проведение онлайн-занятий достигли невиданного ранее масштаба и пробудили огромный интерес к видео-конференциям, онлайн бизнес-совещаниям и платформам для вебинаров.

Отчет о состоянии вебинаров 2.0 – рост на несколько сотен процентов

К моменту публикации нашего «Отчета о состоянии вебинаров» в феврале, который подводил итоги за 2019 год, мы даже не предполагали, что вскоре эта статистика и данные столкнутся с абсолютно новой реальностью.

И эта реальность окажет непосредственное влияние на рост количества учетных записей на ClickMeeting и радикальное увеличение трафика на веб-сайте. Количество вебинаров и веб-конференций увеличилось в несколько раз и достигло такого масштаба, с которым мы никогда не имели дело в прошлом.

Необходимо было пересмотреть статистику из внутренней базы данных ClickMeeting и сопоставить ее с результатами прошлого года.

**Больше мероприятий
в четыре раза**

Чтобы лучше проиллюстрировать сравнение периода до пандемии с периодом новой реальности распространения вируса, мы решили сопоставить данные за март 2019 года и данные за март 2020 года.

ВЕБИНАРЫ ДО ПАНДЕМИИ

МАРТ 2019 Г.

КОЛИЧЕСТВО
МЕРОПРИЯТИЙ

59 425

КОЛИЧЕСТВО
УЧАСТНИКОВ

870 579

ВЕБИНАРЫ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ

МАРТ 2020 Г.

КОЛИЧЕСТВО
МЕРОПРИЯТИЙ

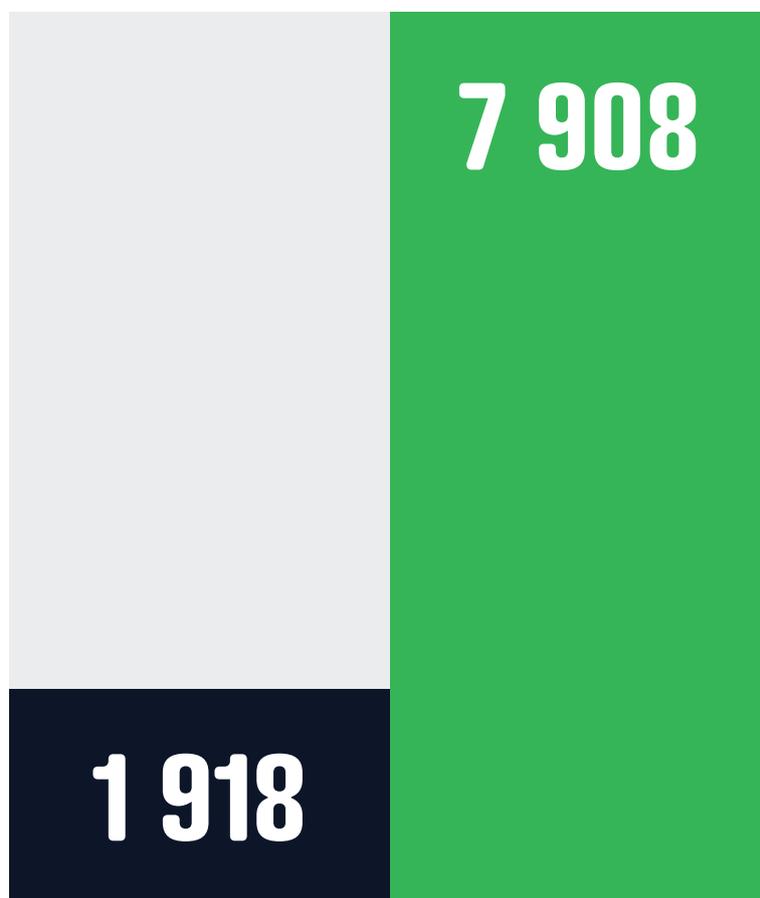
299 906

КОЛИЧЕСТВО
УЧАСТНИКОВ

3 203 034

**Количество
онлайн-мероприятий,
проведенных на
платформе ClickMeeting,
увеличилось в четыре раза
и составило почти **300
тысяч в марте 2020 года.**
За первый месяц
пандемии эти мероприятия
собрали **3 203 034
участника.** В предыдущем
году «только» **870 579
человек посетили
вебинары.****

Сколько вебинаров в день?



**ВЕБИНАРЫ ДО
ПАНДЕМИИ**

МАРТ 2019 Г.

**ВЕБИНАРЫ ВО
ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ**

МАРТ 2020 Г.

Как выглядел обычный день в марте 2019 года, когда еще никто не слышал про коронавирус? И как изменилась статистика по вебинарам из-за пандемии? Среднее количество ежедневных мероприятий в марте прошлого года составило 1 918, в то время как в марте этого года – 7 908.

Наиболее активные страны – вебинаров больше чем на 1 000%

Ретроспективный анализ такого роста спроса на вебинары, имевшего место в марте, также позволил нам оценить **географическое распределение мероприятий**, организованных с помощью приложения ClickMeeting.

Другими словами, мы можем ответить на вопрос, как пандемия повлияла на активность в проведении вебинаров в **отдельных странах**.

ГДЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВЕБИНАРОВ УВЕЛИЧИЛОСЬ БОЛЬШЕ ВСЕГО

Страны, в которых
зафиксирован
рекордный рост
количества мероприятий
более 100%

↑ 152%

↑ 1 156%

↑ 519%

↑ 141%

↑ 423%

↑ 310%

↑ 306%

↑ 868%

↑ 797%

↑ 307%

ГДЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВЕБИНАРОВ УВЕЛИЧИЛОСЬ БОЛЬШЕ ВСЕГО

Страны, в которых
зафиксирован
рекордный рост
количества мероприятий
более 100%

↑ 195%

↑ 191%

С целью составления данного отчета мы сделали выборку по странам. Мы выделили только те страны, в которых прирост организованных мероприятий превысил 100% по сравнению с мартом 2019 года.

Это не означает, что в таких странах количество вебинаров не увеличилось. Например, в России такие статистические данные увеличились на 19%, а в США – на 39%. Нашей целью было выявить цифры наиболее ошеломляющего роста, как, например, **в Польше (1 156%)**, **Германии (519%)**, **Греции (868%)** или **Франции (423%)**.



Magdalena Ciszewska
Head of Sales and Marketing ClickMeeting

Огромный рост количества вебинаров, организованных на платформе ClickMeeting в Европейских странах, показал важность аспекта «локальности», когда речь идет о выборе платформы для вебинаров. Следуя определенной стратегии, ClickMeeting обеспечивает поддержку пользователей в Старом свете на их национальных языках, таких как польский, немецкий, английский, русский или испанский. Помимо этого, огромную роль здесь играет аспект информационной безопасности. Мы соблюдаем все соответствующие стандарты европейского законодательства в отношении защиты данных наших пользователей. Благодаря такой политике мы можем обеспечить безопасность контента и данных, передаваемых при помощи приложения ClickMeeting.

**Развитие инфраструктуры
было огромнейшим – на
90% больше**

**Такой трафик,
увеличившийся в
значительной степени, и
количество вебинаров и
онлайн-встреч, выросшее в
несколько раз, требовали
усиления технической
работы в ClickMeeting.**



Bartłomiej Bałdyga

IT Director ClickMeeting

Результатом строгой изоляции стало увеличение статистики в нашей таблице в несколько раз. Каждую неделю количество вебинаров, проводимых на платформе ClickMeeting, увеличивалось примерно на 375% по сравнению с обычной неделей до пандемии. Подобным образом количество участников таких онлайн-мероприятий увеличилось на 560%. Схожий тренд применим и к презентациям, использовавшимся организаторами вебинаров: количество файлов выросло на 619%, а записей вебинаров – на 180%. Чтобы наша система смогла справиться с такой серьезной активностью наших пользователей, нам пришлось предпринять решительные меры – мы расширили инфраструктуру нашего сервера для конференций на 90%. Мы существенным образом увеличили ресурсы других элементов, таких как потоковые серверы или хранилища записей и файлов. И это еще не все. Нам пришлось работать в круглосуточном режиме, чтобы оптимизировать работу самого приложения. Мы можем сказать, что во многих случаях мы сделали все возможное и невозможное.

Поскольку программное обеспечение для вебинаров стало одним из основных рабочих инструментов как для образовательного сектора, так и бизнеса, уровень знаний о платформе такого типа также изменился. Пользователям, которые никогда не пользовались платформами для вебинаров ранее (и что еще хуже – вообще никакими технологиями), нужны были инструкции – и очень быстро. Об этом свидетельствует в несколько раз выросшее количество запросов, адресованное нашей команде по работе с пользователями.

**Средняя
продолжительность
вебинара и среднее
время участия**

Как мы уже подчеркивали в наших последних двух «Отчетах о состоянии вебинаров», большая длительность вебинаров не подлежит обсуждению. Те же результаты применяются и ко времени, которое участники затратили на использование контента вебинара.

Мы проверили, оказало ли влияние увеличение деятельности по организации вебинаров в результате пандемии на этот интересный фактор. Оказалось, что в то время как средняя длительность мероприятия сократилась с **85 до 77 минут, а среднее время, которое участник тратил на просмотр и прослушивание вебинара, **увеличилось с 53 до 56 минут**.**

ВЕБИНАРЫ ДО ПАНДЕМИИ

МАРТ 2019 Г.

СРЕДНЯЯ ДЛИТЕЛЬНОСТЬ
МЕРОПРИЯТИЯ

85 МИНУТ

СРЕДНЕЕ ВРЕМЯ УЧАСТИЯ
В МЕРОПРИЯТИИ

53 МИНУТЫ

ВЕБИНАРЫ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ

МАРТ 2020 Г.

СРЕДНЯЯ ДЛИТЕЛЬНОСТЬ
МЕРОПРИЯТИЯ

77 МИНУТ

СРЕДНЕЕ ВРЕМЯ УЧАСТИЯ
В МЕРОПРИЯТИИ

56 МИНУТЫ

Платные вебинары – раскрытый потенциал

Несмотря на то, что изоляция стала землетрясением для глобальной экономической ситуации, она способствовала развитию предпринимательства и подтолкнула людей к поиску новых креативных бизнес-решений, которые обеспечили бы альтернативные источники дохода.

Одним из таких решений стали **платные вебинары**, которые еще задолго до пандемии подтвердили свою ценность в качестве прямого метода организации коммерческого обучения или онлайн-курсов. Очень простым способом учителя, преподаватели или частные школы могли зарабатывать на своем предложении образовательных услуг независимо от географического положения своих клиентов – студентов или обучающихся.

Новая реальность укрепила этот тип вебинаров в качестве инструмента для монетизации знаний и навыков.

В марте 2020 года количество платных вебинаров, организованных на платформе ClickMeeting, увеличилось на 547% по сравнению с мартом 2019 года.

ПЛАТНЫЕ ВЕБИНАРЫ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ

КОЛИЧЕСТВО
ПЛАТНЫХ ВЕБИНАРОВ:

547%



САМЫЙ БОЛЬШОЙ ДОХОД
ОТ ПЛАТНОГО ВЕБИНАРА:

18 914

ДОЛЛАРОВ
США

Опрос: как использование вебинаров изменилось во время пандемии

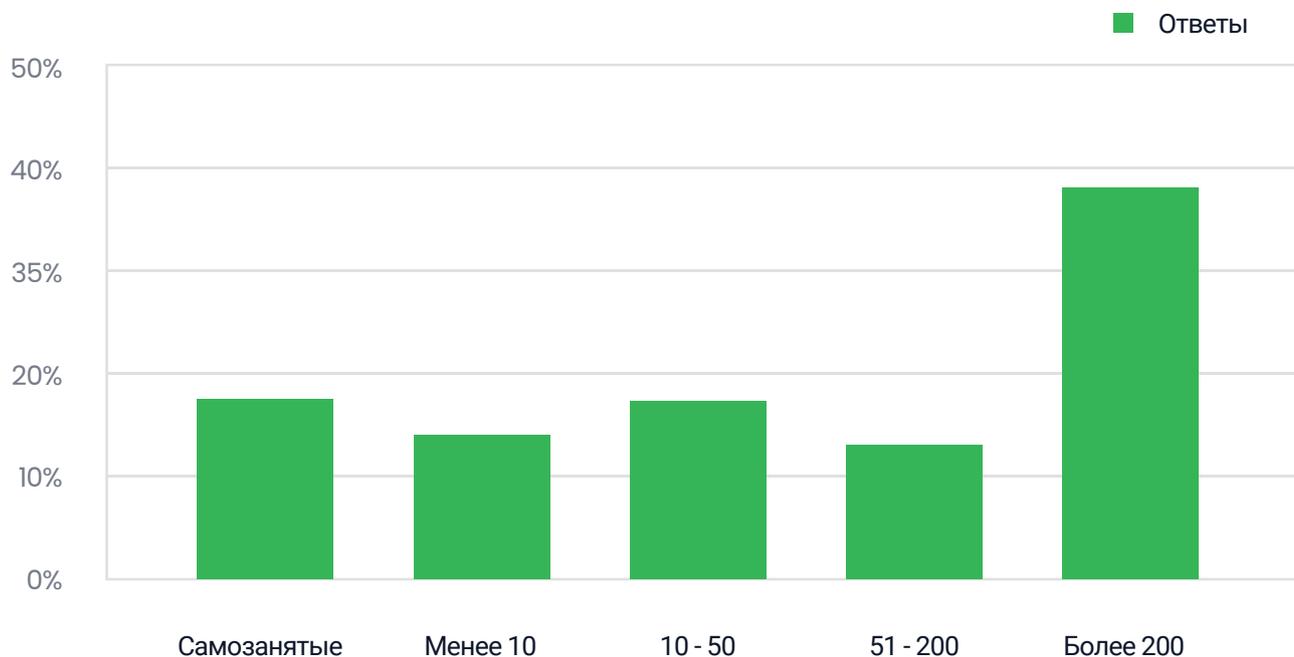
Чтобы лучше понимать метаморфозы, которые произошли с бизнесом по организации вебинаров из-за пандемии COVID-19, мы провели опрос, в ходе которого мы проанализировали отрасли промышленности, бизнес-цели и планы по использованию этой технологии в будущем.

Кто пользуется вебинарами – от фрилансеров до корпораций

Давайте
внимательно
рассмотрим
результаты
этого опроса.

Первый вопрос касался размера компании или учреждения, где организаторы вебинаров работают каждый день.

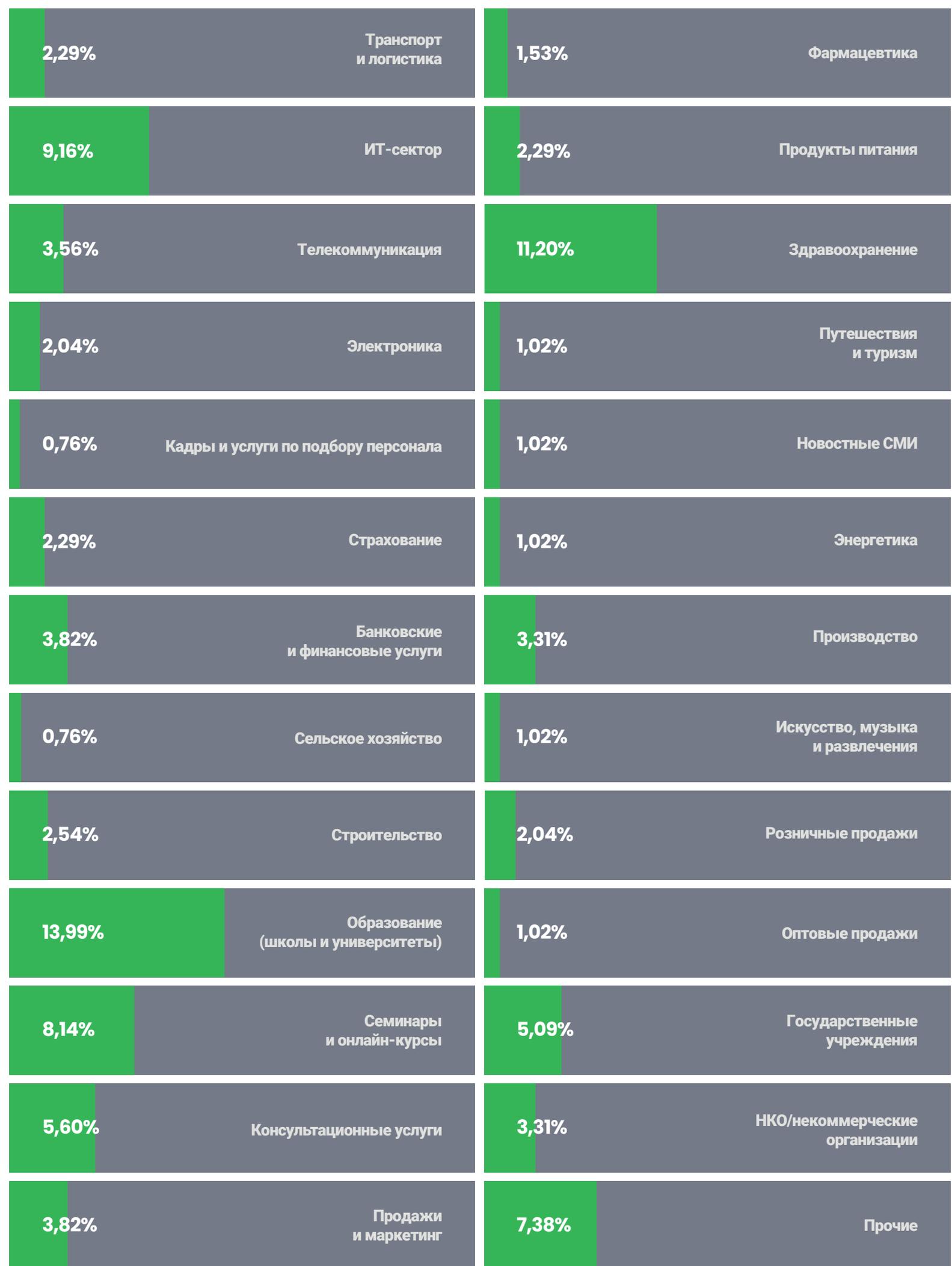
Каков размер Вашей компании?



Как видите, большинство (**38%**) подтверждает, что работает в **крупных организациях**, где более 200 сотрудников. Две другие группы – **самозанятые организаторы вебинаров** и **маленькие компании** (по 10–50 сотрудников) – имеют практически равные доли (18% и 17%). Компании **с персоналом менее 10 сотрудников и средний бизнес** (от 51 до 200 сотрудников) также имеют почти равные доли (14% и 13%).

Структура отраслей промышленности – лидируют образование и обучение, сектор ИТ и здравоохранение

Одной из основных целей нашего опроса было выяснение, какие отрасли промышленности больше всего используют вебинары в качестве инструменты онлайн-коммуникаций.



0%

■ Ответы

30% 0%

■ Ответы

30%

Образование стало одним из секторов, на который пандемия оказала воздействие в самом начале, когда школы и университеты были закрыты. Не удивительно, что именно образование лидирует в нашем исследовании с результатом **14%**. Если мы отложим тесно связанную с предыдущей категорию **обучающих семинаров и онлайн-курсов** (8% ответов), мы увидим, что **22%** респондентов работают в сфере **образования в целом**.

Второе место заняло **здравоохранение**, так как **11%** респондентов заявили о своей принадлежности к этому сектору. Этот результат можно объяснить онлайн-коммуникациями в больницах и ростом телемедицинских консультаций в качестве альтернативы для традиционных визитов к врачу.



Tomasz Bołcun
Brand Manager ClickMeeting

За последние годы учреждения здравоохранения пользовались ClickMeeting для обучения персонала и внутренней коммуникации – консультирование в отношении медицинского лечения, новые медицинские препараты, виды стоматологического протезирования и т.д. Также фармацевтические компании использовали вебинары для предоставления информации врачам о новых медицинских препаратах и оборудовании.

Следует отметить, что **ИТ-сектор** следует за здравоохранением (**9%**), что является естественным результатом с учетом последнего десятилетия как золотой эры для услуг **SaaS-сервисов, стартапов, технологий маркетинга, фирм по разработке ПО** и других компаний по разработке настольных и мобильных приложений. По определению такие фирмы, всегда, вероятнее всего, сотрудничают в удаленном режиме и отдают работу на аутсорс фрилансерам и агентствам. Сюда идеально вписываются онлайн-встречи и вебинары.

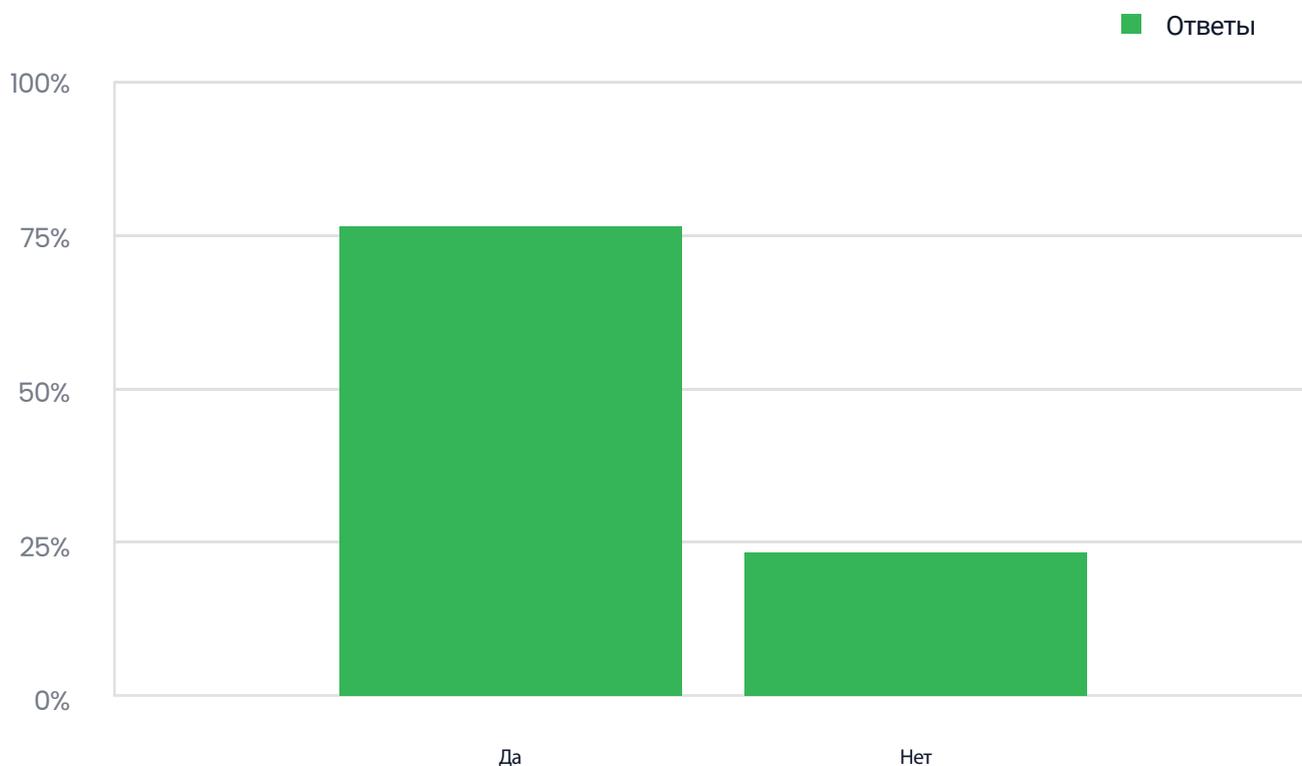
Представители других секторов также подтверждают введение вебинаров в свою профессиональную деятельность, но их доля в процентном выражении меньше. Тем не менее, стоит отметить, что среди них:

- Консультационные услуги – 6%;
- Государственные учреждения – 5%;
- Продажи и маркетинг – 4%;
- Банковские и финансовые услуги – 4%;
- Телекоммуникация – 4%;
- Производство, строительство, НКО – по 3% каждый сектор.

Опыт в использовании платформ по проведению вебинаров

Следующий вопрос был призван помочь определить, имеем ли мы дело с новичками или людьми, имеющими опыт с технологией проведения вебинаров.

Пользовались ли Вы платформами для вебинаров до пандемии COVID-19?



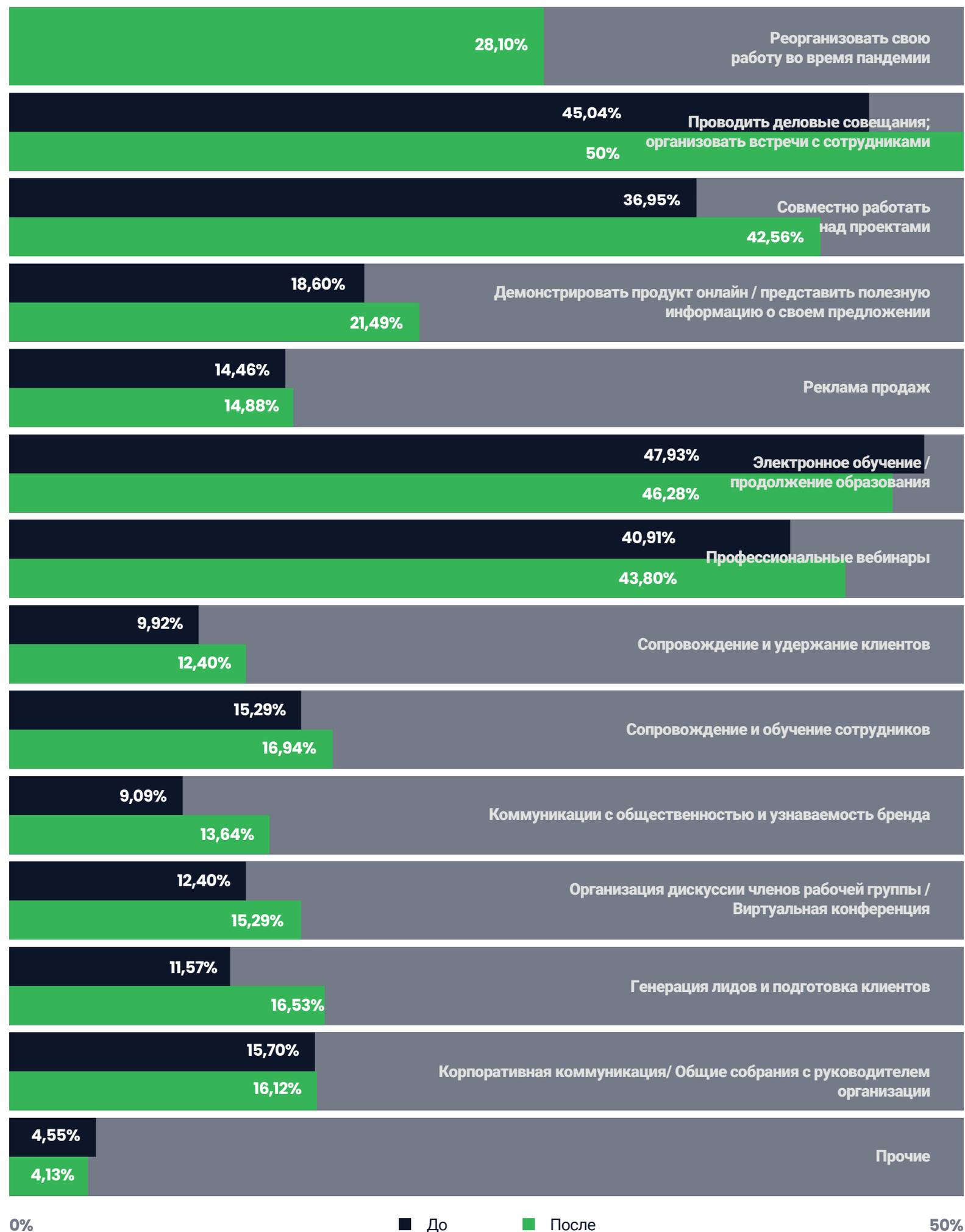
Вне всякого сомнения, пользователи, имеющие опыт в организации онлайн-мероприятий оставили новичков далеко позади: **77%** пользователей, принявших участие в вопросе, подтвердили, что они пользовались такими платформами до вспышки коронавируса.

Бизнес-цели до пандемии и во время нее

Какие бизнес-цели стояли за организацией вебинаров до марта 2020 года? И как они изменились после объявления карантина?

Давайте подробно рассмотрим эти основные бизнес-цели и посмотрим, какую трансформацию им пришлось пройти во время новой реальности.

Каковы были Ваши бизнес-цели использования платформы для вебинаров до пандемии?



0%

■ До

■ После

50%

Деловые встречи и совместная работа над проектами – увеличение почти до 7%

Без сомнения, работа в удаленных командах, корпоративная коммуникация между подразделениями, расположенными в разных городах, регионах, странах или континентах и деловые встречи в режиме онлайн не стали чем-то новым.

Продавцы встречаются со своими покупателями, стартаперы со своими ангелами-инвесторами, а представители штаб-квартиры банковской сети со своими франчайзи. Разработчики ПО, дизайнеры пользовательского интерфейса, копирайтеры и графические дизайнеры, которые находятся на расстоянии сотен миль друг от друга – все они совместно работают над различными проектами в сфере ИТ.

Наш опрос только подтвердил, что пандемия укрепила следующие аспекты онлайн-коммуникаций:

- **Проведение деловых встреч** и организация онлайн-конференций с сотрудниками резко повысилось с **45%** до **50%**;
- **Совместная работа над проектами** – ответы подтверждают, что бизнес-цели улучшились с **36%** до **43%**.

Рост количества демонстраций продукта и генерации лидов

Как показали наши предыдущие «Отчеты о состоянии вебинаров», вебинары являются проверенным инструментом продаж, главным

образом, потому, что они перенаправляют участников вебинара на продающую страницу с формой заказа.

Одним из основных видов вебинара является **демонстрация продуктов**. В данном случае пандемия также стимулировала развитие этой бизнес-цели:

- В то время как почти **19%** респондентов подтвердили, что они использовали **демонстрацию продуктов** до вспышки коронавируса, **21%** респондентов указали в ответе, что они это делают сейчас.
- Показатель привлечения клиентов, что означает продажу товаров и услуг посредством вебинаров с **рекламой товаров**, улучшился на 1%, с **14%** до **15%**.
- Самый большой прирост по популярности наблюдается в **генерации лидов и подготовки клиентов** – с **12%** до **17%**.

Доминирование образования и обучения

Года за годом доля обучения с помощью электронных средств неуклонно растет, что и отражают результаты нашего опроса. Впечатляющее количество – **48%** респондентов – признают, что их целью проведения вебинаров до вспышки коронавируса было **обучение с помощью электронных средств**. Теперь мы наблюдаем небольшое снижение: **46%** опрошенных утверждают, что в настоящее время это их бизнес-цель.

Проведение **профессиональных семинаров**, с другой стороны, по-прежнему не изменилось – **41%** до вспышки коронавируса и **44%** после самоизоляции.

Обучающие занятия также пришлись кстати как эффективное средство **коммуникации с клиентами** на каждом этапе цикла взаимодействия с клиентом. Для этой цели подходят вебинары с встроенной функцией **общего доступа к экрану**. Оказалось, что **10%** респондентов заявили, что они использовали до карантина вебинары с целью **сопровождения и удержания новых клиентов**, а в период самоизоляции **12%** указали эту опцию.

Сопровождение и обучение сотрудников – вот еще одна опция, которая расцвела в период пандемии (ответы в опросе указывают рост **с 15% до 17%**). Тем не менее, важно отметить, что еще задолго до коронавируса было известно, что обучающие занятия для персонала в режиме онлайн являются проверенной альтернативой для дорогостоящих и времязатратных учебных занятий, проводимых в традиционном формате физической встречи.

Здесь мы можем привести пример банка **Nest Bank**. Еще в 2018 году его управляющие приняли решение о проведении обучения своих сотрудников и фрэнчайзи с помощью платформы для вебинаров, что помогало им сэкономить **две недели работы** на одном мероприятии.

Виртуальные конференции и дискуссии членов рабочих групп – единственная альтернатива при отмене физических встреч

С начала февраля, когда коронавирус стал интенсивно распространяться, организаторы крупнейших технических конференций (Всемирный мобильный конгресс в Барселоне, мероприятия, организованные Facebook

или Google) приняли решение отменить свои мероприятия, в то время как другие организаторы (такие как Microsoft, Adobe или Salesforce) либо отложили их на потом, либо **полностью перенесли их в цифровую реальность**.

Когда в результате пандемии закрылись предприятия сектора услуг, магазины, рестораны или учреждения культуры и были введены запреты на массовые мероприятия, у организаторов всех конференций и дискуссионных форумов было две возможности: отменить мероприятие или сделать его полностью виртуальным.

Согласно результатам нашего опроса в период до марта 2020 года проведение **виртуальной конференции** выбирали **11%** респондентов, а во время пандемии таким образом решили поступить уже **15%** респондентов.

Международная конференция по **суперкомпьютерным технологиям** прошла полностью в формате онлайн на платформе ClickMeeting, и это доказывает тот факт, что организация виртуальной конференции не является проблемой.



Организатор этого мероприятия,
доктор философии Marek Michalewicz,
рассказал нам в своем эксклюзивном интервью:

В случае обычного мероприятия в виде традиционного формата мы ожидали бы не более 300 участников, большей частью из Польши. В случае онлайн-мероприятия количество участников увеличилось в три раза, и его посетили участники со всего мира.

Охват этого мероприятия был гораздо большим, чем у предыдущих пяти конференций. Спонсоры также сочли его целесообразным, поскольку охват был гораздо большим, чем у конференции местного масштаба.

Коммуникации с общественностью, узнаваемость бренда – 5% роста

Маркетологи и специалисты по связям с общественностью уже много лет предпочитают этот вид коммуникации. Вебинары, по определению, позволяют им создавать контент большего объема, чем в случае коротких по длительности видео материалов.

Они также обеспечивают взаимодействие в режиме реального времени с участниками с помощью таких материалов как чат, сессий вопросов и ответов или опросов.

Появление новой реальности просто ускорило рост спроса на вебинары как решение для коммуникаций с общественностью и обмена бесценными знаниями в отношении создания узнаваемости бренда.

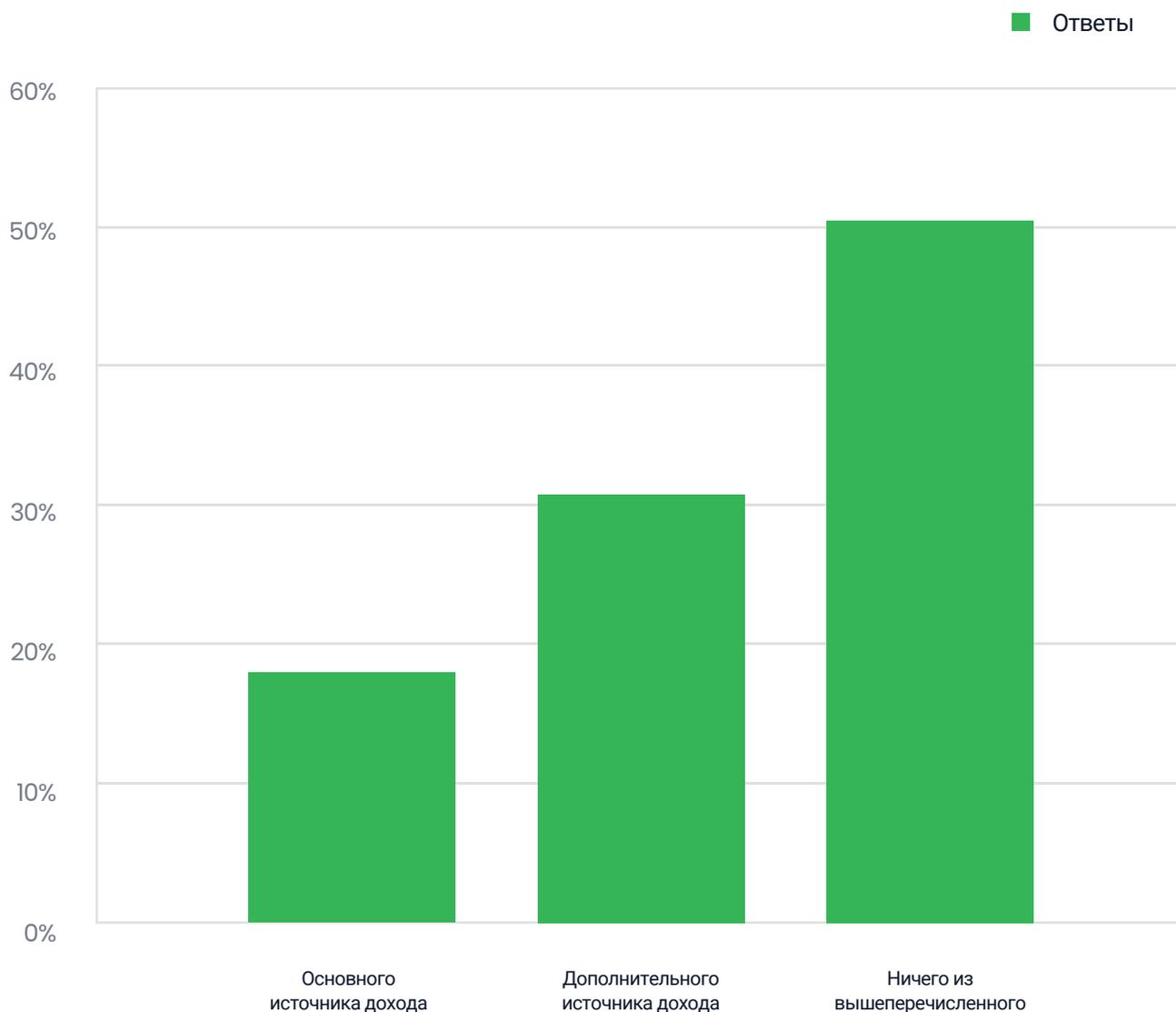
9% респондентов указали этот аспект в качестве бизнес-целей до начала пандемии, в то время как в отношении текущих бизнес-целей этот показатель уже **вырос до 14%**.

Вебинары как источник дохода? Да, почти для 49% респондентов!

Ранее мы уже писали о функции **платных вебинаров** как инструменте для продаж практических семинаров и онлайн-курсов. Согласно **«Отчетам о состоянии вебинаров»** за прошлые годы, организаторы наиболее успешных вебинаров заработали **43 000 долларов США в 2018 году** и **20 930 долларов США в 2019 году** на разовых мероприятиях.

Мы решили проверить, могут ли платные вебинары в условиях глобального экономического кризиса, вызванного пандемией COVID-19, стать обеспечения надежного финансового дохода.

Вы используете вебинары в качестве:



Несмотря на то, что почти 51% респондентов не указали вебинары в качестве своего основного или дополнительного источника дохода, наш опрос включал такие бизнес-цели как **совместная работа над проектами, проведение деловых встреч, коммуникации с общественностью, демонстрации продукта, реклама товаров, корпоративная коммуникация и внутреннее обучение**. Трудно предположить, что доступ к таким видам вебинаров будет платным.

Давайте проанализируем этот результат с другой точки зрения – **18% организаторов вебинаров** заявили, что платные вебинары являются их **основным источником дохода!** Чтобы быть более точными, 18% респондентов подтвердили, что **можно жить на средства от проведения вебинаров**.

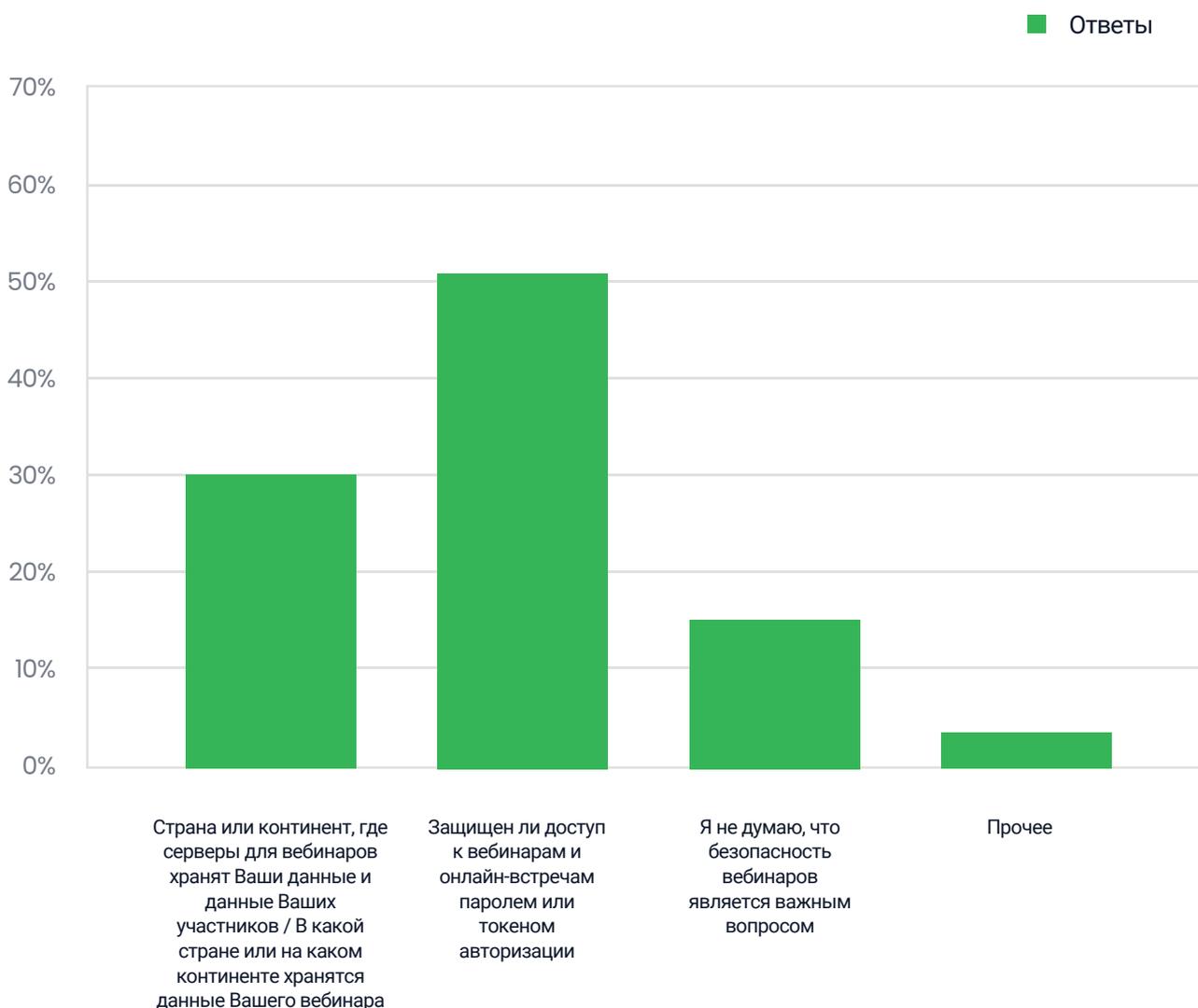
Пойдем дальше. Почти **31% респондентов** заявили, что такой вид онлайн-мероприятий является для них **дополнительным источником дохода**. В совокупности это дает **49% организаторов вебинаров**, для которых это решение пополняет бюджет.

Безопасность важна для большинства организаторов

В результате неожиданной необходимости переноса всей коммуникации в связи с ведением бизнеса и образованием в виртуальный мир обнаружили слабые места некоторых технологических решений и патологического поведения некоторых Интернет-пользователей. Такие инциденты, именуемые **«зумбомбингом»**, представляют собой взлом хакерами видеозвонков и онлайн-конференций, а также вклинивание в процесс их осуществления рассылками контента неприличного содержания.

Аспект безопасности онлайн-встреч, видео-конференций и вебинаров стал одной из наиболее важных и необходимых потребностей. Это подтверждают ответы на следующий вопрос нашего опроса:

Какие из аспектов безопасности вебинаров, перечисленные ниже, Вы считаете важными при выборе платформы для вебинаров?



51% респондентов голосуют за **обеспечение безопасности вебинаров** и онлайн-встреч при помощи **пароля или уникального токена**.

Еще одним аспектом безопасности является расположение серверов, на которых хранятся данные организаторов и участников. Этот аспект оказался существенным для **20%** респондентов.

С другой стороны, 15% организаторов вебинаров заявили, что меры безопасности не являются существенными.



Maja Korpusik

Head of Customer Experience ClickMeeting

В последнее время мы заметили значительный рост количества клиентов, которые ставят безопасность на первое место при выборе платформы для вебинаров. Мы всегда рекомендовали нашим клиентам обеспечение безопасности мероприятий при помощи паролей и токенов в качестве приоритета.

Мы также подчеркиваем, что мы предлагаем несколько оптимизаций и защит, но именно от наших клиентов зависит, какие решения подходят им больше всего и сочетают безопасность и простоту в использовании.

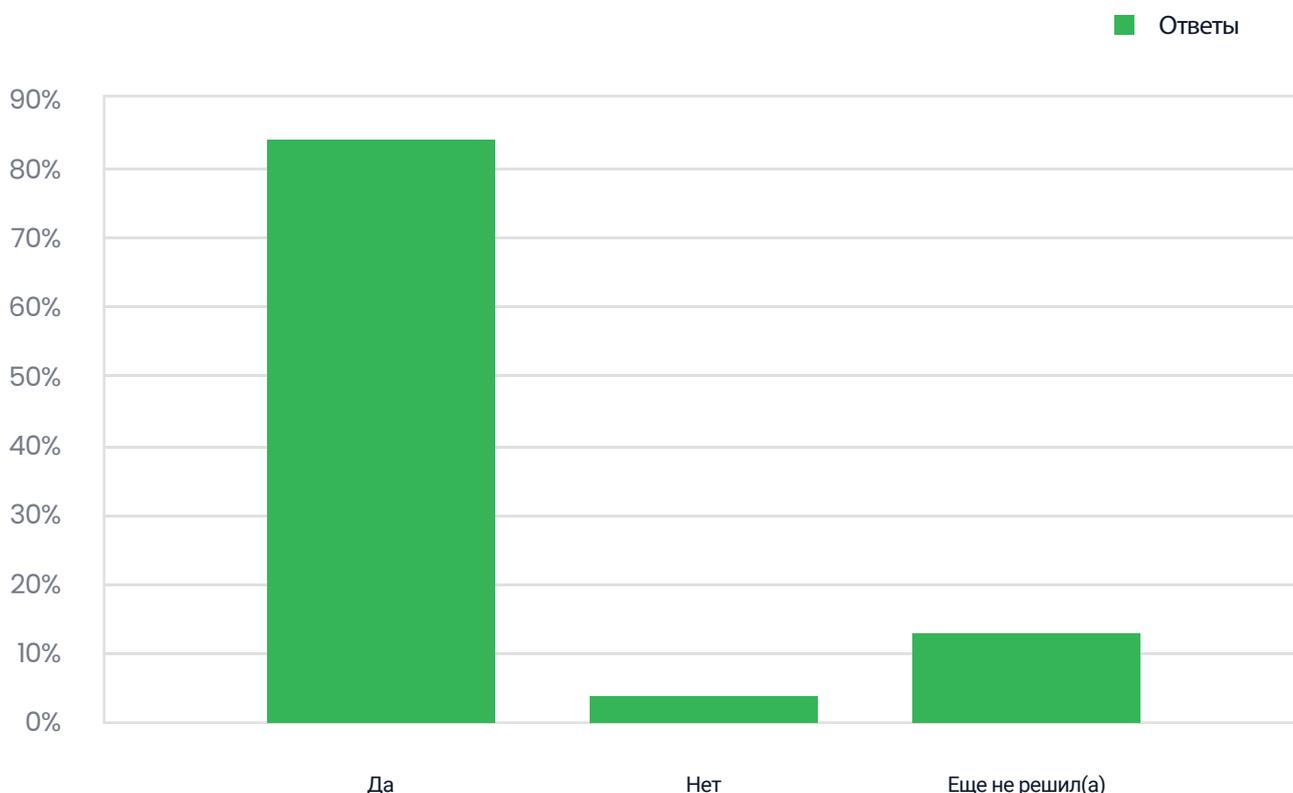
Ответы в отношении размещения серверов не удивили меня. Обратите внимание, что нам не следует фокусироваться на самом географическом расположении. Это скорее не вопрос «Где?», а вопрос «Как?». ClickMeeting комплексно подходит к этому вопросу. Все наши провайдеры подписали соглашения об очень строгой и точной обработке данных и обеспечили нам высокий уровень защиты данных.

Организация вебинаров после пандемии – да или нет?

Вне всякого сомнения, все данные и результаты опроса, представленные в настоящем отчете, указывают, что начало пандемии COVID-19 послужило катализатором для роста спроса на вебинары.

Продолжится ли этот тренд после окончания пандемии или ее воздействие на этом закончится? Мы спросили об этом в нашем опросе:

Будете ли Вы продолжать использовать платформу для вебинаров после пандемии?



Подавляющее большинство (**83%**) респондентов заявило, что они будут по-прежнему пользоваться платформами для вебинаров, несмотря на окончание карантина и отмену правил социального дистанцирования.

Из этих ответов мы можем сделать вывод, что, хотя пандемия выступила генератором волны спроса на программное обеспечение для вебинаров, их комплексное использование и эффективность (независимо от коронавируса и его последствий) способствовало сильным намерениям в отношении дальнейшего использования – как при наличии пандемии, так и без нее.

Какие инструменты для вебинаров стали популярнее

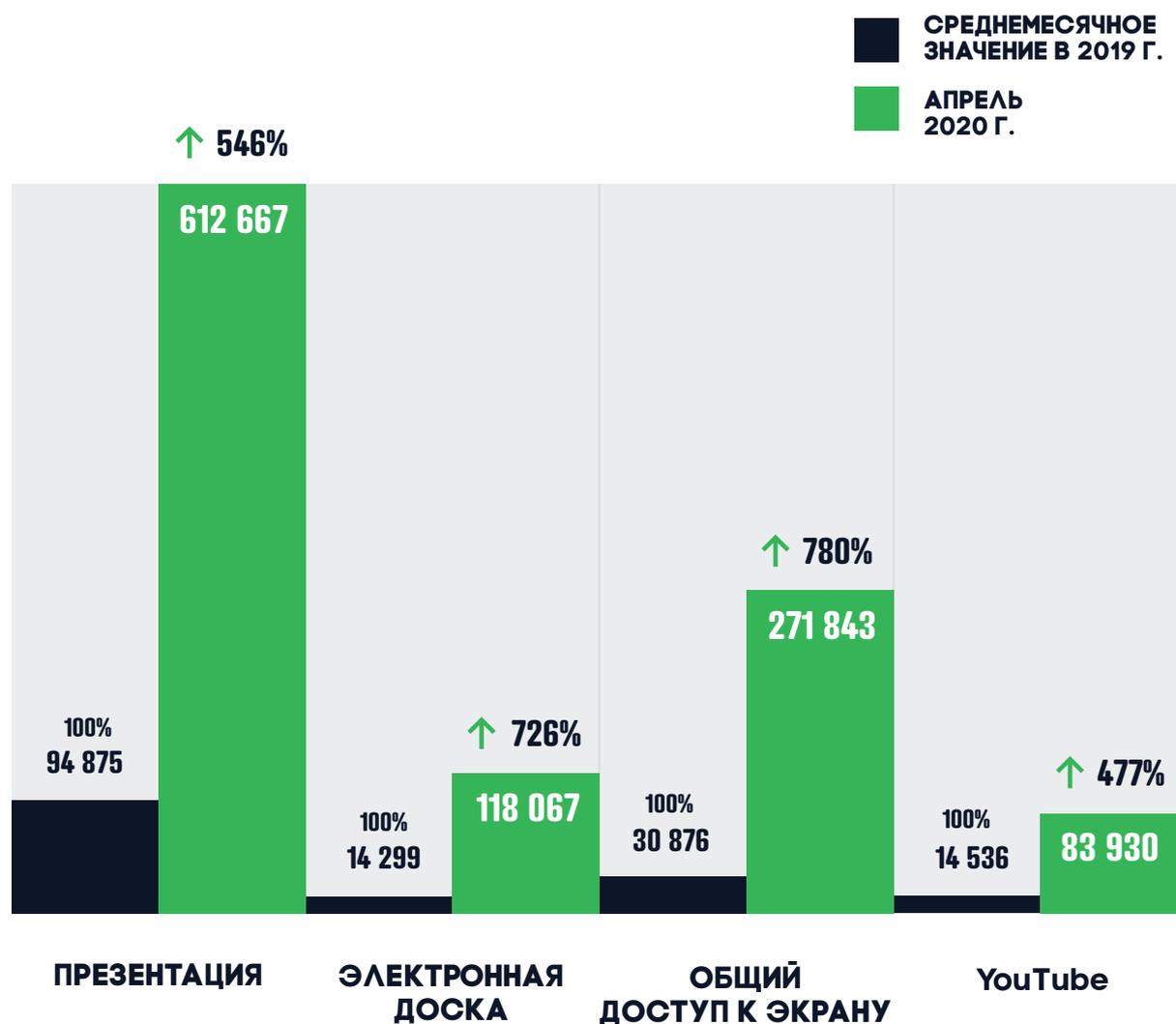
Одним из аспектов, который мы проанализировали с целью составления нашего ежегодного «Отчета о состоянии вебинаров», опубликованного в феврале 2020 года, стало количество используемых конкретных **инструментов** приложения ClickMeeting в процессе организации и проведения виртуальных конференций.

Поскольку у нас уже были данные за период до вспышки вируса, мы могли наблюдать **углубление предыдущих трендов** или **появление новых предпочтений** – более интенсивное использование функций, которые ранее только начали «появляться на горизонте».

Функции презентации – рост до 545%

Вся суть проведения вебинаров и бизнес-встреч в режиме онлайн заключается в максимально полной передаче контента – в виде данных, знаний и навыков. Переговорная на платформе ClickMeeting предлагает множество функций, которые идеально подходят любой бизнес-цели проведения вебинаров – как в сфере образования, так и маркетинга или продаж.

ИНТЕНСИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФУНКЦИЙ ClickMeeting ДО И ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ



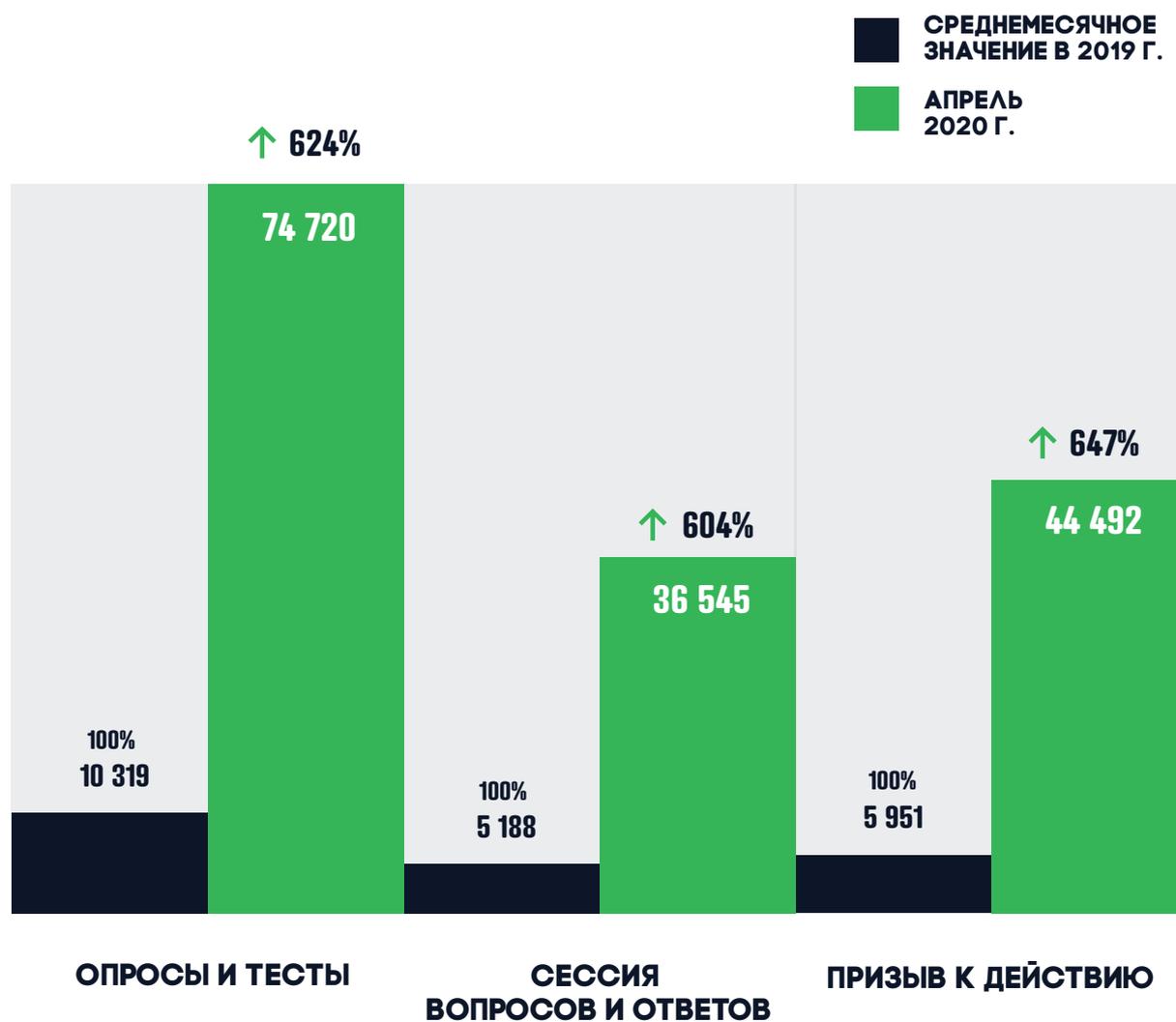
- Позиция функции **презентация** является очень надежной. Это наиболее традиционный и проверенный метод обмена знаниями с аудиторией вебинара. Использование классического слайд-шоу **выросло на 545%**.
- **Электронная доска**, оснащенная инструментами для рисования и письма, становится естественным выбором учителей, работающих в режиме онлайн.
- Еще задолго до встречи мира с коронавирусом **общий доступ к экрану** был одним из основных инструментов для эффективного проведения видеоконференций. Вспышка коронавируса только упрочила популярность этой функции. Организаторы вебинаров в максимальной степени используют ее, чтобы ознакомить свою аудиторию с документами, приложениями, новыми ИТ-системами и прочими материалами.
- Растущая популярность функции **YouTube** удовлетворяет потребности в описании отчетов по маркетингу и статей, объявления каждого нового года, годового видеоотчета. Данный инструмент, который позволяет демонстрировать видеоклип непосредственно в переговорной, помогает организаторам вебинаров развлечь свою аудиторию в процессе представления длинного слайд-шоу.

Интерактивные функции – рост более 600%

Интерактивные возможности являются серьезным преимуществом вебинаров в сравнении с другими видами представления контента в режиме онлайн. Во-первых, вебинары позволяют избежать односторонней коммуникации (отправитель -> получатель), а также получать обратную связь в реальном времени, что не только делает мероприятие более привлекательным, но и помогает лучше узнать аудиторию.

Какие инструменты для вебинаров позволяют такое живое взаимодействие? Как их использование изменилось под влиянием пандемии?

ИНТЕНСИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФУНКЦИЙ ClickMeeting ДО И ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ



- **Тесты и опросы** являются обязательным инструментом для учителей и преподавателей, работающих в режиме онлайн, когда речь идет об оценке полученных знаний их студентов и обучающихся во время мероприятия. Но это еще не все – такие функции становятся незаменимыми при сборе бесценных отзывов и предпочтений будущих или настоящих клиентов, что делает этот инструмент идеальным для маркетологов и специалистов по продажам.
- **Сеанс ответов и вопросов** вместе с **чатом** является еще одним инструментом, который обеспечивает двустороннюю коммуникацию между организатором мероприятия и его аудиторией и позволяет отвечать на вопросы, объяснять сложные процессы или узнать мнение участников о мероприятии.
- Увеличение использования функции **призыва к действию** соответствует увеличению использования вебинаров согласно стратегии онлайн-продаж. Отображение **кнопки призыва к действию (СТА)** в нужное время во время мероприятия помогает стимулированию ожидаемого действия – перехода участника на **продающую страницу** с формой заказа, регистрации учетной записи или подписки на онлайн-курс.

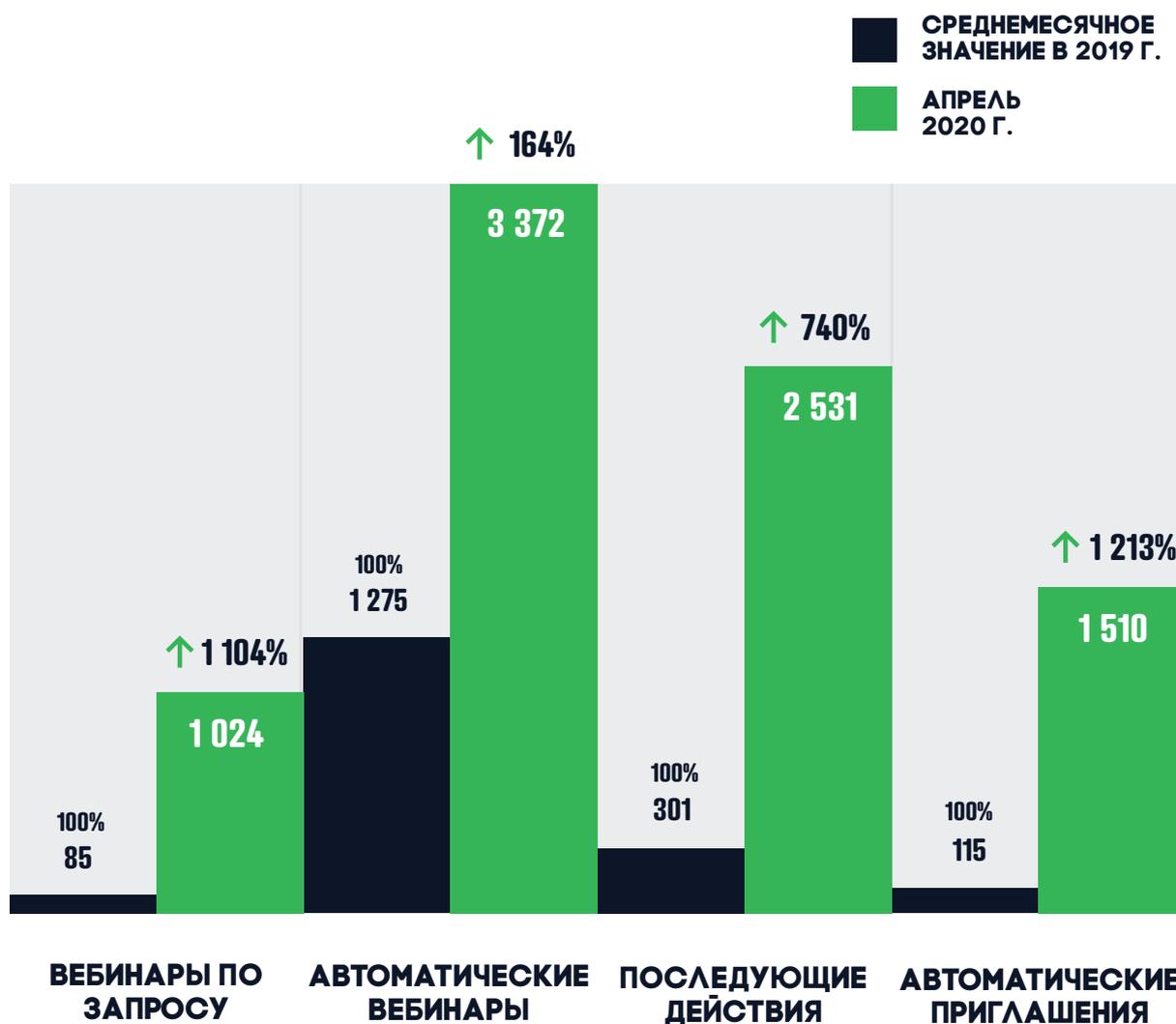
Функции автоматизации – более 1 310% роста

Да, автоматизация видов деятельности и процессов при организации вебинаров и онлайн-встреч была ожидаемым и естественным развитием данной технологии.

После внедрения нескольких инструментов автоматизации в приложении ClickMeeting в 2019 году мы смогли измерить уровень их использования в первый раз после предоставления нашего **«Отчета о состоянии вебинаров»** в начале 2020 года.

Используя эти исходные данные, мы можем теперь сделать выводы о том, какие из этих инструментов успешно используются в настоящий период удаленной работы и преподавания и обучения в режиме онлайн.

ИНТЕНСИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФУНКЦИЙ ClickMeeting ДО И ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ



Среди дюжины новых функций мы выбрали те, рост в использовании которых превысил 100%. Наш анализ продемонстрировал, что для некоторых из них рост составил **более 1 000%**.

- **Вебинары по запросу** входят в число функций, используемых, когда идет речь о виртуальных конференциях. Скачок в **1 100%** роста по сравнению с периодом до пандемии указывает на связь этого инструмента и необходимости в проведении **занятий онлайн**. Вебинары по запросу, в отличие от вебинаров вживую, проходят не в режиме реального времени, а во время, удобное для участников.
- **Автоматические вебинары** – несмотря на то, что они не могут похвастаться таким огромным приростом, как вебинары по запросу, поскольку их прирост составил «всего лишь» **164%**, необходимо учитывать, что их использование до пандемии было на **1 400% больше**, чем использование вебинаров по запросу. Автоматические вебинары являются моделируемыми интерактивными событиями, которые проходят в определенное время. Ввиду такого значительного различия в проведении они не требуют присутствия организатора. Лицо, занимающееся организацией такого мероприятия, записывает его заранее, добавляет элементы, такие как **опрос** или **кнопку призыва к действию**, и настраивает его автоматическую трансляцию.

В обоих случаях организатор вебинара может несколько раз повторять единожды записанный материал и, благодаря автоматизации вебинаров, сэкономить свое драгоценное время, чтобы инвестировать его в бизнес или образование.

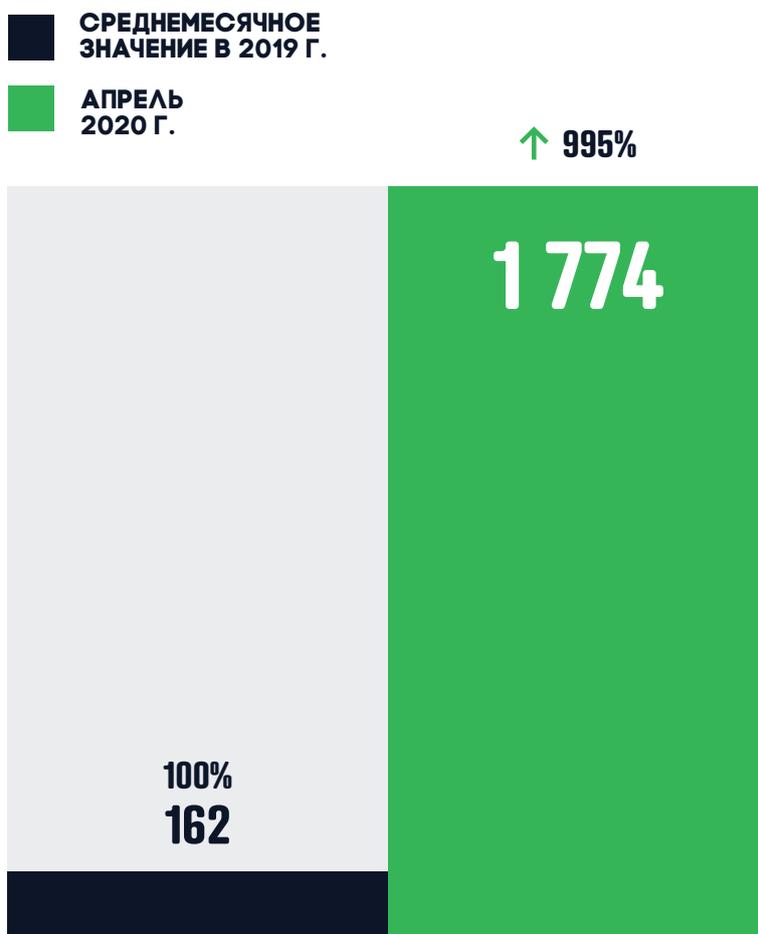
- **Автоматические последующие действия** – эта функция улучшила свои результаты в новой реальности на целых **840%**. Ее расцвет связан с тем фактом, что она обеспечивает автоматическую коммуникацию между организаторами вебинаров и людьми, зарегистрировавшимися на мероприятие, но не посетившими его. Дальнейший непосредственный контакт с такими зарегистрировавшимися участниками очень важен. Сразу после завершения мероприятия платформа осуществляет автоматическую рассылку последующих сообщений с предоставлением записи вебинара и любых иных ресурсов, таких как презентация или иные файлы – электронные таблицы, файлы в формате PDF или видеоклипы.
- **Автоматические приглашения на предстоящие мероприятия** являются неоспоримым лидером, когда речь идет о функциях автоматизации, являющихся «восходящими звездами», потому что мы говорим о феноменальном росте в **1 310%** по сравнению с 2019 годом.

Сертификаты – подтверждение завершения курса или обучения

Эта функция, появившаяся в наборе инструментов платформы ClickMeeting в середине 2019 года, была создана для учителей, школ и преподавателей. Подтверждение о завершении онлайн-курса или обучения в виде **сертификата** предназначено для его участников в качестве явного доказательства повышения профессиональной компетенции или обучения новым навыкам.

Вот каким образом новая реальность, в которой дистанционное образование заменило традиционное, повлияла на охват использования функции выдачи **сертификата**:

ИНТЕНСИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФУНКЦИЙ ClickMeeting ДО И ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ



СЕРТИФИКАТЫ

Выводы

Нет сомнения в том, что пандемия COVID-19 перевернула мир и заставила нас пересмотреть повседневную жизнь в отношении каждого аспекта – профессионального, экономического, социального и образовательного.

Как мы указали в своем отчете, март 2020 года, который войдет в историю как начало глобальных запретов и ограничений, вызвал беспрецедентный спрос на программное обеспечение для вебинаров и видео-конференций.

Основные цели свелись к удаленной работе и проведению виртуальных занятий и лекций. Потребность в переносе всей профессиональной и образовательной деятельности в киберпространство стала той искрой, которая привела к взрыву запросов на вебинар в качестве инструмента.

Тот факт, что вебинары стали инструментом первой необходимости для ведения бизнеса и организации образования, также подтверждается не имеющим себе равных ростом статистических данных на платформе ClickMeeting.

Каждую неделю мы фиксировали на **375% больше мероприятий**, чем до пандемии COVID-19. Такие мероприятия собирали **аудиторию на 560% больше**.

Только в марте 2020 года количество вебинаров, организованных на ClickMeeting, достигло почти **четверти миллиона**. За первый месяц пандемии **3 203 034** участников приняли участие в таких мероприятиях. В качестве сравнения годом ранее (в марте 2019 года) вебинары привлекли **870 579** участников.

Географическая карта деятельности по организации вебинаров также трансформировалась. В то время как в странах, уже знакомых с данной технологией, развитие осуществлялось умеренно (**США – рост в 39%** в количестве мероприятий, **19% в России**), в Европейских странах (например, **Польша + 1 156%**, **Германия + 519%**, **Греция + 868%**, **Франция + 423%**) такие изменения были более впечатляющими.

Такой интенсивный трафик в организации вебинаров также привел к **радикальному росту использования инструментов**, доступных на платформе ClickMeeting. Как мы указали в своем отчете, использование таких функций как **презентация**, виртуальная **доска**, **общий доступ к экрану**, **опросы и тесты**, **сессии вопросов и ответов**, **сертификаты** или инструментов автоматизации (таких как **вебинары по запросу** или **автоматические вебинары**) **выросло на 1 310%**.

Основной главой нашего отчета является **анализ результатов опроса**, который проходил в мае 2020 года. Это исследование помогло нам отследить изменения в бизнесе по организации вебинаров.

Ниже представлены наиболее важные выводы:

- Вебинары, организованные учреждениями всех видов и размеров: от самозанятых (**18%**) и микробизнеса (**14%**), малых (**17%**) и средних компаний (**13%**), до крупных организаций (**38%**) с персоналом более **200 сотрудников**.
- Если речь идет о секторах промышленности, в которых работают организаторы вебинаров, **образование** является ведущей категорией (**14%**), затем идет категория, тесно связанная с предыдущей – **обучающие вебинары и онлайн-курсы** (**8%** ответов), что дает нам **22%** респондентов, работающих в сфере **образования в целом**. Другими секторами, которые стоит отметить, являются **здравоохранение** (**11%**) и **ИТ-сектор** (**9%**).
- Еще один результат нашего опроса касается опыта в использовании программного обеспечения для вебинаров до пандемии COVID-19. Выяснилось, что **77% респондентов** подтвердили, что они использовали

платформу для вебинаров до пандемии, в то время как **23% были абсолютными новичками**.

- Новая реальность также изменила и бизнес-цели для использования вебинаров. При этом **проведение деловых встреч** и организация онлайн-конференций с сотрудниками резко повысилось с **45% до 50%**; **совместная работа над проектами** выросло с **36% до 43%**; **генерация лидов и подготовка клиентов** повысилась с **12% до 17%**; организация **виртуальных конференций** – пошла вверх **11% до 15%**, а **коммуникации с общественностью** – с **9% до 14%**.
- Образовательная цель использования вебинаров по-прежнему самая высокая, несмотря на небольшое снижение с **48% до 46%** в ответах респондентов. Проведение **профессиональных семинаров**, с другой стороны, по-прежнему не изменилось – **41%** до вспышки коронавируса и **44%** после введения самоизоляции. То же самое касается и сферы **сопровождения и обучения сотрудников**, где рост составляет с **15% до 17%**.
- Вебинары являются надежной базой для получения дохода – **18% организаторов вебинаров** заявили, что платные вебинары являются их **основным источником дохода**, а **31% респондентов признали**, что этот вид онлайн-мероприятий является их **дополнительным источником дохода**. В совокупности это дает **49% организаторов вебинаров**, которые непосредственно зарабатывают на ведении вебинаров.
- Аспект безопасности является наиважнейшим – **51% респондентов подтвердили**, что **обеспечение безопасности вебинаров** и онлайн-встреч при помощи **пароля или уникального токена** является важным. Расположение серверов, где хранятся данные организаторов и участников вебинаров, является важным еще для **20%** респондентов.

Вишенкой на торте и идеальным выводом для нашего отчета являются ответы на наш последний вопрос, который был призван определить, сохранятся ли рекордно высокое использование вебинаров и после пандемии.

83% респондентов подтвердили, что они продолжат использование платформы для вебинаров после завершения пандемии и отмены правил социального дистанцирования. **17% респондентов воздержались** от четкого ответа и **только 3%** указали, что они больше не будут заниматься такими мероприятиями.

Методология

Статистика с платформы ClickMeeting

Для подготовки данного отчета мы проанализировали результаты статистических данных, сгенерированных на основании внутренних баз данных платформы для вебинаров ClickMeeting:

■

Эти данные касаются:

- количества вебинаров и онлайн-встреч, организованных на платформе ClickMeeting;
- количества участников, присутствовавших на таких виртуальных конференциях;
- средней длительности мероприятия и среднего времени посещения таких мероприятий;
- стран, в которых такие мероприятия были организованы.

Для получения общей перспективы и демонстрации шкалы роста в использовании виртуальных конференции, мы провели сравнительный анализ.

С учетом пандемии, ставшей триггером для перехода всего мира на дистанционную работу и образование, начавшегося в **марте 2020 года**, мы решили собрать статистику за этот месяц и сравнить с данными за март 2019 года.

Результаты данного сравнения не только великолепно отражают взрыв спроса на данную технологию, но и дают солидное обоснование для интерпретации трендов по географическим рынка в отношении вебинаров и их бизнес-целей.

Опросы

Данный отчет также состоит из результатов нашего опроса, выполненного в мае 2020 года. Ответы, предоставленные организаторами вебинаров из компаний разных отраслей промышленности и размеров, дают нам картину о бизнес-целях использования вебинаров такими компаниями.

В опрос входило девять вопросов, включая следующие:

- размер компании респондента;
- отрасль промышленности;
- бизнес-цели использования вебинаров до коронавируса;
- текущие бизнес-цели использования вебинаров;
- планы использования данной технологии после окончания пандемии.

Результаты исследования, отражающие текущее использование вебинаров с точки зрения целей промышленности и видов бизнеса, были дополнены интерпретацией собранных ответов и выявлением проблем в настоящем и будущем, с которыми сталкиваются пользователи такого программного обеспечения для онлайн-коммуникаций.

