

# LINEE GUIDA PER LA REALIZZAZIONE DI 2 WEBINAR

## Sintesi

Introduzione	1
Che cos'è un webinar?	2
Perché organizzare un webinar?	2
Quali obiettivi?	3
Quali tipi di webinar?	4
Come aiutare i partecipanti a rimanere in contatto?	5
Come organizzare un webinar?	7
1. Contenuto, titolo e formato	7
2. Persone coinvolte	7
➤ Presentatore	7
➤ Team allargato	7
3. La narrazione della sessione	8
4. Interattività	8
5. L'accessibilità	9
6. Coinvolgimento	9
Quando organizzare un webinar?	11
Come promuovere un webinar?	11
Creazione della pagina di destinazione	11
Sponsorizzazione	12
Alcuni suggerimenti finali	13
Test tecnici	13
Prova del relatore	14
Seguito	14
Conclusione	14
Allegato - Risorse	15
Zoom	15

## Introduzione

Dopo aver avuto un incredibile impulso durante la pandemia di Covid-19, i webinar si sono affermati come un modo molto efficace per condividere conoscenze, idee e informazioni. Questa guida pratica intende evidenziare alcune caratteristiche chiave dei webinar per renderli un modo non solo

efficiente per condividere, migliorare e sviluppare nuove competenze, ma anche efficace e coinvolgente.

I webinar sono spesso utilizzati nei cMOOC per creare momenti di scambio sincrono tra tutti i soggetti interessati (organizzatore, partecipanti, studenti, docenti), come nel caso del nostro progetto DIVETOUR.

Lavorando a questo documento, il **partenariato DIVETOUR** ha deciso di attenersi ad alcuni concetti chiave, senza cercare di *"reinventare la ruota"*, ma sottendendo allo stesso tempo tutte quelle riflessioni necessarie e utili che le scuole e le istituzioni educative o formative dovrebbero considerare quando organizzano webinar nello spazio digitale post-pandemico.

## **Che cos'è un webinar?**

La parola *"webinar"* è un neologismo nato dall'unione di due parole inglesi: *'web'* e *'seminar'*. Un webinar è quindi un seminario tenuto online.

Già dall'etimologia della parola, la sua vocazione formativa è quindi chiara. Infatti, i webinar sono corsi di formazione che permettono di condividere contenuti e presentazioni in uno spazio virtuale e quindi potenzialmente con chiunque nel mondo. È proprio questa dimensione virtuale e quindi potenzialmente priva di barriere che ne ha fatto uno strumento chiave nella gestione della pandemia di Covid 19.

Sebbene siano nati nell'ambito dell'istruzione, i webinar sono ormai strumenti consolidati in diversi ambiti professionali e personali: marketing, istruzione, risorse umane, gestione aziendale, per citarne alcuni.

## **Perché organizzare un webinar?**

Organizzare un webinar è molto più facile che organizzare una conferenza o una lezione in presenza:

- Non è richiesta una sede fisica.
- Il numero di partecipanti può essere potenzialmente illimitato.
- Il costo di eventuali abbandoni (cioè di utenti registrati che non si presentano all'evento) è basso.
- Il webinar può essere facilmente registrato e successivamente condiviso con altri utenti, ampliando ulteriormente il pubblico dell'evento.
- Il webinar è altamente interattivo e consente ai partecipanti di comunicare facilmente, accedere ai contenuti e alle presentazioni e condividere domande e dubbi.

Vediamo le principali opportunità legate all'**organizzazione di un webinar**:

- In un'epoca in cui i contenuti sono fondamentali, un webinar è un ottimo strumento per costruire il vostro storytelling. Tenere webinar, proprio come tenere lezioni frontali, vi aiuta a definire il vostro posizionamento e ad affermarvi come esperti della materia.
- I contenuti, essendo digitali, possono essere condivisi su altri canali online e diventare virali. La condivisione di contenuti audio-video piuttosto che per iscritto può aumentare il coinvolgimento del pubblico (chiunque esso sia: nuovi insegnanti, studenti, colleghi, possibili clienti).
- Come già detto, i webinar possono essere registrati. Ciò consente non solo di mostrare immediatamente il contenuto, ma anche di creare contenuti di valore da condividere in seguito con altri contatti o da trasmettere su richiesta.

Inoltre, dal punto di vista del marketing, i webinar offrono altre due grandi opportunità:

- Per accedere a un webinar, le persone devono registrarsi: devono condividere con voi i loro dati, entrando a far parte del vostro database (vi ricordiamo a questo proposito di verificare sempre le norme di legge vigenti in materia di rispetto della privacy e di utilizzo dei dati personali).
- Gli utenti, nella maggior parte dei casi, partecipano volontariamente al vostro webinar. Ciò significa che sono interessati ai vostri contenuti e quindi possono essere utenti che il marketing definisce "lead qualificati" potenzialmente fortemente interessati ai vostri servizi.

## **Quali obiettivi?**

Esistono diversi tipi di webinar per raggiungere diversi tipi di obiettivi. Per poter organizzare un webinar efficace, è quindi essenziale definire innanzitutto gli obiettivi che si vogliono raggiungere. Di seguito sono riportati alcuni esempi:

### **> Formazione**

Se avete bisogno di fare formazione su un argomento che conoscete bene, un webinar è lo strumento perfetto. Permette di condividere facilmente i contenuti, di rispondere immediatamente alle domande e di dividere i partecipanti in sottogruppi per lavorare o confrontarsi su argomenti specifici.

Inoltre, evitando i costi degli spostamenti fisici, consente di invitare facilmente qualsiasi relatore nazionale e internazionale.

### ➤ **Presentazione di un servizio**

Se avete un nuovo servizio, un corso o qualsiasi altra risorsa da lanciare sul mercato, un webinar può essere la soluzione perfetta per voi. Un webinar vi permetterà di fornire informazioni dettagliate e di rispondere in modo interattivo alle domande del vostro pubblico. Avrete inoltre a disposizione un database di potenziali clienti con i quali lavorare.

### ➤ **Accogliere nuovi studenti o colleghi**

Accogliere i nuovi arrivati in un ambiente scolastico o aziendale non è mai facile. Soprattutto quando non è possibile condividere quotidianamente spazi o momenti di riflessione. Un webinar è un ottimo strumento che, riducendo tempi e costi, può essere organizzato regolarmente per garantire il successo dell'induction.

### ➤ **Skilling o reskilling di colleghi o dipendenti**

Se i webinar sono nati nell'ambito dell'istruzione, ora sono certamente molto utilizzati anche nel settore aziendale. La formazione costante è infatti essenziale in ogni campo e i webinar rappresentano una soluzione economica, continuativa e coerente.

### ➤ **Mantenere le relazioni**

Mantenere i contatti con i colleghi, i clienti e gli stakeholder in generale è necessario per mantenere buoni risultati a lungo termine. I webinar sono uno strumento eccellente per mantenere un contatto stabile e regolare.

### ➤ **Generazione di nuovi contatti**

L'accesso a un webinar richiede la registrazione dell'utente. La registrazione è un'opportunità fondamentale per raccogliere contatti e creare un database di marketing.

## **Quali tipologie di webinar?**

A seconda degli obiettivi, del contenuto da trasmettere e del pubblico di riferimento, possono esistere diverse tipologie di webinar. Una prima macro divisione è la seguente:

- **Webinar dal vivo.** Un webinar in diretta è la soluzione perfetta per sfruttare l'interattività degli strumenti online. Pertanto, se il vostro obiettivo è avere uno scambio con i partecipanti, raccogliere domande, feedback o opinioni, dovrete scegliere questa opzione. Inoltre, la possibilità di avere uno scambio immediato e reale con il relatore aumenterà il coinvolgimento dei partecipanti e la loro empatia verso di voi e i vostri contenuti. Anche se

il webinar si terrà in diretta, suggeriamo di registrare la sessione per poterla condividere con chi non ha potuto partecipare in diretta o per riproporla in futuro ad altri utenti come contenuto on-demand.

- **Webinar preregistrati (anche detti simu-live).** Non è sempre facile organizzare un evento cambiando l'agenda di tutti i relatori e dei partecipanti. Se questo problema diventa difficile da gestire, potete prendere in considerazione la preregistrazione del webinar. Da un lato, questo facilita il coinvolgimento dei relatori e, dall'altro, consente di trasmettere più repliche dello stesso contenuto, ampliando così anche il numero di spettatori. In questo caso, una volta registrato il contenuto, sarà sufficiente trasmetterlo online nel giorno e nell'ora stabiliti. Una caratteristica molto importante offerta dai webinar è quella di mantenere una chat in diretta. Ciò consentirà ai partecipanti che seguono il webinar preregistrato di continuare a porre domande, che riceveranno risposta in diretta dalla chat delle persone a cui avete assegnato questo compito. Questa opzione consente di mantenere la funzione interattiva del webinar, anche se più ridotta rispetto a quella di una reale diretta.

Nel progetto Divetour abbiamo scelto una sorta di mix di questi due approcci, con due webinar sincroni per migliorare gli scambi tra i partecipanti e registreremo entrambi i webinar per renderli disponibili in seguito.

### ***Come si registra un webinar?***

Quando il webinar inizia, ricordatevi di avviare la registrazione. Questa è una funzione offerta da tutte le soluzioni tecniche presenti sul mercato. La piattaforma pulserà "REC", cliccate su Play e assicuratevi che la registrazione venga avviata e poi salvata in formato mp4. Se il pubblico è in qualche modo visibile, ricordatevi di avvertirlo che state registrando l'evento.

### **Come aiutare i partecipanti a rimanere focalizzati?**

Vediamo ora alcuni degli strumenti più popolari integrati nelle piattaforme per webinar che possono aiutarvi a condividere i contenuti e ad aiutare i partecipanti a rimanere attenti:

#### **> Presentazione**

Quando si condividono informazioni, è importante utilizzare supporti visivi per assicurarsi che il pubblico segua ciò che si sta presentando. L'opzione più diffusa e facile da realizzare è l'uso di slide. Ricordate che per facilitare la lettura del materiale da parte dei partecipanti, è importante che le slide siano scritte in modo chiaro e di facile comprensione. Inoltre, è bene aprire la presentazione

con una introduzione che riassume le informazioni principali sull'evento (durata, orari, agenda degli argomenti trattati) e chiuderla con una slide che ringrazi i partecipanti e condivide i riferimenti per gli eventi successivi.

### ➤ **Chat**

Come già detto, l'uso della chat è fondamentale per costruire una relazione con i partecipanti. La chat può essere utilizzata per raccogliere domande (si può scegliere se abilitare o meno l'audio e il video dei partecipanti) e per condividere informazioni tecniche. Si può scegliere se condividere i messaggi con tutti i partecipanti o solo con alcuni.

### ➤ **Lavagna interattiva**

È possibile utilizzare una lavagna interattiva per consentire al pubblico di visualizzare meglio eventuali processi complessi. Facilitare la sessione in modo grafico, utilizzando grafici, immagini o mappando alcuni concetti da zero, aiuterà il pubblico a comprendere meglio i contenuti e a sviluppare le conoscenze.

Quando si utilizza una lavagna interattiva durante un webinar, può essere stimolante chiedere la collaborazione dei partecipanti.

### ➤ **Condivisione dello schermo**

In alcune circostanze può essere utile attivare la condivisione dello schermo per far sì che i partecipanti vedano sullo schermo esattamente ciò che vede il relatore. Questo può essere utile, ad esempio, quando si fa una dimostrazione di un software o di uno strumento digitale. La condivisione dello schermo può essere utile anche quando il relatore deve mostrare non solo una presentazione, ma anche diversi file presenti sul PC. In questo caso, invece di interrompere sempre la presentazione per caricare e condividere i diversi contenuti, può essere molto più veloce e intuitivo condividere direttamente lo schermo.

Ricordate di disattivare tutte le notifiche personali e di ripulire il desktop per non rischiare di mostrare contenuti personali o professionali non voluti.

### ➤ **Sondaggi**

L'uso dei sondaggi è uno strumento molto importante sia per voi che per il vostro pubblico. Per voi, perché vi permette di raccogliere una serie di informazioni e dati che potrete poi elaborare come piccole ricerche di mercato e per il vostro pubblico, che si sentirà parte attiva della sessione e rimarrà quindi attento e coinvolto nel processo. I sondaggi possono essere condotti anche in forma anonima.

## **Come organizzare un webinar?**

Una volta definiti gli obiettivi e il tipo di webinar, è il momento di procedere all'organizzazione vera e propria dell'evento.

## **1. Contenuto, titolo e formato**

In base all'obiettivo che avete definito, dovete scegliere con cura il contenuto da trasmettere. Di cosa parlerà nello specifico il vostro webinar?

In questa fase è importante essere il più precisi e dettagliati possibile. Per ottimizzare la promozione online, è importante anche soddisfare i criteri di ricerca SEO (Search Engine Optimization, che tradotto significa "ottimizzazione per i motori di ricerca"). Individuate una o più parole chiave e rendetele presenti e chiare in tutto il materiale che andrete a creare.

Quando create il titolo, cercate di includere la parola chiave che avete identificato e cercate di attirare l'attenzione degli utenti, ad esempio inserendola all'interno di una domanda. Aggiungete informazioni chiave, come ad esempio se il webinar è gratuito o a pagamento e a chi è rivolto. Ad esempio, "*Seminario: come scegliere il titolo giusto? Un webinar gratuito per chi muove i primi passi nel settore*".

## **2. Persone coinvolte**

### **➤ Presentatore**

Il presentatore di un webinar su un argomento specifico deve essere non solo un esperto dell'argomento, ma anche un ottimo oratore. Sappiamo che la capacità di parlare in pubblico è un'abilità da allenare. Se questo è vero per gli eventi in presenza, forse lo è ancora di più per quelli virtuali, dove mantenere il pubblico ingaggiato ed evitare che si disconnetta o si distraiga è ancora più difficile.

Inoltre, se negli eventi di persona è piuttosto facile ottenere un feedback dai partecipanti (verbale o non verbale), lo è molto meno nei webinar, durante i quali il relatore può talvolta correre il rischio di sentirsi solo davanti allo schermo.

I webinar consentono inoltre di coinvolgere più relatori con un budget limitato. Ipoteticamente tutti i relatori sono solo a portata di clic, quindi può essere sempre una buona idea cercare di coinvolgere più relatori nazionali o internazionali.

### **➤ Team allargato**

Oltre al presentatore, è importante individuare un assistente che si occupi della chat, per gestire eventuali domande o segnalazioni di malfunzionamenti tecnici. In questo senso, è importante anche avere una figura tecnica di riferimento che monitori la qualità della trasmissione.

### **3. La narrazione della sessione**

È essenziale lavorare sullo storytelling della sessione. Una buona pianificazione è un elemento chiave per il successo di un webinar.

È quindi necessario organizzare i contenuti in modo chiaro e logico e avere un presentatore che guidi i partecipanti da un argomento all'altro e, nel caso siano previsti più interventi, da un relatore all'altro.

Affinché lo storytelling scorra bene, è essenziale redigere una scaletta della sessione e condividerla con tutti i relatori, chiarendo quanto tempo ciascuno di loro avrà a disposizione e allineandoli sugli argomenti che saranno trattati prima e dopo il loro intervento.

La durata media dei webinar è compresa tra 30 e 60 minuti. Si consiglia di non superare questo limite per non perdere l'attenzione o la partecipazione degli utenti stessi.

Per quanto riguarda la struttura degli argomenti trattati, è importante ricordare che se le persone vi dedicano tempo e condividono i loro dati con voi, è perché si aspettano di ricevere da voi **contenuti di valore**. Pertanto, qualunque sia lo scopo del webinar, è fondamentale che gli argomenti commerciali e di stretta promozione del prodotto siano limitati a un arco di tempo molto ristretto (indicativamente mai più del 20% del tempo totale). La parte sostanziale della sessione deve essere finalizzata a trasmettere contenuti di interesse per il pubblico partecipante.

### **4. Interattività**

Si può decidere se dare la parola ai partecipanti o limitare la loro interazione alla sola chat. Ciò dipende sostanzialmente dagli obiettivi, dal numero di partecipanti e dai relatori coinvolti. In generale, offrire il "palco" virtuale aumenta molto il coinvolgimento dei partecipanti, rendendoli parte attiva dei contenuti trasmessi; allo stesso tempo, riduce notevolmente la possibilità di moderare i contenuti trasmessi.

Qualunque sia la modalità scelta, è buona norma cercare di coinvolgere i partecipanti anche solo con sondaggi o domande veloci alle qua rispondere via chat.

## 5. L'accessibilità

Come per ogni evento, è essenziale che i webinar siano accessibili e che garantiscano la partecipazione del più ampio pubblico possibile.

Ecco alcuni suggerimenti per rendere accessibile il vostro webinar:

1. Includere la **trascrizione dal vivo e la sottotitolazione delle presentazioni**. Si consiglia di utilizzare la trascrizione dal vivo e i sottotitoli per rendere il webinar accessibile a un pubblico più ampio, comprese le persone con problemi di udito, quelle che non parlano bene la lingua o quelle che non possono attivare l'audio.
2. **Limitare la quantità di testo** nelle slide. Non create slide troppo piene di testo o con testo scritto troppo piccolo.
3. Utilizzate **colori ad alto contrasto** nelle vostre slide. In questo modo si garantisce che le diapositive siano leggibili per tutti, compresi i partecipanti con schermi a bassa risoluzione, quelli con disabilità visive come l'ipovisione o il daltonismo, o quelli che guardano tramite un dispositivo mobile.
4. **Descrivete a parole** tutto ciò che mostrate sullo schermo. In questo modo potete essere sicuri che tutti seguano le vostre condivisioni.
5. **Registrare la sessione**. Se il contesto lo consente, registrare la sessione e condividere la registrazione con i partecipanti permette a coloro che non sono riusciti a seguire o non hanno compreso appieno alcuni dei contenuti di rivederli e riascoltarli una o più volte.
6. **Inviare le diapositive in anticipo**. Se il webinar prevede la presentazione di slide e se il contesto lo consente, potrebbe essere una buona idea condividere le diapositive in anticipo. Le persone ipovedenti avrebbero così la possibilità di leggere il testo delle diapositive con il loro dispositivo preferito. Potrebbe anche essere un buon modo per i partecipanti di familiarizzare con il contenuto che state presentando e permettere a chi non è madrelingua di tradurre i termini chiave nella propria lingua.

## 6. Coinvolgimento

Come per le presentazioni in presenza, esistono trucchi e strategie per aumentare il coinvolgimento del pubblico nelle presentazioni online.

Il vantaggio dei seminari online è che offrono strumenti poco costosi e di facile utilizzo per aumentare l'interattività con il pubblico e compensare in qualche modo la mancanza di risposte immediate.

Riassumiamo di seguito alcuni suggerimenti, già in parte presentati nei capitoli precedenti:

➤ **Presentarsi**

I partecipanti potrebbero già sapere qualcosa di voi, ma presentatevi comunque in modo affabile. Raccontate un aneddoto personale, siate sicuri di voi ma allo stesso tempo avvicinabili.

➤ **Mostrare passione**

Se non siete appassionati di ciò che dite, perché dovrebbe esserlo il pubblico? Mostratevi appassionati!

➤ **Non essere didattici**

Non limitatevi a leggere le diapositive, ma adattate la presentazione a voi e al vostro pubblico. Aggiungete piccole digressioni personali o di attualità. Fate qualche battuta se il contesto lo consente.

➤ **Studiare le reazioni del pubblico**

Chiedete un feedback al pubblico. Lasciate che parlino e si presentino. Se non è possibile farlo visivamente perché le webcam dei partecipanti non sono attive o perché il numero di partecipanti è molto elevato, utilizzate sondaggi e chat. Ponete domande semplici a cui rispondere via chat. Utilizzate quiz e sondaggi per aumentare l'interazione.

➤ **Creare un team di lavoro**

A volte è difficile mantenere il filo della discussione se c'è un sovraccarico di domande da parte del pubblico, quindi è importante avere il supporto di un moderatore che gestisca la chat e controlli professionalmente che tutto vada come deve. Prevedere la partecipazione di uno o più ospiti esterni. Cambiare voce spesso rompe la monotonia e aiuta a mantenere l'attenzione.

➤ **Chiedere un feedback**

Questo ha due vantaggi principali: renderà i partecipanti attivi nei commenti e vi fornirà informazioni su ciò che potete migliorare per il futuro o su ciò che è stato di particolare valore.

## **Quando organizzare un webinar?**

Quando si sceglie il giorno e l'ora della trasmissione del webinar, è importante tenere a mente alcuni punti.

In primo luogo, è essenziale pensare al pubblico che vogliamo coinvolgere. Che tipo di lavoro svolgono? Dove vivono? Quando sono in vacanza?

Se, ad esempio, il pubblico è molto eterogeneo o vive in diverse parti del mondo, un webinar preregistrato con la possibilità di iscriversi a diverse repliche può essere una buona soluzione.

In generale, ecco alcune buone regole da seguire:

- Collocate il webinar in un giorno della settimana comodo per il vostro pubblico.
- Evitate i ponti o i giorni vicini alle festività nazionali.
- Verificate se ci sono altri eventi già programmati che potrebbero interessare allo stesso pubblico.

Per quanto riguarda l'orario, dipende molto dal tipo di pubblico a cui ci rivolgiamo. Seguiranno l'evento al lavoro o da casa?

In generale, sembra che l'orario più appropriato sia la mattina, tra le 10:00 e le 11:00. Ricordate di evitare le ore di pranzo e se avete un pubblico internazionale, come nel caso del nostro progetto DIVETOURL, ricordate sempre di controllare i fusi orari per consentire la massima partecipazione possibile. Questo è un [link](#) utile da controllare al momento dell'organizzazione del webinar.

Come abbiamo già sottolineato, la registrazione al webinar è una grande opportunità. È fondamentale sottolinearlo già in fase di registrazione, per incoraggiare le persone a registrarsi e a condividere i loro dati con voi anche se non sono disponibili nella data prevista.

## **Come promuovere un webinar?**

Una volta individuato il pubblico di riferimento, definito il contenuto e fissata la data e l'ora del webinar, diventa fondamentale far conoscere il webinar. La promozione è ovviamente fondamentale per il successo di un webinar, che altrimenti rischia di essere un grande contenuto che non viene conosciuto. In poche parole: dobbiamo raccogliere le iscrizioni.

### **Creazione della pagina di destinazione**

Per prima cosa è necessario creare una landing page, ossia una pagina in cui inserire tutti i dettagli dell'evento. Il potenziale partecipante deve trovare tutte le informazioni rilevanti: data, ora, titolo, agenda, relatori. La descrizione dell'evento deve essere semplice e chiara, ma completa. Ricordate di rendere ben visibili l'ora e la data dell'evento e di specificare il fuso orario di riferimento.

Oltre alle informazioni principali, la landing page deve contenere anche il modulo di registrazione, in cui l'utente deve inserire i propri dati personali per completare la registrazione.

Scegliete bene i dati che richiedete agli utenti durante la registrazione: devono essere dati rilevanti per voi. Chiedetevi cosa avete bisogno di sapere dal vostro pubblico e quali informazioni volete includere nel vostro database.

È importante, però, allo stesso tempo, non scoraggiare l'utente con moduli troppo lunghi o richieste di dati troppo personali. Si tratta di campi da definire con molta attenzione, che determineranno la qualità dei vostri contatti. Anche in questo caso, vi ricordiamo di tenere sempre presenti le attuali normative sulla gestione dei dati.

Impostare sempre una pagina di conferma dopo l'avvenuta registrazione. Non lasciate agli utenti il dubbio se la registrazione sia andata o meno a buon fine. Impostate anche l'invio di un'e-mail di riepilogo immediato.

Una volta creata la landing page, è il momento di sponsorizzarla.

## **Sponsorizzazione**

Ecco alcuni canali per promuovere la vostra landing page e quindi il vostro webinar:

- Il vostro **sito web**: inserite il link nel vostro sito web, nella sezione notizie o eventi o in un pop-up.
- Canali **social**: valutare i canali social da utilizzare in base al pubblico di riferimento. Pianificare post organici e, se possibile, post sponsorizzati ben mirati.
- **Dem e newsletter**: inviate una comunicazione via e-mail al vostro database. Utilizzate messaggi chiari che spieghino bene qual è lo scopo del webinar e a chi è rivolto.
- **Diventare virali**: cercate di creare hashtag e di spingere il passaparola online. Utilizzate anche i canali social dei vostri relatori per raggiungere il loro pubblico.

Una volta raccolto un database di partecipanti, inviate alcuni promemoria.

Tenete presente che se il tasso di abbandono degli eventi fisici è elevato, quello degli eventi digitali lo è ancora di più. È quindi fondamentale mantenere i contatti con i partecipanti.

Suggeriamo di inviare almeno due promemoria: il primo due o tre giorni prima dell'evento e il secondo circa 15 minuti prima dell'inizio, per trasmettere un senso di urgenza.

## **Alcuni suggerimenti finali**

### **Test tecnici**

Prima di organizzare il vostro webinar, vi suggeriamo di partecipare ad altri webinar: è essenziale per comprenderne la struttura e per identificare le aspettative del pubblico e le esigenze dei partecipanti. Vedere alcuni esempi di formati vi aiuterà a identificare il formato migliore per voi.

Una volta organizzato il webinar, prima di trasmettere la sessione ufficiale, si consiglia di organizzare una o più sessioni di prova con tutti i relatori coinvolti. Questo è essenziale per verificare che la connessione di tutti sia sufficiente e che nessun PC abbia impostazioni in conflitto con la piattaforma webinar.

Ecco alcuni *aspetti da controllare* prima della trasmissione:

- Videocamera funzionante.
- Microfono funzionante e adatto all'ambiente.
- Connessione stabile (meglio se via cavo).
- PC collegato alla presa elettrica.

Per quanto riguarda l'allestimento della sala di registrazione, ecco alcuni consigli:

- Osservare bene ciò che è inquadrato dalla fotocamera.
- Considerare bene la luce. Una stanza luminosa è sicuramente favorita, l'importante è che la luce non interferisca con la fotocamera.
- Posizionare il PC a un'altezza pari a quella della testa e alla giusta distanza per evitare riprese dal basso o di essere tagliati dalla telecamera.
- Valutare il livello di rumore della stanza da cui si trasmette.
- Fare presente che la stanza sarà utilizzata per le riprese dal vivo, per evitare che altre persone entrino improvvisamente.
- Indossare abiti che risaltino sullo sfondo alle vostre spalle (ad esempio, meglio evitare una camicia bianca se lo sfondo è una parete bianca).

È consigliabile effettuare questi test qualche giorno prima della trasmissione, in modo da avere il tempo di risolvere eventuali problemi tecnici.

Il giorno della trasmissione, si consiglia di collegarsi almeno 20 minuti prima dell'inizio per una prova finale.

## **Prova del relatore**

Vi consigliamo di preparare accuratamente il vostro webinar. Naturalmente è importante essere flessibili, ma la preparazione è alla base di qualsiasi presentazione di successo. Provate la vostra presentazione, fatela vostra, sentitevi sicuri nel passare da un argomento all'altro o nel rispondere alle domande.

Quando andate in diretta, cercate di integrare ciò che avete preparato con ciò che è emerso durante l'evento, per collegarvi a ciò che è stato detto da un altro oratore o da qualche partecipante. Questo renderà il vostro discorso più "unico" e sembrerà più fresco e spontaneo.

Evitate revisioni del programma e cambiamenti dell'ultimo minuto, che rischiano di rendere la situazione caotica e di causare stress inutile. Durante la trasmissione tenete un bicchiere d'acqua nelle vicinanze e rimanete concentrati!

## Seguito

Una volta trasmesso il webinar, è necessario non chiudere la conversazione con il pubblico e perseguire una strategia che il marketing chiama follow-up. Inviare comunicazioni differenziate:

- Per coloro che hanno partecipato all'evento: ringraziate, chiedete un feedback sull'evento e suggerite i prossimi passi.
- Per coloro che non hanno potuto partecipare: condividere la registrazione della sessione o i contenuti presentati, per mantenere comunque un collegamento.

## Conclusione

I webinar sono uno strumento utile e potente, ma la loro preparazione, progettazione, organizzazione e realizzazione sono un processo complesso.

Ci auguriamo che questa agile guida possa aiutarvi ad aumentare il successo delle vostre iniziative.- Vorremmo concludere con una famosa citazione di Wayne Burgraff *"Ci vuole un'ora di preparazione per ogni minuto di presentazione"*. Non dimenticatelo mai quando preparate i vostri webinar!

## Allegato - Risorse

Le opzioni software per i webinar sono cresciute in modo esponenziale negli ultimi anni, anche a causa della remotizzazione di molte attività durante la pandemia Covid-19. In questa guida presentiamo l'utilizzo di Zoom, che abbiamo scelto per i nostri webinar in quanto è il software utilizzato da ESHOB leading partner per l'erogazione dei webinar del cMOOC.

Per un'analisi più completa dei software disponibili è possibile consultare il sito web di Capterra a questo link: [Miglior software per webinar 2022 | Recensioni degli strumenti e dei sistemi più popolari](#)

## Zoom

I webinar DIVETOUR vengono trasmessi utilizzando la piattaforma webinar Zoom. Al momento della registrazione riceverete un link per partecipare al webinar. Fare clic sul link per iniziare il corso online. Se non avete ricevuto un'e-mail di conferma e non riuscite a trovare il link all'URL dell'evento, contattateci al seguente indirizzo mail [vaida.sinkeviciene@paneveziomc.lt](mailto:vaida.sinkeviciene@paneveziomc.lt).

Zoom è un software di videotelefonata proprietario sviluppato da Zoom Video Communications. Zoom offre un *piano gratuito* che consente riunioni fino a 100 partecipanti simultanei con un limite di tempo di 40 minuti.

Gli utenti hanno la possibilità di sbloccare i limiti della versione gratuita aggiornando e sottoscrivendo un piano a pagamento.

Zoom offre la possibilità di organizzare riunioni e webinar. Ma qual è la differenza tra i due strumenti?

	Riunione	Webinar
Introduzione	Zoom Meetings è ideale per ospitare <b>sessioni più interattive</b> in cui si desidera un'elevata partecipazione del pubblico o dividere la sessione in gruppi più piccoli.	I Webinar di Zoom sono ideali per un <b>pubblico numeroso o per eventi aperti al pubblico</b> .
Ideale per	Gruppi per: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Incontri con clienti</li> <li>● Incontri con colleghi</li> <li>● Sessioni formative</li> </ul>	Grandi eventi e trasmissioni pubbliche come: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Assemblee plenarie</li> <li>● Aggiornamenti periodici</li> <li>● Lezioni didattiche</li> </ul>

<b>Costo</b>	Sono disponibili opzioni di <b>abbonamento a pagamento e gratuiti</b> .	<b>Componente aggiuntivo a pagamento</b> disponibile per <i>abbonamenti Pro o superiori</i> .
--------------	---	---

Zoom offre una serie di *risorse formative gratuite* su come creare e gestire tecnicamente un webinar con la sua piattaforma.

**Visitate il seguente link per accedere** a risorse di formazione Zoom complete e aggiornate: <https://explore.zoom.us/en/campus-events-guide/>.