

SMERNICE ZA IZVEDBO 2 SPLETNIH SEMINARJEV

Kazalo

Predgovor	4
Kaj je spletni seminar?	4
Zakaj organizirati spletni seminar?	4
Kakšni so cilji?	5
➤ Usposabljanje	5
➤ Predstavitev storitev	6
➤ Sprejemanje novih študentov ali kolegov	6
➤ Izpopolnovanje ali prekvalificiranje kolegov ali zaposlenih	6
➤ Ohranjanje stikov	6
➤ Zbiranje kontaktov	6
Katere vrste spletnih seminarjev?	7
Kako snemati spletni seminar?	7
Kako pomagati udeležencem, da ostanejo povezani?	8
➤ Predstavitev	8
➤ Klepet	8
➤ Interaktivna tabla	8
➤ Skupna raba zaslona	8
➤ Ankete	9
Kako organizirati spletni seminar?	9
➤ Vodja	9
➤ Razširjena ekipa	10
3. Pripovedovanje zgodbe teme	10
4. Interakcija	11
5. Dostopnost	11
6. Vključenost	12
➤ Predstavite se	12
➤ Pokažite čustvenost	12
➤ Ne bodite usmerjeni k poučevanju	13
➤ Preučite odzive javnosti	13
➤ Ustvarite delovno ekipo	13
➤ Prosite za povratne informacije	13
Kdaj organizirati spletni seminar?	13
Kako promovirati spletni seminar?	14
Ustvarjanje ciljne strani	14
Promocija	15
Nekaj končnih nasvetov	15
Tehnični testi	15
Govorniški dokazi	16
Sledenje	17

Zaključek	17
Priloga - Viri	17
Zoom	18

Predgovor

Po neverjetnem vzponu med pandemijo Covid-19, so se spletni seminarji uveljavili kot zelo učinkovit način za izmenjavo znanja, idej in informacij. Namen tega praktičnega vodnika je izpostaviti nekatere ključne značilnosti spletnih seminarjev, da postanejo ne le učinkovit način za izmenjavo, krepitev in razvoj novih kompetenc, ampak tudi učinkoviti in privlačni.

Spletni seminarji se v MOOC pogosto uporabljajo za ustvarjanje sinhronih trenutkov izmenjave med vsemi vpletenimi deležniki (gostitelji, udeleženci, študenti, učitelji), kar je primer našega projekta DIVETOIR.

Pri delu na tem dokumentu se je partnerstvo DIVETOIR odločilo, da se bo držalo nekaterih ključnih konceptov, ne da bi poskušalo »ponovno odkritje«, hkrati pa je podlaga za vsa potrebna in uporabna razmišljanja, ki bi jih morale šole ter izobraževalne ustanove ali ustanove za usposabljanje upoštevati pri organiziranju spletnih seminarjev v digitalni prostor po pandemiji.

Kaj je spletni seminar?

Beseda "webinar" je sestavljena iz dveh angleških besed: "web/splet" in "seminar". Webinar torej pomeni spletni seminar.

Že iz etimologije besede je torej jasna njena vadbena poklicanost. Spletni seminarji so dejansko tečaji usposabljanja, ki omogočajo skupno rabo vsebin in predstavitev v virtualnem prostoru in s tem možnost delitve s kome koli na svetu. Ravno ta virtualnost in dimenzija brez ovir je postalo ključno orodje pri obvladovanju pandemije Covid 19.

Čeprav izvirajo iz izobraževanja, so spletni seminarji danes uveljavljena orodja na različnih profesionalnih in osebnih področjih: marketing, izobraževanje, kadri, vodenje podjetij in še bi lahko naštevali.

Zakaj organizirati spletni seminar?

Organizirati spletni seminar je veliko lažje kot organizirati fizično konferenco ali predavanje, saj:

- Fizična prisotnost ni potrebna.
- Možnost neomejenega števila udeležencev.
- Stroški morebitnega osipa (tj. registriranih uporabnikov, ki se ne udeležijo dogodka) so nizki.

- Spletni seminar je mogoče enostavno posneti in ga pozneje deliti z drugimi uporabniki, kar še dodatno razširi celotno občinstvo dogodka.
- Spletni seminar je zelo interaktiven, kar udeležencem omogoča preprosto komunikacijo, dostop do vsebin in predstavitev ter izmenjavo vprašanj in skrbi.

Oglejmo si glavne značilnosti, povezane z **organizacijo spletnega seminarja**:

- V dobi, ko je vsebina ključna, je spletni seminar odlično orodje za ustvarjanje vašega pripovedovanja zgodb. Izvedba spletnih seminarjev, tako kot predavanja iz oči v oči, vam pomaga določiti vaš položaj in se uveljaviti kot strokovnjak za predmet.
- Vsebina, ki je digitalna, se lahko deli na drugih spletnih kanalih in postane virtualna. Deljenje vsebine 'ustno' namesto v pisni obliki lahko poveča angažiranost vaše publike (kdor koli že je: novi zaposleni, študenti, sodelavci, možne stranke).
- Kot že omenjeno, je mogoče spletne seminarje snemati. To vam omogoča ne le takojšnjo skupno rabo vsebine, temveč tudi ustvarjanje dragocene vsebine, ki jo boste pozneje delili z drugimi stiki ali oddajali na zahtevo.

Poleg tega spletni seminarji z vidika trženja ponujajo še dve veliki priložnosti:

- Za dostop do spletnega seminarja se morajo osebe same registrirati: deliti morajo svoje podatke z vami in tako postati del vaše podatkovne baze (na tem mestu vas opozarjamo, da vedno preverite veljavne pravne predpise glede spoštovanja zasebnosti in uporabe osebnih podatkov).
- Uporabniki se v večini primerov prostovoljno udeležijo vašega spletnega seminarja. To pomeni, da jih zanima vaša vsebina in so zato lahko uporabniki, ki jih marketing opredeljuje kot 'kvalificirane potencialne stranke', ki se močno zanimajo za vaše storitve.

Kakšni so cilji?

Za doseganje različnih vrst ciljev obstajajo različne vrste spletnih seminarjev. Da bi lahko organizirali učinkovit spletni seminar, je zato nujno, da najprej definirate, katere cilje želite doseči. Spodaj je nekaj primerov:

➤ Usposabljanje

Če morate izvesti usposabljanje o temi, ki jo dobro poznate, je spletni seminar odlično orodje. Omogoča enostavno deljenje vsebine, takojšnje odgovarjanje na vprašanja in razdelitev udeležencev v podskupine za delo ali primerjavo zapiskov o določenih temah.

Istočasno vam, zaradi znižanja stroškov fizičnega potovanja, preprosto omogoča, da povabite vse nacionalne in mednarodne govorce.

➤ Predstavitev storitev

Če želite na trg lansirati novo storitev, tečaj ali katero koli drugo storitev, je lahko spletni seminar odlična rešitev za vas. Spletni seminar vam bo omogočil, da zagotovite podrobne informacije in interaktivno odgovorite na vprašanja vaše publike. Imeli boste tudi bazo podatkov morebitnih strank, s katerimi boste delali.

➤ Sprejemanje novih študentov ali kolegov

Sprejeti novince v šolskem ali poslovnem okolju ni nikoli enostavno. Še posebej, če ni mogoče dnevno deliti prostorov ali trenutkov razmišljanja. Spletni seminar je odlično orodje, ki ga lahko hitreje in z zmanjšanjem stroškov redno vzpostavite in tako zagotovite, da je uvajanje uspešno.

➤ Izpopolnovanje ali prekvalificiranje kolegov ali zaposlenih

Če spletni seminarji izvirajo iz izobraževalne sfere, se danes zagotovo množično uporabljajo tudi v podjetniškem sektorju. Nenehno usposabljanje je res bistvenega pomena na vsakem področju in spletni seminarji zagotavljajo stroškovno učinkovito, stalno in dosledno rešitev.

➤ Ohranjanje stikov

Za dolgoročno stabilnost je nujno potrebno ohranjanje stikov s sodelavci, strankami, deležniki. Spletni seminarji so odlično orodje za ohranjanje stabilnih in rednih stikov.

➤ Zbiranje kontaktov

Za dostop do spletnega seminarja je potrebna registracija uporabnika. Registracija je ključna priložnost za zbiranje kontaktov in ustvarjanje uporabne baze podatkov.

Katere vrste spletnih seminarjev?

Vrste spletnih seminarjev so odvisne od cilja, vrste vsebine, ki jo je potrebno posredovati in ciljnega občinstva. Prva makro delitev spletnih seminarjev je naslednja:

- **Spletni seminar – v živo.** Spletni seminar v živo je odlična rešitev za izkoriščanje interaktivnosti spletnih orodij. Če je torej vaš cilj izmenjava z udeleženci, zbiranje vprašanj, povratnih informacij ali mnenj, izberite to možnost. Poleg tega bo možnost takojšnje in resnične izmenjave z govorcem povečala vključenost udeležencev in njihovo empatijo do vas in vaše vsebine. Čeprav bo spletni seminar potekal v živo, predlagamo snemanje seje, da bi jo lahko delili s tistimi, ki se dogodka niso mogli udeležiti, ali da bi jo v prihodnje predvajali drugim uporabnikom kot vsebino na zahtevo
- **Spletni seminar – snemanje vnaprej.** Ni vedno enostavno organizirati dogodka s spreminjanjem dnevnega reda vseh govorcev in udeležencev. Če bo to težavo težko obvladati, razmislite o vnaprejšnjem snemanju spletnega seminarja. To po eni strani olajša vključevanje govorcev, po drugi strani pa omogoča predvajanje več ponovitev iste vsebine, s čimer se poveča tudi število gledalcev. Ko je vsebina posneta, bo v tem primeru zadostovalo, da jo predvajate na spletu na določen dan in uro. Zelo pomembna funkcija, ki jo ponujajo spletni seminarji, je vzdrževanje klepeta v živo. To bo udeležencem, ki bodo sledili vnaprej posnetemu spletnemu seminarju, omogočilo, da še vedno postavljajo vprašanja, na katera bodo v živo odgovorili iz klepeta ljudi, ki ste jim dodelili to nalogo.

Ta možnost omogoča ohranitev interaktivne funkcije webinarja, čeprav manjšo od tiste v živo.

V našem projektu Divetour smo izbrali nekakšno mešanico teh dveh pristopov z dvema sinhronima spletnima seminarjema za izboljšanje izmenjave med udeleženci in oba spletna seminarja smo posneli, da bi ju pozneje dali na voljo.

Kako snemati spletni seminar?

Ob pričetku spletnega seminarja, ne pozabite začeti snemati. To je funkcija, ki jo ponujajo vse tehnične rešitve, ki so trenutno na trgu. Platforma bo utripnila "rec", kliknila na predvajanje in zagotovila, da se snemanje začne in nato shrani v formatu mp4. Če je občinstvo kakor koli vidno, ga ne pozabite opozoriti, da dogodek snemate.

Kako pomagati udeležencem, da ostanejo povezani?

Oglejmo si nekaj najbolj priljubljenih orodij, integriranih v platforme spletnih seminarjev, ki vam lahko pomagajo pri deljenju vsebine in pomagajo udeležencem, da ostanejo povezani:

➤ Predstavitev

Ko delite informacije, je pomembno, da uporabite vizualne pripomočke, da zagotovite, da občinstvo sledi temu, kar predstavljate. Najbolj priljubljena in enostavna možnost za izvedbo je uporaba diapozitivov. Ne pozabite, da je za lažje branje gradiva udeležencem pomembno, da so prosojnice lahko napisane in lahko razumljive. Poleg tega je dobro, da predstavitev začnete z uvodnim diapozitivom, ki povzema glavne informacije o dogodku (trajanje, čas, dnevni red obravnavanih tem) in ga zaključite z diapozitivom, v katerem se zahvaljujete udeležencem in delite reference za nadaljnje dogodke.

➤ Klepet

Kot že rečeno, je uporaba klepeta ključna pri gradnji odnosa z udeleženci. Klepet lahko uporabite za zbiranje vprašanj (lahko izberete, ali želite omogočiti zvok in video udeležencev ali ne), za izmenjavo tehničnih informacij. Izberete lahko, ali želite deliti sporočila z vsemi udeleženci ali samo z določenimi udeleženci.

➤ Interaktivna tabla

Z interaktivno tablo lahko občinstvu omogočite boljšo vizualizacijo kompleksnih procesov. Grafično vodenje seje z uporabo grafikonov, slik ali preslikavo nekaterih spraskanih konceptov bo pomagalo občinstvu pri pridobivanju znanja in razumevanju vsebine.

Ko med spletnim seminarjem uporabljate interaktivno tablo, je prositi udeležence za sodelovanje, lahko spodbudno.

➤ **Skupna raba zaslona**

V nekaterih okoliščinah je lahko koristno aktivirati delenje zaslona, da bodo udeleženci na zaslonu videli točno to, kar vidi voditelj. To je lahko uporabno na primer pri izdelavi predstavitve katere koli programske opreme ali digitalnih orodij. Skupna raba zaslona je lahko uporabna tudi, ko mora voditelj pokazati ne samo eno predstavitev, temveč več datotek, ki jih ima v računalniku. V tem primeru, namesto da vedno prekinete predstavitev za nalaganje in skupno rabo različnih vsebin, je lahko veliko hitrejše in bolj intuitivno, da neposredno delite zaslon.

Ne pozabite deaktivirati vseh osebnih obvestil in počistiti namizja, da ne tvegate prikaza nenamerne osebne ali poslovne vsebine

➤ **Ankete**

Uporaba anket je zelo pomembno orodje za vas in vaše občinstvo. Za vas, ker vam omogoča, da zberete vrsto informacij in podatkov, ki jih lahko nato obdelate kot majhne tržne raziskave in za vaše občinstvo, da se počuti kot aktivni del seje ter tako ostane pozorno in vključeno v proces. Ankete se lahko izvajajo tudi anonimno.

Kako organizirati spletni seminar?

Ko definiramo cilje in vrsto spletnega seminarja, je čas, da nadaljujemo z dejansko organizacijo dogodka.

1. Vsebina, naslov in oblika

Na podlagi definiranega cilja, morate skrbno izbrati vsebino, ki jo želite posredovati. O čem konkretno bo govoril vaš spletni seminar?

Na tej stopnji je pomembno, da ste čim bolj natančni in podrobni. Za optimizacijo spletne promocije je pomembno tudi izpolnjevanje iskalnih kriterijev SEO.

Določite eno ali več ključnih besed in naj bodo prisotne in jasne v vsem gradivu, ki ga boste ustvarili.

Ko ustvarjate naslov, poskusite vključiti ključno besedo, ki ste jo identificirali, in poskušajte pritegniti pozornost uporabnikov, npr. tako, da jo postavite v vprašanje. Dodajte ključne informacije, na primer, ali je spletni seminar brezplačen ali plačan in komu je namenjen. Na primer »Seminar: kako izbrati pravi naslov? Brezplačen spletni seminar za tiste, ki delajo prve korake v industriji.

2. Vključene osebe

➤ Vodja

Vodja spletnega seminarja na določeno temo mora biti ne le strokovnjak teme, ampak tudi usposobljen govorec. Vemo, kdaj je sposobnost govorenja pred občinstvom veščina, ki jo je treba trenirati. Če to velja za dogodke v živo, morda še bolj velja za virtualne, kjer je občinstvo še težje zadržati in preprečiti, da bi bili odsotni ali moteni.

Poleg tega, če je na dogodkih v živo nekoliko enostavno dobiti povratne informacije od udeležencev (besedne ali neverbalne), je to veliko manj pri spletnih seminarjih, med katerimi lahko govorec včasih tvega, da se bo počutil samega pred zaslonom.

Spletni seminarji prav tako omogočajo sodelovanje več govorcev z nizkim proračunom. Hipotetično so vsi govorci oddaljeni le en klik, zato je morda dobra ideja, da poskusite vključiti druge nacionalne ali mednarodne govorce.

➤ Razširjena ekipa

Poleg vodje je pomembno določiti pomočnika, ki bo skrbel za klepet, za reševanje morebitnih vprašanj ali prijav tehničnih okvar. V tem smislu je pomembna tudi tehnično referenčna oseba, ki spremlja kakovost prenosa.

3. Pripovedovanje zgodbe teme

Bistveno je delati na pripovedovanju zgodbe. Načrtovanje je ključni element uspeha spletnega seminarja.

Zato je treba vsebino organizirati jasno in smiselno ter imeti moderatorja, ki bo vodil udeležence od ene teme do druge in, če je predvidenih več intervencij, od enega govorca do drugega.

Da bi uspešno sledili pripovedovanju zgodb, je bistvenega pomena, da sestavite okvir predavanja in ga delite z vsemi govorniki, tako da jasno navedete, koliko časa bo imel vsak od njih, in jih uskladite glede na teme, ki bodo obravnavane pred in po njihovem govoru.

Povprečno trajanje spletnih seminarjev je od 30 do 60 minut. Predlagamo, da te omejitve ne presežete, da ne bi izgubili pozornosti ali sodelovanja samih uporabnikov.

Kar zadeva strukturo obravnavanih tem, si je pomembno zapomniti, da če vam ljudje namenijo čas in z vami delijo svoje podatke, je to zato, ker pričakujejo, da bodo od vas prejeli dragoceno vsebino. Zato je ne glede na namen spletnega seminarja ključno, da so komercialne in ozkopromocijske teme omejene na zelo ozek časovni okvir (okvirno nikoli več kot 20 odstotkov celotnega časa). Pretežni del srečanja mora biti namenjen posredovanju vsebine, ki je zanimiva za sodelujoče občinstvo.

4. Interakcija

Odločite se lahko, ali boste udeležencem dali besedo ali omejili njihovo interakcijo samo na klepet. To je v veliki meri odvisno od ciljev, števila pričakovanih udeležencev in vključenih govorcev. Ponudba virtualnega 'odra' na splošno bistveno poveča vključenost udeležencev, zaradi česar postanejo aktivni del posredovane vsebine; hkrati pa precej zmanjša možnost moderiranja posredovane vsebine.

Ne glede na to, kateri način izberete, je dobro pravilo, da poskušate udeležence tudi preprosto vključiti z anketami ali hitrimi vprašanji, na katera je treba odgovoriti prek klepeta.

5. Dostopnost

Kot pri vsakem dogodku je pomembno, da so spletni seminarji dostopni in da zagotovijo udeležbo najširšemu možnemu občinstvu.

Tukaj je nekaj nasvetov, kako narediti svoj spletni seminar dostopen:

1. Vključite transkripcijo v živo in napise predstavitev.

Priporočljivo je, da uporabite transkripcijo in podnaslavljanje v živo, da bo vaš spletni seminar dostopen širši publiki, vključno z osebami z okvarami sluha, osebami, ki jezika ne govorijo dobro, ali osebami, ki ne morejo aktivirati zvoka.

2. Omejite količino besedila na diapozitivih. Ne ustvarjajte zaslonov s premajhnim besedilom ali, ki so prepolni besedila.

3. Na diapozitivih uporabite barve z visokim kontrastom.

To zagotavlja, da so diapozitivi berljivi za vse, vključno z udeleženci z zasloni z nizko ločljivostjo, tistimi z okvarami vida, kot je slabovidnost ali barvna slepota, ali tistimi, ki gledajo prek mobilne naprave.

4. Z besedami opišite vse, kar pokažete na zaslonu.

Na ta način ste lahko prepričani, da vsi spremljajo vse, kar delite.

5. Snemajte sejo.

Če kontekst dopušča snemanje seje in deljenje posnetka z udeleženci omogoča tistim, ki niso mogli slediti ali niso popolnoma razumeli nekaterih vsebin, da jo pregledajo in ponovno poslušajo enkrat ali večkrat.

6. Diapozitive pošljite vnaprej

Če spletni seminar vključuje predstavitev diapozitivov in če kontekst to dopušča, je morda dobro, da diapozitive delite vnaprej. Slabovidni bi torej imeli možnost brati besedilo na diapozitivih s svojo najljubšo napravo. To bi lahko bil tudi dober način, da se udeleženci seznanijo z vsebino, ki jo predstavljate, in omogočite ostalim, da prevedejo ključne izraze v svoj jezik.

6. Vključenost

Tako kot pri osebnih predstavitev tudi pri digitalnih predstavitev obstajajo triki in strategije za povečanje angažiranosti občinstva.

Prednost spletnih seminarjev je, da ponujajo poceni in uporabniku prijazna orodja za povečanje interaktivnosti z občinstvom in nekoliko nadomestijo pomanjkanje takojšnjega odziva.

Spodaj povzemamo nekaj predlogov, ki so bili delno predstavljeni že v prejšnjih poglavjih:

➤ Predstavite se

Udeleženci morda že vedo nekaj o vas, vendar se vseeno predstavite na prijazen način. Povejte osebno anekdoto, bodite samozavestni, a hkrati dostopni.

➤ **Pokažite čustvenost**

Če niste čustveni do tega, kar govorite, zakaj bi bila javnost? Pokažite, da ste čustveni!

➤ **Ne bodite usmerjeni k poučevanju**

Ne berite samo prosojnic, predstavitev prilagodite sebi in svojemu občinstvu. Dodajte majhne osebne ali tematske anegdote. Če kontekst dopušča naredite nekaj šal.

➤ **Preučite odzive javnosti**

Občinstvo prosite za povratne informacije. Naj govorijo in se predstavijo. Če tega ni mogoče narediti vizualno, ker spletne kamere udeležencev niso aktivne ali ker je število udeležencev zelo veliko, uporabite ankete in klepete. Prosite za povratne informacije. Postavite preprosta vprašanja, na katera boste odgovorili preko klepeta. Za povečanje interakcije uporabite kvize in ankete.

➤ **Ustvarite delovno ekipo**

Včasih je težko obdržati nit razprave, če je preveč vprašanj iz publike, zato je pomembna podpora moderatorja, ki bo vodil klepet in strokovno preverjal, ali vse poteka tako kot mora. Predvidite udeležbo enega ali več zunanjih gostov. Spreminjanje glasov pogosto razbije monotonost in pomaga ohranjati pozornost.

➤ **Prosrite za povratne informacije**

To ima dve glavni prednosti: udeležence bo aktiviralo pri komentiranju in vam bo zagotovilo informacije o tem, kaj lahko izboljšate v prihodnosti ali kaj je bilo posebne vrednosti.

Kdaj organizirati spletni seminar?

Pri izbiri dneva in ure izvedbe spletnega seminarja je pomembno upoštevati nekaj točk.

Najprej je pomembno razmišljati o občinstvu, ki ga želimo pritegniti. Kakšno delo opravljajo? Kje živijo? Kdaj so na počitnicah?

Če je na primer občinstvo zelo heterogeno ali živi na različnih koncih sveta, je lahko dobra rešitev vnaprej posnet spletni seminar z možnostjo naročanja na več ponovitev.

Tukaj je nekaj dobrih pravil, ki jih morate upoštevati:

- Spletni seminar postavite na primeren dan v tednu za vaše občinstvo.

- Izogibajte se delovnih dni med ali blizu državnih praznikov.
- Preverite morebitne druge že načrtovane dogodke, ki bi lahko bili zanimivi za isto občinstvo.

Kar zadeva čas, je zelo odvisno od vrste občinstva, ki ga nagovarjamo. Bodo dogodek spremljali v službi ali od doma?

Na splošno se zdi, da je najprimernejši čas zjutraj med 10.00 in 11.00. Ne pozabite se izogibati času kosila in če imate mednarodno občinstvo, kot v primeru našega projekta DIVETOIR, vedno preverite časovni pas, da bi omogočili čim večjo udeležbo. To je uporabna povezava **link**, ki jo lahko preverite ob organizaciji spletnega seminarja.

Kot smo že poudarili, je prijava na spletni seminar odlična priložnost. Bistveno je, da to opozorite že v fazi registracije, da spodbudite ljudi, da se registrirajo in delijo svoje podatke z vami, tudi če niso dosegljivi na načrtovani datum.

Kako promovirati spletni seminar?

Ko je ciljno občinstvo identificirano, vsebina opredeljena ter datum in ura spletnega seminarja določena, postane nujno, da se ljudje o tem seznanijo. Promocija je očitno ključnega pomena za uspešen spletni seminar, ki sicer tvega, da bo vsebina odlična, za katero nihče ne ve. Na kratko: moramo zbirati prijave.

Ustvarjanje ciljne strani

Najprej morate ustvariti ciljno stran, torej stran, na katero vnesete vse podrobnosti dogodka. Potencialni udeleženec naj najde vse pomembne informacije: datum, čas, naslov, dnevni red, govorce. Opis dogodka naj bo preprost in jasen, a izčrpen. Ne pozabite, da morata biti čas in datum dogodka jasno vidna ter določiti referenčni časovni pas.

Ciljna stran mora poleg glavnih informacij vsebovati tudi obrazec za registracijo, v katerega mora uporabnik vnesti osebne podatke za dokončanje registracije.

Dobro izberite podatke, ki jih od uporabnikov zahtevate ob registraciji: to morajo biti podatki, ki so pomembni za vas. Vprašajte se, kaj morate vedeti o svojem občinstvu in katere informacije želite vključiti v svojo bazo podatkov.

Pomembno pa je, da hkrati uporabnika ne odvrčamo s predolgimi obrazci ali zahtevamo preveč osebnih podatkov. To so polja, ki jih je treba zelo natančno

opredeliti; bodo določili kakovost vaših potencialnih strank. Ponovno vas opozarjamo, da vedno upoštevate veljavne predpise o upravljanju podatkov.

Po uspešni registraciji vedno nastavite potrditveno stran. Ne pustite uporabnikov v dvomih, ali je bila registracija uspešna ali ne. Nastavite tudi pošiljanje takojšnjega e-poštnega sporočila s povzetkom.

Ko je ciljna stran ustvarjena, je čas, da jo promovirate.

Promocija

Tukaj je nekaj kanalov za promocijo vaše ciljne strani in s tem vašega spletnega seminarja:

- Vaše spletno mesto: vstavite povezavo na svoje spletno mesto, v razdelek z novicami ali dogodki ali v pojavno okno.
- Socialni kanali: ocenite socialne kanale, ki jih je treba vključiti glede na ciljno občinstvo. Načrtujte organske in po možnosti dobro ciljno promovirane objave.
- Dem in glasilo: pošljite sporočilo po e-pošti naslovnikom iz svoje baze podatkov. Uporabite jasna sporočila, ki dobro pojasnijo, kaj je namen spletnega seminarja in komu je namenjen.
- Postanite virtualni: poskusite ustvariti ključnik in v splet potisniti prenos od ust do ust. Uporabite tudi socialne kanale govorcev, da dosežete tudi njihovo občinstvo

Ko zberete bazo udeležencev, pošljite nekaj opomnikov.

Upoštevajte, če je stopnja osipa za fizične dogodke visoka, je stopnja osipa za digitalne dogodke še višja. Zato je ključnega pomena ohranjanje stika z udeleženci.

Predlagamo, da pošljete vsaj dva opomnika: prvega dva do tri dni pred dogodkom in drugega približno 15 minut pred njegovim začetkom, da izrazite občutek nujnosti.

Nekaj končnih nasvetov

Tehnični testi

Pred organizacijo lastnega spletnega seminarja vam predlagamo, da se udeležite drugih spletnih seminarjev: nujno je razumeti strukturo in bistvo ter prepoznati pričakovanja občinstva in potrebe udeležencev. Če si ogledate nekaj primerov formatov, boste lažje prepoznali najboljši format za vas.

Ko organizirate svoj spletni seminar, pred oddajo uradne seje priporočamo, da organizirate eno ali več testnih sej z vsemi udeleženi govorniki. To je bistveno za preverjanje, ali je povezava vseh zadostna in da noben osebni računalnik nima nastavitvev, ki so v nasprotju s platformo spletnega seminarja.

Tukaj je nekaj vidikov, ki jih morate preveriti pred prenosom:

- Delujoča video kamera.
- Mikrofon delujoč in primeren za okolje.
- Stabilna povezava (kabel je najboljši).
- Računalnik priključen na polnjenje.

Kar zadeva postavitve prostora za snemanje, je tukaj nekaj nasvetov:

- Dobro si oglejte, da bo kamera imela primerno ozadje.
- Dobro premislite o svetlobi. Svetla soba je vsekakor priimerna, pomembno je, da svetloba ne moti fotoaparata.
- Računalnik postavite na višino, ki je enaka vaši glavi, in na pravi razdalji, da preprečite posnetke od spodaj ali da bi vas kamera odrezala.
- Ocenite raven hrupa v prostoru, iz katerega oddajate.
- Opozorite, da bo soba uporabljena za snemanje v živo, da preprečite vdor drugih ljudi v sobo.
- Nosite oblačila, ki izstopajo glede na ozadje za vami (npr. bolje se je izogniti beli srajci, če je ozadje bela stena).

Priporočljivo je, da zgornje teste opravite nekaj dni pred prenosom, da boste imeli čas za odpravo morebitnih tehničnih težav, ki so se pojavile.

Za zaključno vajo predlagamo, da vzpostavite povezavo vsaj 20 minut pred pričetkom.

Govorniški dokazi

Priporočamo, da se na spletni seminar temeljito pripravite. Seveda je pomembna prilagodljivost, a priprava je osnova vsake uspešne predstavitve. Vadite svojo predstavitev, pripravite jo po svoje, počutite se samozavestni, ko se premikate z ene teme na drugo ali odgovarjate na kakršna koli vprašanja.

Ko greste v živo, poskusite povezati to, kar ste pripravili, s tem, kar se je pojavilo med dogodkom, ponoviti, kar je povedal drug govornik ali kakšen udeleženec. Tako bo vaš govor bolj 'edinstven' in bo deloval bolj sveže in bolj improvizirano.

Izogibajte se revizijam urnika in spremembam v zadnjem trenutku, ki lahko povzročijo kaotičnost situacije in povzročijo nepotreben stres. Med oddajanjem imejte pri sebi kozarec vode in ostanite zbrani!

Sledenje

Ko je spletni seminar predvajan, je potrebno, da ne zaključite pogovora s svojim občinstvom in da sledite zahtevani marketinški strategiji. Pošljite diferencirano komunikacijo:

- Za tiste, ki so se udeležili dogodka: zahvalite se, prosite za povratne informacije o dogodku in predlagajte naslednje korake.
- Za tiste, ki se niso mogli udeležiti: delite posnetek seje ali predstavljeno vsebino, da vseeno ohranite povezavo.

Zaključek

Spletni seminarji so močno in uporabno orodje, vendar je njihova priprava, oblikovanje, organizacija in izvedba zapleten proces.

Upamo, da vam bo ta agilni vodnik lahko pomagal povečati uspeh vaših pobud.– Radi bi zaključili s slavnim citatom Wayna Burgraffa »Za vsako minuto predstavitve je potrebna ena ura priprave.« Nikoli ne pozabite na to, ko pripravljate svoje spletne seminarje!

Priloga - Viri

Možnosti programske opreme za spletne seminarje so se v zadnjih nekaj letih eksponentno povečale tudi zaradi remotizacije številnih dejavnosti med pandemijo Covid-19. V tem priročniku predstavljamo uporabo Zooma, ki smo ga izbrali za naše spletne seminarje, saj je to programska oprema, ki jo uporablja vodilni partner ESHOB za izvedbo spletnih seminarjev MOOC.

Za obsežnejšo analizo razpoložljive programske opreme lahko preverite na spletni strani Capterra na tej povezavi: : [Best Webinar Software 2022 | Reviews of the Most Popular Tools & Systems](#)

Zoom

DIVETOUR Spletni seminarji se predvajajo na platformi za spletne seminarje Zoom. Ob registraciji boste prejeli povezavo dogodka za pridružitve spletnemu seminarju. Za začetek spletnega seminarja kliknite na povezavo. Če niste prejeli potrditvenega e-poštnega sporočila in ne najdete povezave URL dogodka, nas kontaktirajte na info@premiki.com.

Zoom je lastniška programska oprema za video telefonijo, ki jo je razvil Zoom Video Communications.

Zoom ponuja brezplačen načrt, ki omogoča srečanja do 100 sočasnih udeležencev s časovno omejitvijo 40 minut.

Uporabniki imajo možnost odkleniti omejitve brezplačne različice z nadgradnjo in plačljivo naročnino.

Zoom ponuja možnost organizacije srečanj in spletnih seminarjev. Toda kakšna je razlika med obema orodjema?

	Sestanek	Spletni seminar
Navodila	Zoom Sestanek je idealen za gostovanje bolj interaktivnih sej, kjer želite imeti visoko udeležbo občinstva ali sejo razdeliti na manjše skupine.	Zoom Spletni seminar je idealen za veliko občinstvo ali dogodke, odprte za javnost.
Primerno za	Skupine: <ul style="list-style-type: none"> • Sestanke s strankami • Sestanke s sodelavci • Usposabljanja 	Večji dogodki in javne oddaje, kot so: <ul style="list-style-type: none"> • Plenarne skupščine • Četrtna srečanja • Didaktični pouk
Cena	Na voljo so plačljive in brezplačne naročnine.	Plačljiva naročnina je na voljo za za naročnine Pro in višje.

Zoom ponuja vrsto brezplačnih virov za usposabljanje o tem, kako ustvariti in tehnično upravljati spletni seminar z njihovo platformo.

Za dostop do obsežnih in posodobljenih virov za usposabljanje Zoom obiščite naslednjo povezavo: <https://explore.zoom.us/en/campus-events-guide/>.