

INTERNETINIŲ SEMINARŲ ORGANIZAVIMO GAIRĖS

Turinys

Pratarmė	1
Kas yra internetinis seminaras?	1
Kodėl verta organizuoti internetinį seminarą?	1
Kokie tikslai?	2
Kokios yra internetinių seminarų rūšys?	3
Kaip palaikyti ryšį su dalyviais?	4
Kaip organizuoti internetinį seminarą?	6
1. Turinys, pavadinimas ir formatas	6
2. Įsitraukę dalyviai	6
➤ Pranešėjas	6
➤ Išplėstinė komanda	7
3. Pasakojimas sesijos metu	7
4. Interaktyvumas	7
5. Pritaikymas žmonėms su negalia	7
6. Įsitraukimas	8
Kada organizuoti internetinį seminarą?	9
Kaip reklamuoti internetinį seminarą?	10
Nukreipiamojo puslapio kūrimas	10
Rėmimas ir skatinimas	11
Keletas baigiamųjų patarimų	12
Techniniai testai	12
Pranešėjų patikimumas	12
Tolimesnė eiga	13
Išvada	13
Priedas - ištekliai	13
Zoom	14

Pratarmė

Po neįtikėtino postūmio Covid-19 pandemijos metu, internetiniai seminarai įsitvirtino kaip labai efektyvus būdas dalytis žiniomis, idėjomis ir informacija. Šis praktinis vadovas skirtas atkreipti dėmesį į kai kurias pagrindines internetinių seminarų ypatybes, kad jie būtų ne tik veiksmingas, bet ir įtraukus bei efektyvus būdas dalytis, stiprinti ir plėtoti naujas kompetencijas.

Internetiniai seminarai dažnai naudojami MOOC, siekiant sukurti sinchroninius mainus tarp visų susijusių suinteresuotųjų šalių (vedėjų, dalyvių, studentų, mokytojų), taip yra ir mūsų DIVETOIR projekto atveju.

Rengdami šį dokumentą, **DIVETOIR partneriai** nusprendė laikytis kai kurių pagrindinių koncepcijų, nebandydami „išradinėti dviračio“, tačiau tuo pat metu išdėstydami visus būtinus ir naudingus apmąstymus, į kuriuos švietimo ar mokymo įstaigos turėtų atsižvelgti organizuodamos internetinius seminarus skaitmeninėje erdvėje po pandemijos.

Kas yra internetinis seminaras?

Terminas „vebinaras“ yra naujadaras, gimęs iš dviejų anglišų žodžių junginio: „web“ ir „seminar“. Todėl internetinis seminaras yra seminaras, rengiamas internete.

Jau iš žodžio etimologijos, jo mokymo esmė yra aiški. Iš tiesų, internetiniai seminarai yra mokymo kursai, leidžiantys turiniu ir pristatymais dalytis virtualioje erdvėje, taigi, potencialiai su bet kuo pasaulyje. Būtent todėl šis virtualus ir todėl potencialiai be kliūčių aspektas tapo pagrindine Covid-19 pandemijos valdymo priemone.

Nors jie kilo iš švietimo srities, internetiniai seminarai dabar yra įsitvirtinę įrankiai įvairiose profesinėse ir asmeninėse srityse: rinkodara, švietimas, žmogiškieji išteklių, verslo valdymas ir kt.

Kodėl verta organizuoti internetinį seminarą?

Organizuoti internetinį seminarą yra daug lengviau, nei surengti fizinę konferenciją ar paskaitą, nes:

- nereikia fizinės vietos;
- dalyvių skaičius gali būti neribotas;
- bet kokio nedalyvavimo (t.y. registruotų vartotojų, kurie neatvyksta į renginį) kaina yra maža;

- internetinį seminarą galima lengvai įrašyti ir vėliau bendrinti su kitais vartotojais, dar labiau išplečiant bendrą renginio auditoriją;
- internetinis seminaras yra labai interaktyvus, leidžiantis dalyviams lengvai bendrauti, pasiekti turinį ir pristatymus bei dalytis klausimais ir rūpesčiais.

Apžvelkime **internetinio seminaro organizavimo** pagrindines galimybes:

- laikais, kai turinys yra labai svarbus, internetinis seminaras yra puiki priemonė Jūsų pasakojimui kurti. Internetinių seminarų rengimas, kaip ir tiesioginių paskaitų vedimas, padeda apibrėžti savo pozicionavimą ir įsitvirtinti kaip dalyko ekspertais;
- skaitmeninis turinys gali būti bendrinamas kituose internetiniuose kanaluose ir visuotinai paplisti. Dalijimasis turiniu „žodžiu“, o ne raštu gali padidinti Jūsų auditorijos (kad ir kas ji būtų: naujų darbuotojų, studentų, kolegų, galimų klientų) įsitraukimą;
- kaip minėta anksčiau, internetiniai seminarai gali būti įrašomi. Tai leidžia ne tik iš karto, bet ir vėliau vertingą turinį bendrinti su kitais kontaktais arba transliuoti pagal pareikalavimą.

Be to, rinkodaros požiūriu internetiniai seminarai siūlo dar dvi puikias galimybes:

- norėdami dalyvauti internetiniame seminare, žmonės turi užsiregistruoti: jie turi dalytis savo duomenimis su Jumis, tapdami Jūsų duomenų bazės dalimi (šiuo klausimu primename, kad visada patikrinkite galiojančius teisinius reglamentus, susijusius su pagarba privatumui ir asmens duomenų naudojimu);
- daugeliu atvejų vartotojai savanoriškai dalyvauja Jūsų internetiniame seminare. Tai reiškia, kad jie domisi Jūsų turiniu, todėl gali būti vartotojais, kuriuos rinkodara apibrėžia kaip „kvalifikuotus potencialius klientus“, kurie labai domisi Jūsų paslaugomis.

Kokie tikslai?

Yra įvairių tipų internetiniai seminarai, skirti skirtingiems tikslams pasiekti. Todėl norint surengti veiksmingą internetinį seminarą, pirmiausia būtina apibrėžti, kokių tikslų norite pasiekti. Toliau pateikiama keletas pavyzdžių:

> Mokymas

Jei Jums reikia mokytis gerai žinoma tema, internetinis seminaras yra puiki priemonė. Tai leidžia lengvai bendrinti turinį, nedelsiant atsakyti į klausimus ir suskirstyti dalyvius į pogrupius, kad jie galėtų dirbti ar palyginti įžvalgas konkrečiomis temomis.

Be to, sumažinus bet kokių fizinių kelionių išlaidas, galite lengvai pakviesti bet kokius nacionalinius ir tarptautinius pranešėjus.

> Paslaugos pristatymas

Jei turite naują paslaugą, kursą ar bet kurį kitą išteklių, kurį norite pasiūlyti rinkai, internetinis seminaras gali būti puikus sprendimas Jums. Internetinis seminaras leis pateikti išsamią informaciją ir interaktyviai atsakyti į auditorijos klausimus. Taip pat turėsite potencialių klientų duomenų bazę, su kuria galėsite dirbti.

> Naujų studentų ar kolegų priėmimas

Priimti naujokus mokyklos ar įmonės aplinkoje niekada nėra lengva. Ypač tada, kai neįmanoma kasdien dalintis erdve ar įžvalgomis. Internetinis seminaras yra puiki priemonė, kurią, sumažinus laiką ir išlaidas, galima reguliariai rengti, kad įsitraukimas būtų sėkmingas.

> Kolegų ar darbuotojų kvalifikacijos kėlimas arba perkvalifikavimas

Nors internetiniai seminarai atsirado švietimo srityje, jie tikrai dabar plačiai naudojami ir verslo sektoriuje. Nuolatinis mokymasis iš tiesų yra būtinas kiekvienoje srityje, o internetiniai seminarai yra ekonomiškai, nuolatinis ir nuoseklus sprendimas.

> Santykių palaikymas

Norint užtikrinti ilgalaikį stabilumą, būtina palaikyti ryšį su kolegomis, klientais, suinteresuotosiomis šalimis. Internetiniai seminarai yra puiki priemonė stabiliam ir reguliariam kontaktui palaikyti.

> Naujų kontaktų generavimas

Norint dalyvauti internetiniame seminare, reikia, kad vartotojas užsiregistruotų. Registracija yra pagrindinė galimybė rinkti kontaktus ir sukurti naudingą duomenų bazę.

Kokios yra internetinių seminarų rūšys?

Priklausomai nuo tikslų, perteikiamo turinio tipo ir tikslinės auditorijos, internetiniai seminarai gali būti įvairių tipų. Pirmasis skirstymas yra toks:

- **tiesioginis internetinis seminaras.** Tiesioginis internetinis seminaras yra puikus sprendimas išnaudoti internetinių įrankių interaktyvumą. Todėl, jei

Jūsų tikslas yra keistis informacija su dalyviais, rinkti klausimus, atsiliepimus ar nuomones, turėtumėte pasirinkti šį būdą. Be to, galimybė nedelsiant ir realiai keistis mintimis su pranešėju padidins dalyvių įsitraukimą ir jų empatiją Jums ir Jūsų turiniui. Nors internetinis seminaras vyks tiesiogiai, siūlome įrašyti sesiją, kad galėtumėte ją pasidalinti su tais, kurie negalėjo dalyvauti renginyje, arba ateityje pakartoti ją kitiems vartotojams kaip užsakomąjį turinį.

- **Įrašytas internetinis seminaras.** Ne visada lengva organizuoti renginį keičiant visų pranešėjų ir dalyvių darbotvarkę. Jei šią problemą būtų sunku išspręsti, galite apsvarstyti galimybę iš anksto įrašyti internetinį seminarą. Viena vertus, tai palengvina pranešėjų galimybes dalyvauti, kita vertus, leidžia transliuoti kelis to paties turinio pakartojimus, taip padidinant žiūrovų skaičių. Labai svarbi internetinių seminarų funkcija yra tiesioginio pokalbio palaikymas. Tai leidžia dalyviams, stebintiems iš anksto įrašytą internetinį seminarą, vis tiek užduoti klausimus, į kuriuos bus atsakyta pranešimų lange tiesiogiai iš žmonių, kuriems priskyrėte šią užduotį. Ši parinktis leidžia išlaikyti interaktyvią internetinio seminaro funkciją, nors ir mažesnę, nei tiesioginę.

DIVETOUR projekte mes pasirinkome tam tikrą šių dviejų metodų derinį, organizuodami 2 sinchroninius internetinius seminarus, kad pagerintume dalyvių keitimąsi nuomonėmis ir įžvalgomis. Be to, įrašėme abu internetinius seminarus, kad jie būtų prieinami ir vėliau.

Kaip įrašyti internetinį seminarą?

Prasidėjus internetiniam seminarui, nepamirškite pradėti įrašymo. Tai funkcija, kurią siūlo visi šiuo metu rinkoje esantys techniniai sprendimai. Platforma rodys „rec“, spustelėkite „pradėti“ ir įsitikinkite, kad įrašymas bus pradėtas ir išsaugotas mp4 formatu. Jei auditorija yra matoma koku nors būdu, nepamirškite jų įspėti, kad įrašote renginį.

Kaip palaikyti ryšį su dalyviais?

Dabar apžvelkime keletą populiariausių internetinių seminarų platformose integruotų įrankių, kurie gali padėti Jums dalytis turiniu ir padėti dalyviams palaikyti ryšį:

> Pristatymas

Dalijantis informacija, svarbu naudoti vaizdines priemones, kad įsitikintumėte, jog auditorija seka kartu su pristatomu turiniu. Populiariausias ir lengvai įgyvendinamas variantas yra skaidrių naudojimas. Atminkite, kad norint, jog

dalyviams būtų lengviau skaityti medžiagą, svarbu, kad skaidrės būtų lengvai parašytos ir suprantamos. Be to, pravartu pradėti pristatymą įvadine skaidre, apibendrinančia pagrindinę informaciją apie renginį (trukmė, laikas, aptariamų temų darbotvarkė) ir baigti ją skaidre, dėkojant dalyviams ir dalijantis nuorodomis į tolesnius renginius.

➤ **Pokalbiai**

Kaip jau minėta, pokalbis yra labai svarbus kuriant santykius su dalyviais. Pokalbis gali būti naudojamas klausimams užduoti (galite pasirinkti, ar įjungti dalyvių garso ir vaizdo įrašus, ar ne), dalytis technine informacija. Galite pasirinkti, ar bendrinti pranešimus su visais dalyviais, ar tik su kai kuriais iš jų.

➤ **Interaktyvi rašymo lenta**

Galite naudoti interaktyviąją lentą, kad auditorija galėtų geriau vizualizuoti sudėtingus procesus. Sesijos iliustravimas grafiškai, naudojant diagramas, paveikslėlius ar kai kurių sąvokų žemėlapių sudarymą „nuo nulio“, padės auditorijai kurti žinias ir suprasti turinį.

Internetinio seminaro metu dalyvių bendradarbiavimą galite skatinti naudojant interaktyviąją lentą.

➤ **Ekrano bendrinimas**

Tam tikromis aplinkybėmis gali būti naudinga suaktyvinti ekrano bendrinimą, kad dalyviai ekrane matytų būtent tai, ką mato vedėjas. Tai gali būti naudinga, pavyzdžiui, kuriant bet kokios programinės įrangos ar skaitmeninių įrankių demonstracinę versiją. Ekrano bendrinimas taip pat gali būti naudingas, kai pranešėjas turi rodyti ne tik vieną pristatymą, bet ir kelis kompiuteryje esančius failus. Tokiu atveju, užuot visada pertraukę pristatymą, kad įkeltumėte ir bendrintumėte skirtingą turinį, gali būti daug greičiau ir intuityviau tiesiogiai bendrinti ekraną.

Nepamirškite išjungti visų asmeninių pranešimų ir išvalykite darbalaukį, kad nerizikuotumėte netyčia parodyti asmeninio ar profesinio turinio.

➤ **Apklausos**

Apklausos yra labai svarbus įrankis tiek Jums, tiek Jūsų auditorijai. Jums, nes tai leidžia rinkti įvairią informaciją ir duomenis, kuriuos vėliau galite apdoroti kaip mažus rinkos tyrimus, be to, taip Jūsų auditorija jausis aktyvia sesijos dalimi ir išliks dėmesinga bei įsitraukusi į procesą. Apklausos taip pat gali būti atliekamos anonimiškai.

Kaip organizuoti internetinį seminarą?

Identifikavus internetinio seminaro tikslus ir tipą, reikia pradėti renginio organizavimo procesą.

1. Turinys, pavadinimas ir formatas

Atliepiant išsikeltą tikslą, reikia atidžiai parinkti norimą perteikti turinį. Apie ką būtent bus Jūsų internetinis seminaras?

It is important at this stage to be as precise and detailed as possible. To optimise online promotion, it is also important to meet SEO search criteria. Identify one or more keywords and make them present and clear in all the material you are going to create.

Šiame etape svarbu būti kuo tikslesniems ir išsamesniems. Siekiant optimizuoti reklamą internete, svarbi atitiktis SEO paieškos kriterijams. Nustatykite vieną ar kelis raktinius žodžius ir pasirinkite, kad jie būtų aiškiai vartojami visoje ketinamoje rengti medžiagoje.

Galvodami pavadinimą, stenkitės įtraukti nustatytą raktažodį bei atkreipti dėmesį, pavyzdžiui, pateikdami jį klausime. Papildykite svarbiausia informacija, pavyzdžiui, ar internetinis seminaras yra mokamas, kam jis skirtas. Pavyzdžiui, *Seminaras „Kaip pasirinkti tinkamą pavadinimą?“ Nemokamas internetinis seminaras tiems, kurie žengia pirmuosius žingsnius šiame sektoriuje“.*

2. Įsitraukę dalyviai

➤ Pranešėjas

Internetinio seminaro tam tikra tema pranešėjas turi būti ne tik tos temos ekspertas, bet ir turėti viešojo kalbėjimo patirties. Žinome, kad gebėjimas kalbėti auditorijai yra įgūdis, kurį reikia lavinti. Jei tai galioja renginiams, vykstantiems „gyvai“ galbūt tai dar labiau aktualu virtualiems renginiams, kuriuose išlaikyti įsitraukusią auditoriją ir neleisti jai atsijungti ar išsiblaškyti yra dar sunkiau.

Jei „gyvuose“ renginiuose gana lengva gauti grįžtamąjį ryšį iš dalyvių (žodinį ar nežodinį), internetiniuose seminaruose tai padaryti daug sunkiau. Kai kuriais atvejais pranešėjas gali netgi jaustis vienišu priešais ekraną.

Be to, netgi turint ribotą biudžetą, internetiniams seminarams galima pasikviesti kelis pranešėjus. Hipotetiškai visi pranešėjai yra toje pačioje virtualioje erdvėje, todėl galima pabandyti pasikviesti daugiau nacionalinių ar tarptautinių pranešėjų.

> Išplėstinė komanda

Be pranešėjo, svarbu numatyti pagalbininką, kuris rūpintųsi pokalbiais, atsakytų į visus klausimus ar praneštų apie techninius sutrikimus. Šia prasme taip pat svarbu turėti už sklandų techninį vyksmą atsakingą asmenį, kuris stebi transliacijos kokybę.

3. Pasakojimas sesijos metu

Labai svarbu tinkamai pasiruošti pasakojimui sesijos metu. Planavimas yra pagrindinis internetinio seminaro sėkmės elementas.

Būtina aiškiai ir protingai susisteminti turinį bei turėti moderatorių, kuris padėtų dalyviams pereiti nuo vienos temos prie kitos ir, jei planuojami keli pranešimai, nuo vieno kalbėtojo prie kito.

Kad pasakojimo būtų lengva klausytis ir sekti, būtina parengti sesijos metmenis ir pasidalinti jais su visais pranešėjais, aiškiai nurodant, kiek laiko kiekvienas iš jų turės bei suderinti temas, kurios bus aptartos prieš ir po jų kalbų.

Vidutinė internetinių seminarų trukmė yra nuo 30 iki 60 minučių. Siūlome neviršyti šios ribos, kad neprarastumėte vartotojų dėmesio ar aktyvumo.

Kalbant apie aptariamų temų struktūrą, svarbu prisiminti, kad, jei žmonės skiria laiko ir dalijasi savo duomenimis su Jumis, taip yra todėl, kad tikisi gauti **vertingą turinį**. Todėl, kad ir koks būtų internetinio seminaro tikslas, labai svarbu, kad komercinės reklamos temos būtų apribotos labai trumpu laikotarpiu (preliminariai niekada neviršijant 20 proc. viso laiko). Didžioji sesijos dalis turi būti skirta dalyvaujanti auditorijai perduoti dominantį turinį.

4. Interaktyvumas

Jūs galite nuspręsti, ar suteikti dalyviams teisę pasisakyti, ar apriboti jų bendravimą tik žinutėmis. Tai iš esmės priklauso nuo renginio tikslų, numatomo dalyvių skaičiaus ir pranešėjų. Virtualios „scenos“ suteikimas gerokai padidina dalyvių įsitraukimą, todėl jie tampa aktyvia perduodamo turinio dalimi; kartu tai gerokai sumažina galimybę moderuoti perduodamą turinį.

Kad ir kokį būdą pasirinktumėte, gera taisyklė - stengtis įtraukti dalyvius net ir paprasčiausiomis apklausomis ar trumpais klausimais, į kuriuos reikia atsakyti internetinio seminaro metu.

5. Pritaikymas žmonėms su negalia

Kaip ir bet kuris renginys, labai svarbu, kad internetiniai seminarai būtų prieinami, todėl būtina užtikrinti, kad galėtų dalyvauti kuo platesnė auditorija.

Štai keletas patarimų, kaip padaryti internetinį seminarą prieinamu:

1. Įtraukite **tiesioginę pateikčių transkripciją ir antraštes**.
Rekomenduojama naudoti tiesioginę transkripciją ir subtitravimą, kad Jūsų internetinis seminaras būtų prieinamas platesnei auditorijai, įskaitant žmones, turinčius klausos sutrikimų, žmones, kurie nemoka seminaro kalbos, arba žmones, kurie negali suaktyvinti garso (pavyzdžiui, yra triukšmingoje aplinkoje - papildžiau, originale nebuvo).
2. **Apribokite teksto kiekį pateiktyse**.
Nekurkite pateikčių, kuriose per daug teksto arba tekstas parašytas per mažu šriftu.
3. Pateiktyse naudokite **didelio kontrastingumo** spalvas.
Tai užtikrina, kad skaidrės būtų perskaitomos visiems, įskaitant dalyvius su mažos skiriamosios gebos ekranais, tuos, kurie turi regėjimo sutrikimų, tokių kaip silpnaregystė ar daltonizmas, arba tuos, kurie žiūri internetinį seminarą per mobilųjį įrenginį.
4. **Žodžiais** aprašykite viską, ką rodote ekrane.
Tokių būdu galite būti tikri, kad visi gali sekti turinį, kuriuo dalijatės.
5. **Įrašykite sesiją**
Jei kontekstas leidžia, galima įrašyti sesiją ir dalytis įrašu su dalyviais, kurie negalėjo dalyvauti arba iki galo nesuprato tam tikro turinio. Taip bus suteikiama galimybė peržiūrėti jį ir klausytis dar vieną ar kelis kartus.
6. **Iš anksto nusiųskite pateiktis**
Jei internetinis seminaras apima pateikčių pristatymą ir jei leidžia kontekstas, gali būti naudinga iš anksto pasidalinti pateiktimis. Tokiu būdu regėjimo negalią turintys žmonės turėtų galimybę skaityti pateikčių tekstą savo mėgstamu įrenginiu. Tai taip pat gali būti geras būdas dalyviams susipažinti su Jūsų pristatomu turiniu ir leisti kitakalbiams išversti pagrindinius terminus į savo kalbą.

6. Įsitraukimas

Kaip ir „gyvuose“ pristatymuose, yra gudrybių ir strategijų, padedančių padidinti auditorijos įsitraukimą į skaitmeninius pranešimus.

Internetinių seminarų pranašumas yra tas, kad jie siūlo nebrangias ir patogias naudoti priemones, skirtas padidinti auditorijos interaktyvumą ir šiek tiek kompensuoti greito reagavimo trūkumą.

Toliau apibendriname kai kuriuos pasiūlymus, kurie jau iš dalies pateikti ankstesniuose skyriuose:

➤ **Prisistatykite**

Dalyviai jau gali ką nors žinoti apie Jus, bet vis tiek prisistatykite. Papasakokite asmeninį anekdotą, būkite pasitikintys savimi, bet tuo pat metu - atviri.

➤ **Būkite veržlūs**

Jei nesate susidomėjęs ir besižavintis tuo, ką sakote, kodėl klausytojai turėtų tuo domėtis? Parodykite, kad esate veržlūs!

➤ **Nebūkite didaktiški**

Ne tik skaitykite skaidres, bet ir pritaikykite pateiktą sau ir Jūsų auditorijai. Pridėkite mažų asmeninių ar aktualių sąsajų. Pasakykite keletą anekdotų, jei tai leidžia kontekstas.

➤ **Stebėkite auditorijos reakciją**

Paprašykite auditorijos atsiliepimų. Leiskite jiems kalbėti ir prisistatyti. Jei to neįmanoma padaryti vizualiai, nes dalyvių internetinės kameros nėra aktyvios arba dėl to, kad dalyvių skaičius yra labai didelis, naudokite apklausas ir pokalbius. Paprašykite atsiliepimų. Užduokite paprastus klausimus, į kuriuos reikia atsakyti per pokalbį. Naudokite viktorinas ir apklausas, kad padidintumėte sąveiką.

➤ **Sukurkite darbo komandą**

Kartais sunku išlaikyti diskusijos tęstinumą, jei auditorija turi per daug klausimų, todėl svarbu turėti moderatorių, kuris valdys pokalbį ir profesionaliai patikrins, ar viskas vyksta taip, kaip turėtų. Numatyti vieno ar kelių išorinių svečių dalyvavimą. Balso pasikeitimas dažnai nutraukia monotonią ir padeda išlaikyti dėmesį.

➤ **Prašykite grįžtamojo ryšio**

Grįžtamasis ryšys turi du pagrindinius privalumus: tai leidžia dalyviams aktyviai dalyvauti pasisakant ir suteikia Jums informacijos apie tai, ką galite patobulinti ateityje arba kas buvo ypač vertinga.

Kada organizuoti internetinį seminarą?

Renkantis internetinio seminaro transliacijos dieną ir laiką, svarbu nepamiršti keleto dalykų.

Pirma, būtina galvoti apie auditoriją, kurią norime įtraukti. Kokį darbą jie dirba? Kur jie gyvena? Kada jie atostogauja?

Pavyzdžiui, jei auditorija yra labai nevienalygė arba gyvena skirtingose pasaulio vietose, iš anksto įrašytas internetinis seminaras su galimybe užsiprenumeruoti kelis pakartojimus gali būti geru sprendimu.

Galioja keletas gerų taisyklių, kurių reikia laikytis:

- internetinį seminarą veskite savo auditorijai patogią savaitės dieną;
- venkite sutapimų ar dienų, artimų valstybinėms šventėms;
- patikrinkite, ar nėra kitų jau suplanuotų įvykių, kurie gali sudominti tą pačią auditoriją.

Kalbant apie laiką, tai labai priklauso nuo auditorijos, į kurią kreipiamės, tipo. Ar jie stebės renginį darbe, ar iš namų?

Bendrajai prasme, tinkamiausias laikas yra ryte, nuo 10:00 iki 11:00 val. Nepamirškite vengti pietų laiko ir, jei turite tarptautinę auditoriją, kaip mūsų DIVETOIR projekto atveju, visada nepamirškite patikrinti laiko juostų, kad galėtumėte dalyvauti kuo daugiau žmonių. Tai naudinga [nuoroda](#), kurią galite patikrinti organizuodami internetinį seminarą.

Kaip jau minėjome, registracija į internetinius seminarus yra puiki galimybė. Labai svarbu tai pabrėžti jau registracijos etape, kad paskatintumėte žmones registruotis ir dalytis savo duomenimis su Jumis, net jei jie negalės dalyvauti numatytą dieną.

Kaip reklamuoti internetinį seminarą?

Nustačius tikslią auditoriją, apibrėžus turinį ir internetinių seminarų renginių datą bei laiką, tampa labai svarbu informuoti žmones apie tai. Akivaizdu, kad reklama yra labai svarbi sėkmingam internetiniam seminarui, priešingu atveju galite dalintis puikiu turiniu, apie kurį niekas nežinos. Trumpai tariant: turime kviesti registruotis.

Nukreipiamojo puslapio kūrimas

Visų pirma turite sukurti nukreipimo puslapį, t.y. puslapį, kuriame pateikiate visą renginio informaciją. Potencialus dalyvis turėtų rasti visą svarbią informaciją: datą, laiką, pavadinimą, darbotvarkę, pranešėjus. Įvykio aprašymas turėtų būti paprastas ir aiškus, bet išsamus. Nepamirškite aiškiai nurodyti seminaro laiko ir datos ir nurodyti atskaitos laiko juostą, jei būtina.

Be pagrindinės informacijos nukreipimo puslapyje taip pat turi būti registracijos forma, kurioje vartotojas turi įvesti asmens duomenis.

Gerai pasirinkite duomenis, kurių prašote iš vartotojų registracijos metu: tai turi būti Jums aktualūs duomenys. Paklauskite savęs, ką reikia žinoti apie savo auditoriją ir kokią informaciją norite įtraukti į savo duomenų bazę.

Tačiau tuo pat metu svarbu neatgrasyti vartotojo per ilgomis formomis ar prašymais pateikti per daug asmens duomenų. Tai sritys, kurias reikia labai kruopščiai apibrėžti; jos nustatys Jūsų potencialių klientų kokybę. Čia dar kartą primename visada nepamiršti dabartinių duomenų valdymo taisyklių.

Visada sukurkite sėkmingos registracijos patvirtinimo puslapį. Nepalikite naudotojams abejonių dėl to, ar registracija buvo sėkminga, ar ne. Taip pat nustatykite tiesioginio suvestinės el. laiško siuntimą.

Sukūrus nukreipimo puslapį, laikas jį populiarinti.

Rėmimas ir skatinimas

Štai keletas kanalų, skirtų reklamuoti nukreipimo puslapį, taigi, ir internetinį seminarą:

- Jūsų **svetainė**: įterpkite nuorodą į savo svetainę, naujienų ar įvykių skiltį arba iššokantį langą;
- **socialiniai kanalai**: įvertinkite socialinius kanalus, kurie bus įtraukti pagal tikslinę auditoriją. Planuokite organinius įrašus ir, jei įmanoma, gerai nukreiptus remiamus įrašus;
- **pristatymas ir naujienlaiškis**: siųskite pranešimą el. paštu savo duomenų bazės adresatams. Naudokite aiškius pranešimus, gerai paaiškinančius, koks yra internetinio seminaro tikslas ir kam jis skirtas;
- **išpopuliarėkite**: pabandykite sukurti žymas su grotelėmis ir internete skatinkite dalytis atsiliepimais. Taip pat naudokite savo pranešėjų socialinius kanalus, kad pasiektumėte ir jų auditoriją.

Surinkę dalyvių duomenų bazę, siųskite priminimus.

Atminkite, kad jei „gyvuose“ renginiuose užsiregistravusių ir nedalyvavusių asmenų skaičius yra didelis, skaitmeniniuose renginiuose nedalyvavusiųjų po patvirtintos registracijos yra dar didesnis. Todėl labai svarbu palaikyti ryšį su dalyviais.

Siūlome atsiųsti bent du priminimus: pirmąjį likus dviem ar trimis dienoms iki renginio, o antrąjį – likus maždaug 15 minučių iki jo pradžios, kad perteiktumėte skubos jausmą.

Keletas baigiamųjų patarimų

Techniniai testai

Prieš organizuojant internetinį seminarą, siūlome sudalyvauti kituose internetiniuose seminaruose: labai svarbu suprasti struktūrą ir esmę bei nustatyti auditorijos lūkesčius ir dalyvių poreikius. Pamatę keletą formatų pavyzdžių, galėsite pasirinkti Jums tinkamiausią formatą.

Prieš transliuojant oficialų renginį, rekomenduojame surengti vieną ar daugiau bandomųjų sesijų, kuriose dalyvautų visi pranešėjai. Tai būtina norint patikrinti, ar geras ryšys ir ar nėra viename kompiuteryje nėra parametrų, prieštaraujančių internetinių seminarų platformai.

Štai keletas aspektų, kuriuos reikia patikrinti prieš pradėdant transliaciją:

- ar veikia vaizdo kamera;
- ar mikrofonas veikia ir tinka aplinkai;
- ar stabilus ryšys (kabelis yra geriausia);
- ar kompiuteris yra prijungtas tinkamai.

Kalbant apie patalpų įrengimą įrašymui, pateikiame keletą patarimų:

- gerai apžiūrėkite, ką aprėps kamera;
- gerai apgalvokite apšvietimą. Šviesus kambarys tikrai yra sveikintinas, svarbu, kad šviesa netrukdytų fotoaparatus;
- padėkite kompiuterį Jūsų galvos lygyje ir reikiamu atstumu, kad išvengtumėte kadru iš apačios arba vaizdo nukirpimo;
- įvertinkite kambario, iš kurio transliuosite seminarą, triukšmo lygį;
- atkreipkite kitų patalpų naudotojų dėmesį į tai, kad kambarys bus naudojamas tiesioginiam filmavimui, kad kiti žmonės neįsiveržtų į kambarį;
- dėvėkite drabužius, kurie išsiskiria fone už Jūsų (pavyzdžiui, geriau venkite baltų marškinių, jei fone yra balta siena).

Šiuos bandymus patartina atlikti likus kelioms dienoms iki transliacijos, kad turėtumėte laiko išspręsti iškilusias technines problemas.

Transliacijos dieną siūlome bent 20 minučių iki pradžios prisijungti galutiniam patikrinimui.

Pranešėjų patikimumas

Rekomenduojame kruopščiai pasiruošti internetinam seminarui. Žinoma, svarbu būti lanksčiam, tačiau pasirengimas yra bet kokio sėkmingo pristatymo pagrindas. Repetuo­kite savo pristatymą, suasmeninkite, drąsiai pereikite nuo vienos temos prie kitos ar atsakykite į visus klausimus.

Kai pradėsite tiesioginę transliaciją, pabandykite apjungti tai, ką paruošėte, su tuo, kas atsirado renginio metu, atkartoti tai, ką pasakė kitas pranešėjas ar koks nors dalyvis. Tai padarys Jūsų kalbą „unikalesnę“ ir atrodys gyvesnė bei labiau improvizuota.

Venkite tvarkaraščio kaitaliojimo ir paskutinės minutės pakeitimų, dėl kurių situacija gali tapti chaotiška ir sukelti nereikalingą stresą. Tiesioginio eterio metu turėkite stiklinę vandens netoliese ir išlikite susikaupę!

Tolimesnė eiga

Kai internetinis seminaras bus ištransliuotas, būtina nenutraukti bendravimo su savo auditorija ir laikytis strategijos, kurią rinkodara vadina tolesniais veiksmais. Skirtingai bendraukite:

- tiems, kurie dalyvavo renginyje, pasakykite ačiū, paprašykite atsiliepimų apie renginį ir pasiūlykite tolesnius veiksmus;
- su tais, kurie negalėjo dalyvauti, pasidalykite sesijos įrašu ar pateiktu turiniu, kad vis tiek išlaikytumėte ryšį.

Išvada

Internetiniai seminarai yra galingas ir naudingas įrankis, tačiau jų rengimas, projektavimas, organizavimas ir pristatymas yra sudėtingas procesas.

Tikimės, kad šis vadovas gali padėti Jums padidinti savo iniciatyvų sėkmę. Norėtume baigti garsia Wayne'o Burgraffo citata: „*Kiekvienai pristatymo laiko minutei reikia vienos valandos pasiruošimo*“. Niekada to nepamirškite ruošdami internetinius seminarus!

Priedas - ištekliai

Internetinio seminaro programinės įrangos parinktys per pastaruosius kelerius metus eksponentiškai išaugo, tai lėmė ir daugelio veiklų atnaujinimas internetinėje erdvėje Covid-19 pandemijos metu. Šiame vadove pristatome „Zoom“, kurį pasirinkome savo internetiniams seminarams, nes tai yra programinė įranga, kurią ESHOB partneris naudoja MOOC internetiniams seminarams organizuoti.

Norėdami gauti išsamesnę turimos programinės įrangos analizę, galite naudoti nuorodą į „Capterra“ svetainę (šaltinis - anglų kalba): [Geriausia internetinių seminary programinė įranga 2022 | Populiariausių įrankių ir sistemų apžvalgos](#)

Zoom

DIVETOUR internetiniai seminarai transliuojami naudojant „Zoom“ internetinių seminarų platformą. Užsiregistravę gausite renginio nuorodą, kad galėtumėte prisijungti prie internetinio seminaro.

Zoom yra patentuota „Zoom Video Communications“ sukurta vaizdo telefonijos programinė įranga.

Naudojantis nemokamu Zoom planu, vienu metu galima rengti 40-ies minučių trukmės susitikimus, kuriuose gali dalyvauti iki 100 žmonių.

Vartotojai gali pasinaudoti daugiau Zoom galimybių, užsisakius mokamą planą.

Zoom suteikia galimybę rengti susitikimus ir internetinius seminarus. Tačiau kuo šios dvi priemonės skiriasi?

	Susitikimas	Internetinis seminaras
Įžanga	Zoom susitikimas idealiai tinka interaktyvesniems susitikimams , kai norite, kad auditorija aktyviai dalyvautų arba kad būtų suskirstyta į mažesnes grupes.	Zoom internetinis seminaras idealiai tinka didelėms auditorijoms arba viešiesiems renginiams.
Naudotina	Grupėms: <ul style="list-style-type: none">• Susitikimams su klientais• Susitikimams su kolegomis• Mokymams	Dideliems renginiams ir viešoms transliacijoms <ul style="list-style-type: none">• Plenarinėms asamblėjomis• Ketvirčio/susitikimams• Didaktinėms pamokoms
Kaštai	Galima mokama ir nemokama prenumerata.	Mokama Pro ar aukštesnio lygio prenumerata.

Zoom pateikia nemokamus mokymo išteklius apie internetinių seminarų kūrimą ir techninį valdymą naudojant jų platformą.

Zoom mokymo išteklius rasite [šioje nuorodoje](#)