

# DIRECTRICES PARA LA REALIZACIÓN DE 2 SEMINARIOS WEB

## Síntesis

Introducción	1
¿Qué es un seminario web?	2
¿Por qué organizar un seminario web?	2
¿Qué objetivos?	3
¿Qué tipos de seminarios web?	4
¿Cómo ayudar a los participantes a mantenerse en contacto?	5
¿Cómo organizar un seminario web?	7
1. Contenido, título y formato	7
2. Personas implicadas	7
➤ Presentador	7
➤ Equipo ampliado	7
3. Narración de la sesión	8
4. Interactividad	8
5. Accesibilidad	9
6. Participación	9
¿Cuándo organizar un seminario web?	11
¿Cómo promocionar un seminario web?	11
Creación de la página de destino	11
Patrocinio	12
Algunas sugerencias finales	13
Pruebas técnicas	13
Prueba del orador	14
Seguimiento	14
Conclusión	14
Anexo - Recursos	15
Zoom	15

## Introducción

Tras cobrar un impulso increíble durante la pandemia de Covid-19, los seminarios web se han consolidado como una forma muy eficaz de compartir conocimientos, ideas e información. Esta guía práctica pretende destacar algunas características clave de los seminarios web para convertirlos no solo en

una forma eficaz de compartir, mejorar y desarrollar nuevas habilidades, sino también en una forma efectiva y atractiva.

Los seminarios web se utilizan a menudo en los cMOOC para crear momentos de intercambio sincrónico entre todas las partes interesadas (organizador, participantes, estudiantes, profesores), como en el caso de nuestro proyecto DIVETOIR.

Al trabajar en este documento, la **asociación DIVETOIR** decidió ceñirse a unos pocos conceptos clave, sin tratar de *"reinventar la rueda"*, pero al mismo tiempo dando a entender todas aquellas reflexiones necesarias y útiles que las escuelas y las instituciones educativas o de formación deberían tener en cuenta a la hora de organizar seminarios web en el espacio digital pospandémico.

## ¿Qué es un seminario web?

La palabra "*webinar*" es un neologismo nacido de la unión de dos palabras inglesas: "*web*" y "*seminar*". Un webinar es, por tanto, un seminario celebrado en línea.

Ya desde la etimología de la palabra, queda clara su vocación formativa. En efecto, los seminarios web son cursos de formación que permiten compartir contenidos y presentaciones en un espacio virtual y, por tanto, potencialmente con cualquier persona del mundo. Es precisamente esta dimensión virtual y, por tanto, potencialmente libre de barreras, la que lo ha convertido en una herramienta clave en la gestión de la pandemia Covid 19.

Aunque se originaron en la educación, los seminarios web son ahora herramientas consolidadas en diversos campos profesionales y personales: marketing, educación, recursos humanos, gestión empresarial, por citar algunos.

## ¿Por qué organizar un seminario web?

Organizar un seminario web es mucho más fácil que organizar una conferencia o una charla en persona:

- No se requiere una ubicación física.
- El número de participantes puede ser ilimitado.
- El coste de los abandonos (es decir, de los usuarios inscritos que no acuden al acto) es bajo.
- El seminario web puede grabarse fácilmente y compartirse después con otros usuarios, lo que amplía aún más la audiencia del evento.

- El seminario web es muy interactivo y permite a los participantes comunicarse fácilmente, acceder a contenidos y presentaciones y compartir preguntas e inquietudes.

Veamos las principales oportunidades relacionadas con la **organización de un seminario web**:

- En una era en la que el contenido es clave, un seminario web es una herramienta estupenda para construir su narrativa. Celebrar webinars, al igual que dar conferencias, te ayuda a definir tu posicionamiento y a establecerte como experto en la materia.
- Los contenidos, al ser digitales, pueden compartirse en otros canales en línea y convertirse en virales. Compartir contenidos audiovisuales en lugar de escritos puede aumentar la participación de la audiencia (sea quien sea: nuevos profesores, alumnos, colegas, posibles clientes).
- Como ya se ha mencionado, los seminarios web pueden grabarse. Esto no sólo permite mostrar el contenido inmediatamente, sino también crear contenido valioso para compartirlo más tarde con otros contactos o emitirlo a la carta.

Además, desde el punto de vista del marketing, los seminarios web ofrecen otras dos grandes oportunidades:

- Para acceder a un seminario web, las personas tienen que registrarse: tienen que compartir sus datos con usted, pasando a formar parte de su base de datos (a este respecto, le recordamos que compruebe siempre la normativa legal vigente en materia de respeto a la privacidad y uso de datos personales).
- Los usuarios, en la mayoría de los casos, participan voluntariamente en su seminario web. Esto significa que están interesados en su contenido y, por tanto, pueden ser usuarios que el marketing define como "clientes potenciales cualificados" potencialmente muy interesados en sus servicios.

## ¿Qué objetivos?

Existen diferentes tipos de webinars para alcanzar distintos tipos de objetivos. Por eso, para organizar un webinar eficaz, es esencial definir primero los objetivos que se quieren alcanzar. A continuación encontrará algunos ejemplos:

### ➤ **Formación**

Si necesita formación sobre un tema que conoce bien, un seminario web es la herramienta perfecta. Te permite compartir contenidos fácilmente, responder

preguntas de inmediato y dividir a los participantes en subgrupos para trabajar o debatir temas específicos.

Además, al evitar los costes de los desplazamientos físicos, facilita la invitación a cualquier ponente nacional e internacional.

### **> Presentación de un servicio**

Si tiene que lanzar al mercado un nuevo servicio, curso o cualquier otro recurso, un seminario web puede ser la solución perfecta para usted. Un webinar le permitirá ofrecer información detallada y responder de forma interactiva a las preguntas de su audiencia. También dispondrá de una base de datos de clientes potenciales con los que trabajar.

### **> Acoger a nuevos estudiantes o compañeros**

Acoger a los recién llegados en un entorno escolar o empresarial nunca es fácil. Sobre todo cuando no es posible compartir espacios o momentos de reflexión a diario. Un seminario web es una gran herramienta que, al reducir tiempo y costes, puede organizarse de forma periódica para garantizar el éxito de la acogida.

### **> Cualificación o reciclaje de colegas o empleados**

Aunque los seminarios web se originaron en el ámbito de la educación, lo cierto es que ahora también se utilizan ampliamente en el sector empresarial. La formación continua es esencial en todos los ámbitos, y los seminarios web son una solución rentable, continua y coherente.

### **> Mantener las relaciones**

Mantener el contacto con colegas, clientes y partes interesadas en general es necesario para mantener buenos resultados a largo plazo. Los seminarios web son una herramienta excelente para mantener un contacto estable y regular.

### **> Generar nuevos contactos**

El acceso a un seminario web requiere el registro del usuario. El registro es una oportunidad clave para recopilar contactos y crear una base de datos de marketing.

## **¿Qué tipos de seminarios web?**

En función de los objetivos, el contenido a transmitir y el público destinatario, puede haber distintos tipos de webinars. Una primera macrodivisión es la siguiente:

- **Seminarios web en directo.** Un webinar en directo es la solución perfecta para explotar la interactividad de las herramientas en línea. Por lo tanto, si su objetivo es mantener un intercambio con los participantes, recoger preguntas, comentarios u opiniones, debería elegir esta opción. Además, la posibilidad de tener un intercambio inmediato y real con el ponente aumentará el compromiso de los participantes y su empatía hacia usted y su contenido. Aunque el seminario web se celebre en directo, le sugerimos que grabe la sesión para compartirla con aquellos que no pudieron asistir en directo o para reproducirla en el futuro para otros usuarios como contenido a la carta.
- **Seminarios web pregrabados (también llamados simu-livos).** No siempre es fácil organizar un evento cambiando la agenda de todos los ponentes y participantes. Si esto resulta difícil de gestionar, puede plantearse la posibilidad de pregrabar el seminario web. Por un lado, esto facilita la participación de los ponentes y, por otro, le permite emitir varias repeticiones del mismo contenido, ampliando así también el número de espectadores. En este caso, una vez grabado el contenido, bastará con emitirlo en línea el día y hora señalados. Una característica muy importante que ofrecen los webinars es la de mantener un chat en directo. Esto permitirá a los participantes que sigan el webinar pregrabado seguir haciendo preguntas, que serán respondidas en directo por el chat de las personas a las que hayas asignado esta tarea. Esta opción permite mantener la función interactiva del webinar, aunque menor que la de una emisión en directo real.

En el proyecto Divetour, hemos optado por una especie de mezcla de estos dos enfoques, con dos seminarios web sincrónicos para mejorar los intercambios entre los participantes, y grabaremos ambos seminarios web para que estén disponibles más adelante.

### ***¿Cómo se graba un webinar?***

Cuando empiece el webinar, acuérdate de iniciar la grabación. Se trata de una función que ofrecen todas las soluciones técnicas del mercado. Pulsa el botón "REC" de la plataforma, haz clic en Play y asegúrate de que se inicia la grabación y se guarda en formato mp4. Si el público está visible de algún modo, acuérdate de advertirle de que estás grabando el evento.

### **¿Cómo ayudar a los participantes a mantener la concentración?**

Veamos ahora algunas de las herramientas más populares integradas en las plataformas de seminarios web que pueden ayudarle a compartir contenidos y a mantener la atención de los participantes:

### ➤ **Presentación**

A la hora de compartir información, es importante utilizar ayudas visuales para asegurarse de que la audiencia sigue lo que usted está presentando. La opción más popular y fácil de poner en práctica es el uso de diapositivas. Recuerde que, para facilitar la lectura del material a los participantes, es importante que las diapositivas estén escritas con claridad y sean fáciles de entender. Además, es buena idea abrir la presentación con una introducción que resuma la información principal sobre el evento (duración, horarios, agenda de temas tratados) y cerrarla con una diapositiva en la que se dé las gracias a los participantes y se compartan referencias para eventos posteriores.

### ➤ **Chat**

Como ya se ha dicho, el uso del chat es esencial para establecer una relación con los participantes. El chat se puede utilizar para recoger preguntas (se puede elegir si se habilita o no el audio y el vídeo de los participantes) y para compartir información técnica. Se puede elegir si se comparten mensajes con todos los participantes o sólo con algunos.

### ➤ **Pizarra digital interactiva**

Puede utilizarse una pizarra interactiva para que los asistentes visualicen mejor los procesos complejos. Facilitar la sesión de forma gráfica, utilizando gráficos, imágenes o mapeando algunos conceptos desde cero, ayudará a la audiencia a comprender mejor el contenido y a desarrollar conocimientos.

Cuando se utiliza una pizarra interactiva durante un webinar, puede resultar complicado pedir la colaboración de los participantes.

### ➤ **Compartir pantalla**

En algunas circunstancias, puede ser útil activar la pantalla compartida para que los participantes vean en la pantalla exactamente lo que ve el presentador. Esto puede ser útil, por ejemplo, cuando se hace una demostración de un software o una herramienta digital. La pantalla compartida también puede ser útil cuando el presentador tiene que mostrar no sólo una presentación, sino también varios archivos en el PC. En este caso, en lugar de interrumpir siempre la presentación para cargar y compartir distintos contenidos, puede resultar mucho más rápido e intuitivo compartir directamente la pantalla.

Recuerda desactivar todas las notificaciones personales y limpiar el escritorio para evitar el riesgo de mostrar contenido personal o profesional no deseado.

### ➤ Encuestas

El uso de encuestas es una herramienta muy importante tanto para usted como para su público. Para usted, porque le permite recopilar una serie de información y datos que luego podrá procesar como un pequeño estudio de mercado, y para su público, que se sentirá parte activa de la sesión y permanecerá así atento e implicado en el proceso. Las encuestas también pueden realizarse de forma anónima.

## ¿Cómo organizar un seminario web?

Una vez definidos los objetivos y el tipo de seminario web, es hora de proceder a la organización propiamente dicha del acto.

### 1. Contenido, título y formato

En función del objetivo que haya definido, debe elegir cuidadosamente el contenido que va a transmitir. De qué tratará concretamente su seminario web?

En esta fase, es importante ser lo más preciso y detallado posible. Para optimizar su promoción en línea, también es importante cumplir los criterios de SEO (optimización para motores de búsqueda). Identifique una o varias palabras clave y hágalas presentes y claras en todo el material que vaya a crear.

Al crear el título, procure incluir la palabra clave que haya identificado e intente atraer la atención de los usuarios, por ejemplo, incluyéndola dentro de una pregunta. Añada información clave, como si el seminario web es gratuito o de pago y a quién va dirigido. Por ejemplo, "Seminario: *¿cómo elegir el título adecuado? Un webinar gratuito para los que dan sus primeros pasos en el sector*".

### 2. Personas implicadas

#### ➤ Presentador

El presentador de un seminario web sobre un tema específico no sólo debe ser un experto en la materia, sino también un excelente orador. Sabemos que hablar en público es una habilidad que hay que entrenar. Si esto es cierto para los eventos presenciales, quizá lo sea aún más para los virtuales, en los que

mantener la atención de la audiencia y evitar que desconecte o se distraiga es aún más difícil.

Además, si en los eventos presenciales es bastante fácil obtener feedback de los participantes (verbal o no verbal), no lo es tanto en los seminarios web, durante los cuales el orador puede correr a veces el riesgo de sentirse solo frente a la pantalla.

Los seminarios web también permiten contar con varios ponentes con un presupuesto limitado. Hipotéticamente, todos los ponentes están a un solo clic de distancia, por lo que siempre puede ser una buena idea intentar contratar a varios ponentes nacionales o internacionales.

#### ➤ **Equipo ampliado**

Además del presentador, es importante identificar a un asistente de chat que atienda cualquier pregunta o informe sobre fallos técnicos. En este sentido, también es importante contar con una figura técnica de referencia para supervisar la calidad de la transmisión.

### **3. Narración de la sesión**

Es esencial trabajar la narración de la sesión. Una buena planificación es un elemento clave para el éxito de un webinar.

Por ello, es necesario organizar el contenido de forma clara y lógica y contar con un presentador que guíe a los participantes de un tema a otro y, en caso de intervenciones múltiples, de un ponente a otro.

Para que el storytelling se desarrolle sin problemas, es esencial elaborar un esquema de la sesión y compartirlo con todos los ponentes, aclarando de cuánto tiempo dispondrá cada uno y alineándolos sobre los temas que se tratarán antes y después de su intervención.

La duración media de los webinars oscila entre 30 y 60 minutos. Se recomienda no sobrepasar este límite para no perder la atención ni la participación de los usuarios.

En cuanto a la estructura de los temas tratados, es importante recordar que si la gente le dedica tiempo y comparte sus datos con usted, es porque espera recibir de usted **contenidos valiosos**. Por lo tanto, sea cual sea el objetivo del seminario web, es fundamental que los temas comerciales y estrictamente de promoción de productos se limiten a un tiempo muy reducido (a título indicativo, nunca más del 20% del tiempo total). La parte sustancial de la sesión debe estar destinada a transmitir contenidos de interés para la audiencia participante.

## 4. Interactividad

Se puede decidir si dar la palabra a los participantes o limitar su interacción únicamente al chat. Esto depende en gran medida de los objetivos, el número de participantes y los ponentes. En general, ofrecer el "escenario" virtual aumenta enormemente la implicación de los participantes, convirtiéndolos en parte activa del contenido transmitido; al mismo tiempo, reduce considerablemente la posibilidad de moderar el contenido transmitido.

Sea cual sea el modo elegido, es buena idea tratar de implicar a los participantes, aunque sólo sea con encuestas o preguntas rápidas a las que responder a través del chat.

## 5. Accesibilidad

Como en cualquier acto, es esencial que los seminarios web sean accesibles y garanticen la participación del mayor número posible de asistentes.

He aquí algunos consejos para que su seminario web sea accesible:

1. Incluya la transcripción en directo y el subtítulo **de las presentaciones**. Es aconsejable utilizar la transcripción en directo y el subtítulo para que el seminario web sea accesible a un público más amplio, incluidas las personas con problemas de audición, las que no hablan bien el idioma o las que no pueden activar el audio.
2. **Limite la cantidad de texto** en las diapositivas. No crees diapositivas demasiado llenas de texto o con muy poco texto escrito.
3. Utilice **colores de alto contraste** en sus diapositivas. De este modo, las diapositivas serán legibles para todo el mundo, incluidos los participantes con pantallas de baja resolución, las personas con deficiencias visuales como baja visión o daltonismo, o quienes las vean a través de un dispositivo móvil.
4. **Describe con palabras** todo lo que muestres en la pantalla. Así estarás seguro de que todos seguirán tus acciones.
5. **Grabe la sesión**. Si el contexto lo permite, grabar la sesión y compartir la grabación con los participantes permite que aquellos que no pudieron seguir o no entendieron del todo parte del contenido puedan repasarlo y escucharlo una o más veces.
6. **Envíe las diapositivas con antelación**. Si el seminario web implica la presentación de diapositivas y si el contexto lo permite, puede ser una buena idea compartir las diapositivas con antelación. Así, las personas con discapacidad visual podrán leer el texto de las diapositivas con su

dispositivo preferido. También puede ser una buena forma de que los participantes se familiaricen con el contenido que usted presenta y de que los hablantes no nativos traduzcan los términos clave a su propio idioma.

## **6. Participación**

Al igual que en las presentaciones presenciales, existen trucos y estrategias para aumentar la participación de la audiencia en las presentaciones en línea.

La ventaja de los seminarios en línea es que ofrecen herramientas baratas y fáciles de usar para aumentar la interactividad con el público y compensar en cierto modo la falta de respuestas inmediatas.

A continuación resumimos algunas sugerencias, ya presentadas en parte en los capítulos anteriores:

### **> Preséntate**

Puede que los participantes ya sepan algo de usted, pero preséntese de todos modos de forma afable. Cuente una anécdota personal, muéstrese seguro pero al mismo tiempo accesible.

### **> Mostrar pasión**

Si a usted no le apasiona lo que dice, ¿por qué debería apasionar a su público? ¡Demuestre su pasión!

### **> No ser didáctico**

No te limites a leer las diapositivas, adapta la presentación a ti y a tu público. Añade pequeñas digresiones personales o de actualidad. Haz algunos chistes si el contexto lo permite.

### **> Estudiar las reacciones del público**

Pida la opinión del público. Deja que hablen y se presenten. Si no es posible hacerlo visualmente porque las webcams de los participantes no están activas o porque el número de participantes es muy grande, utiliza encuestas y el chat. Haz preguntas sencillas que se respondan a través del chat. Utilice cuestionarios y encuestas para aumentar la interacción.

### **> Crear un equipo de trabajo**

A veces es difícil mantener el hilo de la discusión si hay una sobrecarga de preguntas de la audiencia, por lo que es importante contar con el apoyo de un moderador que gestione el chat y compruebe profesionalmente que todo va como debe. Prevea la participación de uno o varios invitados externos. Cambiar de voz suele romper la monotonía y ayuda a mantener la atención.

## ➤ Pedir opiniones

Esto tiene dos ventajas principales: hará que los participantes participen activamente en los comentarios y le proporcionará información sobre lo que puede mejorar para el futuro o lo que resultó especialmente valioso.

## ¿Cuándo organizar un seminario web?

A la hora de elegir el día y la hora de emisión del seminario web, es importante tener en cuenta algunos puntos.

En primer lugar, es esencial pensar en el público al que queremos llegar. ¿Qué tipo de trabajo realizan? ¿Dónde viven? ¿Cuándo están de vacaciones?

Si, por ejemplo, la audiencia es muy heterogénea o vive en distintas partes del mundo, un seminario web pregrabado con la posibilidad de suscribirse a varias repeticiones puede ser una buena solución.

En general, éstas son algunas buenas reglas que hay que seguir:

- Organice el seminario web en un día de la semana conveniente para su audiencia.
- Evite los puentes o los días próximos a las fiestas nacionales.
- Compruebe si hay otros actos ya programados que puedan interesar al mismo público.

En cuanto a la hora, depende mucho del tipo de público al que nos dirijamos. Seguirán el acto en el trabajo o desde casa?

En general, parece que la hora más adecuada es por la mañana, entre las 10:00 y las 11:00 horas. Recuerde evitar las horas del almuerzo y, si tiene una audiencia internacional, como en el caso de nuestro proyecto DIVETOIR, no olvide comprobar siempre las zonas horarias para permitir la mayor participación posible. Este es un [enlace](#) útil que puede consultar cuando organice el seminario web.

Como ya hemos señalado, la inscripción en un seminario web es una gran oportunidad. Es crucial hacer hincapié en ello ya en la fase de inscripción, para animar a la gente a registrarse y compartir sus datos con usted aunque no estén disponibles en la fecha prevista.

## ¿Cómo promocionar un seminario web?

Una vez identificado el público objetivo, definido el contenido y fijadas la fecha y la hora del seminario web, resulta crucial darlo a conocer. La promoción es, obviamente, crucial para el éxito de un webinar, que de otro modo corre el

riesgo de ser un gran contenido que pasa desapercibido. En pocas palabras: hay que recoger inscripciones.

## **Creación de la página de destino**

En primer lugar, hay que crear una página de aterrizaje, es decir, una página en la que se introduzcan todos los detalles del acto. El participante potencial debe encontrar toda la información pertinente: fecha, hora, título, programa, ponentes. La descripción del acto debe ser sencilla y clara, pero completa. No olvide hacer claramente visibles la hora y la fecha del acto y especificar la zona horaria de referencia.

Además de la información principal, la página de aterrizaje también debe contener el formulario de registro, en el que el usuario debe introducir sus datos personales para completar el registro.

Elija bien los datos que solicita a los usuarios durante el registro: deben ser datos relevantes para usted. Pregúntate qué necesitas saber de tu público y qué información quieres incluir en tu base de datos.

Sin embargo, es importante al mismo tiempo no desanimar al usuario con formularios excesivamente largos o solicitudes de datos demasiado personales. Se trata de campos que deben definirse con sumo cuidado y que determinarán la calidad de sus contactos. Una vez más, le recordamos que tenga siempre presente la normativa vigente en materia de gestión de datos.

Configure siempre una página de confirmación después de registrarse correctamente. No deje a los usuarios con la duda de si el registro se ha realizado correctamente o no. Configure también el envío de un correo electrónico de resumen inmediato.

Una vez creada la página de aterrizaje, es hora de patrocinarla.

## **Patrocinio**

He aquí algunos canales para promocionar su página de aterrizaje y, por tanto, su seminario web:

- Su **sitio web**: ponga el enlace en su sitio web, en la sección de noticias o eventos o en una ventana emergente.
- Canales sociales: evaluar qué canales sociales utilizar en función del público objetivo. Planifique publicaciones orgánicas y, si es posible, patrocinadas bien segmentadas.
- **Dem y boletín**: envíe una comunicación por correo electrónico a su base de datos. Utilice mensajes claros que expliquen bien cuál es el objetivo del seminario web y a quién va dirigido.

- **Hazte viral:** intenta crear hashtags e impulsar el boca a boca en Internet. Utiliza también los canales sociales de los ponentes para llegar a su público.

Una vez que haya recopilado una base de datos de participantes, envíe algunos recordatorios.

Tenga en cuenta que si la tasa de abandono de los actos físicos es alta, la de los actos digitales es aún mayor. Por eso es fundamental mantener el contacto con los participantes.

Sugerimos enviar al menos dos recordatorios: el primero dos o tres días antes del evento y el segundo unos 15 minutos antes de que empiece, para transmitir una sensación de urgencia.

## **Algunas sugerencias finales**

### **Pruebas técnicas**

Antes de organizar su seminario web, le sugerimos que participe en otros: es esencial entender su estructura e identificar las expectativas de la audiencia y las necesidades de los participantes. Ver algunos ejemplos de formatos te ayudará a identificar el mejor para ti.

Una vez organizado el webinar, antes de emitir la sesión oficial, se recomienda organizar una o varias sesiones de prueba con todos los ponentes implicados. Esto es esencial para verificar que la conexión de todos es suficiente y que ningún PC tiene configuraciones conflictivas con la plataforma del webinar.

He aquí algunos *aspectos que hay que comprobar* antes de la transmisión:

- Cámara de vídeo en funcionamiento.
- Micrófono operativo y adecuado para el entorno.
- Conexión estable (mejor por cable).
- PC conectado a la toma de corriente.

En cuanto a la preparación de la sala de grabación, aquí tienes algunos consejos:

- Fíjate bien en lo que encuadra la cámara.
- Considera bien la luz. Una habitación luminosa es sin duda favorecida, lo importante es que la luz no interfiera con la cámara.
- Coloca el PC a la misma altura que tu cabeza y a la distancia adecuada para evitar disparar desde abajo o que la cámara te corte.
- Evalúe el nivel de ruido de la sala desde la que transmite.

- Tenga en cuenta que la sala se utilizará para filmar en directo, para evitar que otras personas entren de repente.
- Lleve ropa que destaque sobre el fondo detrás de usted (por ejemplo, evite una camisa blanca si el fondo es una pared blanca).

Es aconsejable realizar estas pruebas unos días antes de la emisión para tener tiempo de resolver cualquier problema técnico.

El día de la emisión, se recomienda conectarse al menos 20 minutos antes del comienzo para un último ensayo.

## **Prueba del orador**

Le aconsejamos que prepare a fondo su seminario web. Por supuesto, es importante ser flexible, pero la preparación es la base del éxito de cualquier presentación. Ensaye su presentación, hágala suya, siéntase seguro al pasar de un tema a otro o al responder a las preguntas.

Cuando salgas en directo, intenta integrar lo que has preparado con lo que surgió durante el evento, para conectar con lo que dijo otro orador o algún participante. Esto hará que tu discurso sea más "único" y parezca más fresco y espontáneo.

Evite las revisiones del programa y los cambios de última hora, ya que pueden convertir la situación en un caos y provocar un estrés innecesario. Durante la emisión, ten cerca un vaso de agua y mantén la concentración.

## **Seguimiento**

Una vez emitido el webinar, es necesario no cerrar la conversación con la audiencia y seguir una estrategia que el marketing denomina de seguimiento. Enviar comunicaciones diferenciadas:

- A los asistentes al acto: déles las gracias, pídeles su opinión sobre el acto y sugiérales próximos pasos.
- Para los que no pudieron asistir: comparta la grabación de la sesión o el contenido presentado, para seguir manteniendo la conexión.

## **Conclusión**

Los seminarios web son una herramienta útil y poderosa, pero su preparación, planificación, organización y realización es un proceso complejo.

Esperamos que esta guía ágil le ayude a aumentar el éxito de sus iniciativas.- Nos gustaría concluir con una famosa cita de Wayne Burgraff "*Se necesita una*

hora de preparación por cada minuto de presentación". No lo olvide nunca cuando prepare sus seminarios web.

## Anexo - Recursos

Las opciones de software para webinars han crecido exponencialmente en los últimos años, en parte debido a la deslocalización de muchas actividades durante la pandemia de Covid-19. En esta guía presentamos el uso de Zoom, que elegimos para nuestros seminarios web por ser el software utilizado por ESHOB socio líder para la impartición de seminarios web cMOOC.

Para una revisión más completa del software disponible, visite el sitio web de Capterra en este enlace: [Best Webinar Software 2022 | Reseñas de las herramientas y sistemas más populares](#)

## Zoom

Los seminarios web de DIVETOIR se retransmiten a través de la plataforma de seminarios web Zoom. Cuando se registre, recibirá un enlace para unirse al seminario web. Haga clic en el enlace para iniciar el curso en línea. Si no ha recibido un correo electrónico de confirmación y no encuentra el enlace a la URL del evento, póngase en contacto con nosotros en [vaida.sinkeviciene@paneveziomc.lt](mailto:vaida.sinkeviciene@paneveziomc.lt).

Zoom es un software propio de videotelefonía desarrollado por Zoom Video Communications. Zoom ofrece un *plan gratuito* que permite reuniones de hasta 100 participantes simultáneos con un límite de tiempo de 40 minutos.

Los usuarios tienen la opción de desbloquear los límites de la versión gratuita actualizando y suscribiéndose a un plan de pago.

Zoom ofrece la posibilidad de organizar reuniones y seminarios web. Pero, ¿cuál es la diferencia entre ambas herramientas?

	Reunión	Webinar
Introducción	Zoom Meetings es ideal para celebrar <b>sesiones más interactivas</b> en las que se desea una alta participación del público	Los seminarios web de Zoom son ideales <b>para grandes audiencias o eventos abiertos al público</b> .

	o dividir la sesión en grupos más pequeños.	
<b>Ideal para</b>	<p>Grupos para:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Reuniones con los clientes</li> <li>● Reuniones con colegas</li> <li>● Sesiones de formación</li> </ul>	<p>Grandes acontecimientos y emisiones públicas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Asambleas plenarias</li> <li>● Actualizaciones periódicas</li> <li>● Clases didácticas</li> </ul>
<b>Coste</b>	Existen opciones de <b>suscripción de pago y gratuitas.</b>	<b>Complemento de pago</b> disponible para <i>suscripciones Pro o superiores.</i>

Zoom ofrece una serie de *recursos de formación gratuitos* sobre cómo crear y gestionar técnicamente un webinar con su plataforma.

**Visite el siguiente enlace para acceder a** recursos de formación de Zoom completos y actualizados: <https://explore.zoom.us/en/campus-events-guide/>.