

Jari Juslén

WEBINAARI

Viesti ja vaikuta verkossa



Sisällysluettelo

Sisällysluettelo	2
Johdanto.....	3
Mikä on webinaari?	6
Millainen media webinaari on?	6
Kuka voi järjestää webinaareja?	7
Miksi webinaari on juuri nyt ajankohtainen?	8
Mitkä ovat webinaarin hyödyt?	9
Mihin webinaaria voi käyttää?	10
Koulutusten järjestäminen	10
Sisältömarkkinointi	11
Webinaari myynnissä	12
Webinaari tiedottamisessa	12
Webinaarin tekniikka	12
Yhteinen nimittäjä - webinaarijärjestelmä.....	12
Esiintyjien laitevaatimukset.....	13
Osallistujan laitevaatimukset	15
Näin järjestät webinaarin	16
VAIHE 1: Valmistelu	16
VAIHE 2: Osallistujien rekrytointi	20
VAIHE 3: Toteutus.....	20
VAIHE 4: Jälkihoito	23
Webinaarin kustannukset.....	24
Webinaarijärjestelmä	24
Lisälaitteet.....	25
Esiintyjät.....	25
Webinaarin toteutuksen ulkoistaminen.....	25
Markkinointi.....	25
Mitä seuraavaksi?.....	26
Ota yhteyttä	27
Citrix GoToWebinar -järjestelmä	27
Yhteystietoni	28

Johdanto

Omat ensimmäiset kokemukseni webinaareista ajoittuvat jonnekin syksyyn 2008, jolloin keräsin aineistoa ensimmäiseen kirjaani (Netti mullistaa markkinoinnin, Talentum 2009).

Markkinoinnin viimeisimpiä ilmiöitä ja niistä tietäviä ihmisiä etsiessäni suuntasin katseeni Yhdysvaltoihin, koska uskoin parhaiden tietolähteiden löytyvän juuri sieltä.

Törmäsin tutkimusten aikana mm. HubSpot-nimiseen yritykseen – juuri webinaarien kautta. HubSpotin voi hyvällä syyllä sanoa käyttäneen webinaareja tehokkaasti, sillä niihin osallistumisen kautta minusta tuli ensin heidän aktiivinen seuraajansa, sittemmin myös asiakkaansa ja lopulta jälleenmyyjänsä.

Kiinnostuin webinaarien hyödyntämisestä vakavammin vuoden 2009 aikana suunnitellessani siirtymistäni yrittäjäksi ja miettiessäni aloittavan yritykseni mahdollisia tuotteita ja palveluita. Tiesin jo tuolloin, että koulutukset tulisivat muodostamaan merkittävän osan yritykseni liiketoiminnasta, ja ajatus koulutusten siirtämisestä osittain verkkoon webinaarien avulla nousi eräänlaiseksi ”punaiseksi langaksi” Akatemia 24/7 Oy:n ensimmäistä toimintasuunnitelmaa laatiessani.

Tiesin pystyväni tuottamaan koulutusten sisällöt ilman erityisiä ongelmia, mutta miten toteuttaa webinaarit teknisesti?

Ratkaisu löytyi koko asian lähtöpisteestä, eli HubSpotin järjestämistä webinaareista, joihin olin itse osallistunut kuuntelijana. HubSpot oli käyttänyt omien webinaariensa toteuttamiseen Citrix GoToWebinar –järjestelmää, ja koska osallistujan näkökulmasta se tuntui toimivan erinomaisesti, päätin ensimmäiseksi selvittää kyseisen järjestelmän saatavuuden ja hintatason.



Koin tässä vaiheessa varsin positiivisen yllätyksen, sillä GoToWebinar –järjestelmän käyttöönotto oli kenties yksinkertaisin ja nopein liiketoimintajärjestelmään liittyvä projekti, missä olen ollut mukana. Ensimmäinen treeniwebinaari oli käynnissä muutaman minuutin kuluttua hankintapäätöksestä.

Kun sekä verkkokoulutusten sisältö että tekniikka oli ratkaistu, maksullisista verkkokoulutuksista nimenomaan webinaareina toteutettuna muodostui pysyvä osa syyskuussa 2009 aktiivisen toimintansa käynnistäneen Akatemia 24/7 Oy:n tarjontaa.

Miksi luotan Citrix GoToWebinar –järjestelmään?

Vaikka aikaa on kulunut ja erilaisia vaihtoehtoisia järjestelmiä on tullut markkinoille, Citrix GoToWebinar on edelleen paras vaihtoehto webinaarien toteuttamiseen. Näin ainakin siinä tapauksessa, jos tavoitteena on ammattimainen laatu ja mahdollisimman hyvän kokemuksen tarjoaminen osallistujille.

Citrix GoToWebinar on hyvä juuri niissä asioissa, jotka ovat itse webinaarissa kaikkein tärkeimpiä. Sen tuottama kuvan ja äänen laatu on erinomainen. Lisäksi GoToWebinar on hyvin helppokäyttöinen sekä järjestäjälle että osallistujalle.

GoToWebinar on omien havaintojeni mukaan edelleen maailman suosituin webinaarijärjestelmä. Osallistun kuukausittain keskimäärin 5 – 10 Yhdysvalloista toteutettuun webinaariin (eri yritysten järjestämiä), ja muilla järjestelmillä kuin GoToWebinarilla toteutettuja webinaareja tulee vastaan äärimmäisen harvoin.

Tämän oppaan sisällössä viitataan monesti nimenomaan GoToWebinar-järjestelmään ja sen ominaisuuksien hyödyntämiseen. Voit kuitenkin soveltaa oppaassa annettuja ohjeita muillakin järjestelmillä toteutettaviin webinaareihin.

Tämä opas perustuu käytännön kokemukseen

Et löydä näiltä sivuilta **yhtään teoriaa etkä muiden julkaisemasta sisällöstä kerättyjä neuvoja**.

Olen tehnyt kaikkia tässä oppaassa käsittelemiäni asioita käytännössä lukemattomia kertoja tammikuusta 2010 lähtien, jolloin toteutin ensimmäisen oman webinaarini.

Näkemykseni ja mielipiteeni webinaarien hyödyistä, käyttökohteista ja parhaista toteutustavoista perustuvat yli neljän vuoden käytännön kokemukseen webinaarien toteuttamisesta moniin erilaisiin käyttötarkoituksiin, hyvin erilaisille ja eri kokoisille yleisöille. Toteuttamieni webinaarien joukossa on ollut sekä maksullisia että maksuttomia koulutuksia, tiedotustilaisuuksia, tuotelanseerauksia ja tuotteiden myyntitilaisuuksia. Osa näistä webinaareista on ollut oman yritykseni toteuttamia, osa asiakkailleni toteutettuja.

Järjestämissäni webinaareissa on tähän mennessä ollut esiintyjinä ja yleisönä esimerkiksi

- Maan eturivin poliitikkoja ja puolueiden toimihenkilöitä
- Liittojen ja järjestöjen toimihenkilöitä ja jäseniä
- Yrittäjiä
- Yritysten johtoa ja toimihenkilöitä

Entä tulokset?

Ensimmäisenä haluan mainita asiakastyytyväisyyden, joka mielestäni on kaikkien avoimessa taloudessa toimivien organisaatioiden tärkein menestymisen edellytys. Tässä suhteessa webinaarit ovat toimineet erittäin hyvin ja osallistujien tyytyväisyys on kokonaisuutena ollut korkealla tasolla.

Tässä peruste edelliselle:

Webinaarien yhteydessä tehtyjen palautekyselyjen mukaan noin 65 prosenttia osallistujista pitää webinaaria erittäin hyvänä keinona osallistua tapahtumaan tai koulutukseen ja 98 prosenttia pitää webinaaria vähintäänkin melko hyvänä tilaisuuden toteutustapana. Edellä esitetyt luvut eivät siis perustu arvailuun, vaan satojen palautekyselyyn vastanneiden osallistujien antamien arvioiden jakaumaan.

Webinaarit toimivat myös myyntiliidien ja myynnin tuottamisessa. Olen itse hankkinut Akatemia 24/7 Oy:lle tähän mennessä yli 1000 uutta myyntiliidiä webinaareilla ja myös myynyt webinaarien avulla kymmenien tuhansien eurojen arvosta verkkokoulutuksia. Parhaan yksittäisen webinaarin tuottama myynti on tähän mennessä ollut hieman yli 9000 euroa – kohtalaisen hyvä tulos tunnin tilaisuudesta, jonka markkinointikustannukset yhteensä olivat noin 45 euroa.

Haluan lisätä edelliseen vielä sen seikan, että olen lähes koko ajan toiminut käytännössä yksin, vastaten kaikista webinaareihin ja niiden avulla markkinoituihin tuotteisiin liittyvistä asioista. Voit vain kuvitella mitä voi syntyä silloin, kun samoihin toimenpiteisiin voidaan panostaa useamman ihmisen työaikaa ja ehkä rahaakin vähän enemmän kuin 45 euroa!

Haluan jakaa positiiviset kokemukseni webinaareista kanssasi

Toivottavasti tämä pitkäkö alustus on vakuuttanut sinut siitä, että päätökseni lähteä aktiivisesti puhumaan webinaareista ja niiden käytöstä on syntynyt syvällisen asiaan perehtymisen, käytännön tekemisen ja positiivisten kokemusten lopputuloksena.

Olen itse hyötynyt webinaareista ja olen niiden avulla tuottanut paljon hyötyä myös asiakkailleni, joista pitkäaikaisin on tehnyt yhteistyötä kanssani jo yli 3 vuoden ajan.

Kaikkien näiden kokemusten pohjalta voin lämpimästi suositella webinaarien käyttöä myös sinulle kaikissa tilanteissa ja tarpeissa, joihin ne voivat yrityksessäsi tai organisaatiossasi soveltua. Rohkenen samoilla perusteilla myös kutsua itseäni webinaarien asiantuntijaksi, jonka neuvoja kannattaa kuunnella.

Kirjoitin tämän oppaan auttaakseni sinua ymmärtämään, mistä webinaareissa on kyse ja miten ne voivat auttaa sinua edistämään yrityksesi tai organisaatiosi tavoitteiden saavuttamista. Luettuasi oppaan myös sinä voit lähteä rakentamaan omaa menestystäsi webinaarien avulla – oletpa sitten yksin tai jäsenenä isommassa tiimissä.

Kaikkea mahdollista tietoa näin laajasta aiheesta ei mitenkään saa mahtumaan tällaiseen pieneen oppaaseen – enkä toisaalta näiden kokemusten jälkeenkään pysty ennakoimaan joka ikistä kysymystä, joka mieleesi saattaa nousta. Tästä syystä haluankin kannustaa sinua olemaan minuun yhteydessä ja esittämään omat kysymyksesi, jotka koskevat webinaareja ja niiden mahdollista käyttöä siinä ympäristössä, jossa toimit tällä hetkellä.

Toivotan antoisia ja inspiroivia lukuhetkiä tämän oppaan parissa!

Jari Juslén

Mikä on webinaari?

Webinaari eli verkkoseminaari (tulee englanninkielisestä sanasta *webinar*) on internetissä toteutettu virtuaalinen tapahtuma, johon sekä yleisö että esiintyjät voivat liittyä omalta tietokoneeltaan sijainnista riippumatta.

Webinaari on siis oikea tapahtuma, vaikkakin virtuaalinen sellainen. Webinaarilla on tietty toteutusajankohta (päivämäärä, viikonpäivä ja kellonaika), joten webinaariin tullaan mukaan aivan kuten fyysiseenkin tapahtumaan.

Etukäteen ilmoitetulla toteutusajankohdalla on kokemusteni perusteella paljon suurempi merkitys yleisölle kuin äkkiseltään voisi kuvitella. Osallistujat sitoutuvat aikataulutettuun ja ”livenä” toteutettuun webinaariin aina voimakkaammin kuin milloin tahansa katseltavissa olevaan videotallenteeseen.

Webinaarit voidaan toki myös tallentaa videolle ja tarjota myöhemmin katseltavaksi. Tälläkin on oma arvonsa ja käyttökohteensa, joihin palataan tämän oppaan sivuilla jäljempänä.

Millainen media webinaari on?

Mediana webinaari muistuttaa eniten suoraa radio-ohjelmaa, sillä webinaarissa ääni ja puheen avulla välitetty sisältö ovat keskeisessä roolissa. Webinaarissa on kuitenkin useimmiten mukana myös visuaalista materiaalia, esimerkiksi presentaatioita. Sukulaisuus radioon on joka tapauksessa läheisempi kuin televisioon, sillä vaikka nykyisellä teknologialla webinaarin sisällön tuottamisessa voidaan käyttää jopa televisiotasoista tuotantokalustoa, webinaarit eivät yleensä kuitenkaan ole televisio-ohjelmien kaltaisia.

Webinaarin visuaalinen sisältö syntyy teknisesti siten, että esiintyjän tietokoneen näyttöruudun sisältö jaetaan reaaliaikaisesti verkkoon webinaarin osallistujien nähtäväksi. Jos esiintyjällä on puheenvuoronsa tukena esimerkiksi PowerPoint-esitys, hän käyttää sitä tietokoneeltaan tavanomaiseen tapaan. Koska webinaarin visuaalinen sisältö on ruudulta jaettua näkymää, voit periaatteessa käyttää webinaarisi sisältönä kaikkea sitä, minkä näet tietokoneesi näyttöruudulla.

Webinaarin äänisisältö tuotetaan esiintyjien - puhujien, luennoitsijoiden, kouluttajien, panelistien ja muiden järjestäjän toimeksiannosta paikalla olevien – toimesta ja välitetään mikrofoniin kautta webinaarijärjestelmään ja siitä edelleen osallistujien äänilaitteisiin.

Osallistujat liittyvät webinaariin omalta tietokoneeltaan internet-yhteyden kautta ja näkevät webinaarin esityksen eräänlaisessa selainikkunassa. Webinaarin äänen voi kuulla tietokoneen kaiuttimien tai kuulokkeiden kautta. Vaihtoehtoinen tapa kuunnella webinaarin esityksiä on soittaa puhelimella erityiseen neuvottelupuhelinnumeroon, jonka tiedot toimitetaan webinaarin osallistujille ilmoittautumisen yhteydessä.

Webinaarin vaikuttavuus riippuu sisällöstä, toisin sanoen viesteistä ja niiden esitystavasta. Useimmiten webinaarin viesteistä pääosa välitetään yleisölle PowerPointillä tai muulla vastaavalla esitysgrafiikkaohjelmistolla luodun diaesityksen avulla. Webinaarin sisältöön voi kuulua myös esimerkiksi erilaisten ohjelmistojen ja verkkopalveluiden käytön esittelyä suoraan kyseisen ohjelmiston tai palvelun avulla.

Kuka voi järjestää webinaareja?

Internet on muuttanut viestinnän pelikentän sääntöjä ja tasoittanut yritysten välisiä kokoeroja dramaattisesti.

Kirjoitin vuonna 2009 ilmestyneessä kirjassani Netti mullistaa markkinoinnin seuraavasti:

Internet muodostaa pelikentän, jossa pieni toimija voi luoda yhtä vaikuttavia asiakaskokemuksia kuin suuri. Käytettävissä on joukko markkinointivälineitä, joiden kustannustaso on niin alhainen, että millä tahansa yrityksellä on varaa käyttää niitä.

Webinaarit ovat yksi esimerkki internetin mahdollistamista uusista viestintäkanavista, jotka ovat käytännössä jokaisen ulottuvilla. Webinaarien avulla voivat omia viestinnällisiä ja myynnillisiä tavoitteitaan edistää yhtä hyvin suuret yritykset ja organisaatiot, liitot ja yhdistykset kuin mikroyrityksetkin.

Webinaareihin - kuten myös vaikkapa YouTubessa julkaistaviin videoihin - liittyy se erikoisuus, että niitä voi tuottaa hyvin monilla erilaisilla kustannustasoilla. YouTube-videon voi kuvata itse kännykkäkameralla tai sen tuotantoon voi valjastaa Hollywood-tasoisen koneiston ja sen edellyttämän budjetin.

Molemmista ääripäistä löytyy lukemattomia esimerkkejä. Erikoista tässä on videon avulla syntyvien viestinnällisten tulosten ja käytetyn kaluston mittakaavan heikko korrelaatio. Ilman budjettia tehty spontaani otos voi tallata jalkoihinsa massiivisen tuotantokoneiston luomuksen, yhdellä edellytyksellä: sen välittämä sisältö on vangitsevaa, valloittavaa ja jollekin yleisölle arvoa tuottavaa.

Sama logiikka toimii webinaareissa. Jos kohderyhmä ja aihe osuvat yhteen, webinaarin esiintyjä tietää mistä puhuu ja tuottaa runsaasti arvoa yleisölleen, webinaari vaikuttaa kohdeyleisöön tehokkaasti vaikka sen tuotantoon ei olisikaan valjastettu mittavaa koneistoa ja budjettia.

Itse asiassa esimerkiksi useimmat hyviä myyntituloksia tuottaneet webinaarit on tehty varsin yksinkertaisista raaka-aineista. Hyvin rakennettu tarina ja vastustamaton tarjous tavallisen PowerPoint –esityksen avulla viestittynä riittävät saamaan aikaan juuri sitä, mitä on tarkoituskin.

Miksi webinaari on juuri nyt ajankohtainen?

Maailman digitalisoituminen etenee kiihtyvällä nopeudella. Yksi merkittävimmistä digitalisoitumiseen liittyvistä ilmiöistä on se, että asiakkaat ja muut tärkeät sidosryhmät ovat nyt jatkuvasti yhteydessä tietoverkkoon – kotona, toimistolla, matkalla ja vapaa-aikana.

Yritykset ja muut organisaatiot tarvitsevat yhä nopeampia ja kustannustehokkaampia viestintä- ja myyntikanavia, joiden avulla on mahdollista olla milloin tahansa suorassa keskusteluyhteydessä omien kohdeyleisöjen kanssa maantieteellisestä sijainnista ja kellonajasta riippumatta.

Tehokkuusvaatimusten kasvun myötä jokaisen henkilökohtaisen ajankäytön merkitys korostuu lisäksi jatkuvasti voimakkaammin. Käytettävissä olevan ajan tuhlaaminen kostahtuu yhä useammin menetettyinä mahdollisuuksina ja kasvavana paineena. Jos jonkin asian selvittäminen onnistuu puolella tunnissa tai tunnissa, miksi käyttää siihen aamupäivä?

Webinaari hyödyntää digitalisoituneen maailman mahdollisuuksia ja vastaa syntyneisiin uusiin haasteisiin tehokkaasti. Webinaarin avulla tilaisuuksien järjestäjät voivat koota eri kokoisia kohdeyleisöjä virtuaalisesti yhteen nopeasti ja kustannustehokkaasti, juuri niin usein ja niin pitkäksi aikaa, kun on tarvetta. Osallistumalla webinaariin uuden tiedon tarvitsijat voivat käyttää oman aikansa mahdollisimman tehokkaasti menettämättä mitään oleellista, vapauttaen kenties samalla arvokasta aikaa myös virkistytymiseen ja yhteisöön läheisten kanssa.

Webinaari on erityisen tärkeä uusi viestintäkanava kansainvälisesti toimiville tai kansainvälistymistä hakeville yrityksille, sillä sen avulla on mahdollista tavoittaa omia yleisöjä globaalisti.

Mahdollisuudet ovat mittavat myös pysyttäessä kotimaan rajojen sisäpuolella. Suomi on suuri ja harvaan asuttu maa, jonka väestöstä edelleenkin noin 80 prosenttia asuu pääkaupunkiseudun ulkopuolella. Webinaarien avulla on mahdollista tavoittaa myös kotimaassa kaikki potentiaaliset asiakkaat ja muut sidosryhmät vaivattomalla ja hyvin kustannustehokkaalla tavalla.

Pohjois-Amerikassa webinaarit ovat lyöneet läpi jo vuosia sitten. Tämän tietävät kaikki, jotka joko tekevät liiketoimintaa siellä tai seuraavat toimialansa kehitystä ”rapakon” toisella puolella. Olen useassa yhteydessä todennut, että Yhdysvallat on aina ollut ja on edelleenkin markkinoinnin ja PR:n kotimaa, josta uudet asiat leviävät maailmalle. Näin on käynyt sanomalehtimainonnan, suoramarkkinoinnin, radiomainonnan, televisiomainonnan, telemarkkinoinnin ym. ym. kohdalla – ja niin tulee tapahtumaan myös webinaarien suhteen.

Eli nyt on korkea aika unohtaa näkemyksineen sellaiset ”asiantuntijat”, jotka ovat vuosikaudet supsuttaneet korvaasi erilaisia ”ei toimi Suomessa” –juttuja. He ovat yksinkertaisesti väärässä ja ajavat omaa agendaansa vain puolustaakseen sellaisia menetelmiä, joihin heidän oma ansaintansa perustuu.

Jos tavoittelet kohdeyleisöjä ulkomailta, webinaarien lisääminen viestintäarsenaaliisi antaa sinulle mahdollisuudet olla mukana vakavasti otettavien toimijoiden joukossa. Jos toimit

kotimaassa, webinaarit auttavat sinua merkittävästi parantamaan viestintäsi syvällisyyttä ja vaikuttavuutta niiden ihmisten keskuudessa, joita asiasi eniten kiinnostaa.

Mitkä ovat webinaarin hyödyt?

Webinaarin hyödyt perustuvat suurelta osin kahteen tekijään:

1. Riippumattomuuteen fyysisistä toteutustiloista
2. Riippumattomuuteen esiintyjien ja yleisön maantieteellisestä sijainnista

Webinaari on reaaliaikainen media, jonka avulla voit puhua ja olla suorassa vuorovaikutuksessa kohdeyleisösi kanssa erittäin kustannustehokkaalla tavalla.

Tässä joitakin esimerkkejä järjestäjälle ja osallistujille syntyvistä hyödyistä, jotka ovat seurausta tiedotustilaisuuden, koulutuksen tai muun tapahtuman siirrosta verkkoon:

HYÖTY 1: Maantieteellisesti hajanainen yleisö voidaan helposti koota yhteen

Järjestäjänä pääset eroon yhdestä tilaisuuksien toteuttamista vaikeuttavasta esteestä, maantieteestä. Kun tilaisuus toteutetaan webinaarina, siihen voi osallistua mistä päin maata tai maailmaa tahansa, kunhan käytössä vain on tietokone ja kohtuullisen nopea nettiyhteys.

HYÖTY 2: Ajan säästö

Webinaaria varten ei kenenkään tarvitse matkustaa toiselle paikkakunnalle, tai yleensäkin siirtyä yhtään minnekään. Esiintyjille riittää ilmestyminen "linjoille" varttitunti ennen oman puheenvuoron alkua ja osallistujat voivat huolehtia muista tehtävistään rauhassa tilaisuuden avaussanoihin asti.

Varsinaiseen koulutukseen tai muuhun tilaisuuteen osallistumiseen kuluva aika ei yleensä mene hukkaan, tai ainakaan sen ei pitäisi mennä. Suurin ajan tuhlaus tapahtuu yleensä ennen tilaisuutta ja tilaisuuden jälkeen. Pelkästään erilaisten paikasta toiseen siirtymisten poistaminen tuottaa merkittävän ajansäästön. Myöskään odottelua ennen tilaisuuden alkua ei webinaarissa juuri synny.

Webinaarin päätyttyä kaikki mukana olleet ovat muutamassa minuutissa valmiita jatkamaan muita tehtäviään.

Edellä mainittuun voidaan lisätä vielä se, että webinaarissa sisältö siirtyy esiintyjiltä kuulijoille keskimäärin noin 2 - 3 kertaa nopeammin kuin tavanomaisessa seminaarissa.

Webinaari säästää siis aikaa myös siten, että lyhyempi aika riittää saman asian välittämiseen yleisölle.

HYÖTY 3: Suorien kustannusten säästö

Webinaari laskee merkittävästi tilaisuuden järjestämiskynnystä silloin, kun kustannukset ovat tärkeä tekijä tilaisuuksia suunniteltaessa.

Webinaarilla voit saada sadoista henkilöistä koostuvan kohdeyleisön jakamatonta huomiota jopa 60 – 90 minuuttia kerrallaan korkeintaan muutaman sadan euron kokonaiskustannuksilla (median ja järjestelyjen osuus). Yleisösi voi olla maantieteellisesti hajallaan - vaikka ympäri maapallon, kunhan vain osallistujien käytössä on kohtuullisen nopea internetyhteys.

Webinaarissa suoria kustannuksia syntyy vain sisällöstä, Citrix GoToWebinar -lisenssistä ja mahdollisesti järjestelyihin ostettavasta ulkopuolisesta työpanoksesta. Tilavuokrat, tarjoilut ja muuta tavanomaisiin tilaisuuksiin liittyvät menoerät jäävät pois.

HYÖTY 4: Nopeus

Webinaari on fyysiseen tapahtumaan verrattuna ylivoimaisen ketterä tapa järjestää tilaisuus.

Tarvittaessa järjestät webinaarin vaikka samana päivänä. Webinaarin voi käynnistää myös ”lennosta”, mikä sopii erinomaisesti organisaation sisäisten tietoiskujen ja vastaavien tilaisuuksien nopeaan toteuttamiseen.

Webinaari on siis reaaliaikainen viestintäkanava myös siinä suhteessa, että sen saa avattua aina silloin, kun tarvetta on.

HYÖTY 5: Ekologisuus

Vähäinen asia ei ole myöskään webinaarien käyttöön liittyvä ympäristöhyötynäkökulma. Koska webinaarien käyttö vähentää liikkumisen tarvetta, se johtaa kunkin tilaisuuden osalta merkittävästi tavanomaisia seminaareja pienempään ympäristökuormitukseen.

Mihin webinaaria voi käyttää?

Webinaari tuottaa monia mitattavia ja merkittäviä hyötyjä, ennen muuta ajan ja kustannusten säästöjä.

Webinaarin lupaus on myös helposti ulosmitattavissa, sillä webinaari soveltuu monien erilaisten tilaisuuksien ja tapahtumien toteuttamiseen verkossa. Oikeastaan vain järjestäjän luovuus asettaa rajat sille, mihin webinaaria voi käyttää!

Tärkeimpiä tähän mennessä tunnistettuja ja käytännössä hyödynnettyjä tapoja hyödyntää webinaaria ovat:

Koulutusten järjestäminen

Monia erilaisia koulutuksia voi mainiosti toteuttaa webinaarina. Webinaariin soveltuvat oikeastaan lähes kaikki sellaiset koulutukset, joissa käytetään opetuksen tukena esitysmateriaaleja, esimerkiksi PowerPoint -presentaatioita.

Lisäksi webinaari sopii erityisen hyvin esimerkiksi ohjelmistojen toiminnallisuuden esittelyyn tai verkossa toimivien palveluiden käyttökoulutuksiin, sillä webinaarissa asioita voi käydä läpi samalla näyttäen käytännössä, miten asiat koulutuksen kohteena olevassa välineessä toimivat.

Esimerkkejä webinaarin koulutuskäytöstä:

Maksuttomat koulutukset, esimerkiksi

- Uusille asiakkaille järjestettävä tuote- tai käyttökoulutus
- Liittojen, yhdistysten ym. jäsenetuna tarjottava koulutus

Maksulliset, esimerkiksi

- Avoimet koulutukset, joilla korvataan tavanomaisia luokkahuonekoulutuksia
- Asiakaskohtaiset ja räätälöidyt koulutukset yrityksen tai organisaation henkilöstölle

Millaiseen koulutuksen webinaari ei sovellu?

Webinaarina ei kannata toteuttaa koulutusta, jonka sisällön välittämisessä tarvitaan suoran televisio-ohjelman kaltaista sisältöä.

Esimerkiksi golf-lyöntien opettamiseen keskittyvän koulutuksen toteuttamiseen verkossa soveltuu paremmin videokurssi, jonka aikana mallisuoritukset voidaan esitellä korkeatasoisen videokuvan avulla ja videon katselu tapahtuu oman aikataulun mukaan, niin monta kertaa kuin on tarvetta asian sisäistämiseksi. Golfin sääntöjen ja etiketin opetukseen webinaari toisaalta sopii erinomaisen hyvin.

Sisältömarkkinointi

Webinaari on tehokas sisältömarkkinoinnin kanava. Järjestämällä webinaarin voit saada nykyisten ja potentiaalisten asiakkaidesi aikaa ja huomiota enemmän kuin missään muussa mediassa, lisäksi erityisen kustannustehokkaasti.

Webinaarissa voit lyhyiden iskulauseiden ja kiteytettyjen viestien sijasta välittää ostajillesi niin paljon tietoa kuin tarvitaan mielenkiinnon herättämiseen, luottamuksen ansaitsemiseen ja positiivisen mielikuvan rakentamiseen.

Webinaari on erityisen hyödyllinen sellaisille markkinoijille, joiden tuotteet ovat suhteellisen monimutkaisia ja asiakkaiden ostoprosessit pitkiä. Webinaarien avulla voidaan tällöin lanseerata uusia tuotteita ja palveluita kertomalla potentiaalisille ostajille nykytilanteen kehittämismahdollisuuksista ja ”opettamalla” uuden tuotteen käytön tuottamia hyötyjä.

Onko tavoitteesi ajatusjohtajuus?

Ajatusjohtajuuden saavuttamiseen tarvitaan hyvää sisältöä ja sen tehokasta välittämistä oikeille ihmisille. Tavanomaisen yritysviestinnän ja tiedottamisen keinoin on käytännössä mahdotonta päästä riittävän lähelle omia asiakkaita ja muita tärkeitä sidosryhmiä, joiden mielipiteet ratkaisevat sen, kenen ääntä toimialalla kuunnellaan.

Webinaarit ovat tehokkaita oman toimialansa ajatusjohtajuuteen tähtäävien markkinoijien käytössä. Webinaareissa asiakkaille voi tarjota syvällistä tietoa ja perustella asioita monin eri tavoin, unohtamatta välittömän vuorovaikutuksen mahdollisuutta.

Haluatko tehostaa myyntiliidien hankintaa?

Kun tarjoat webinaarissa potentiaalisia ostajiasi kiinnostavaa tietoa, saat juuri oikeat ihmiset ilmoittautumaan ja myös tulemaan kuulolle. Maksuttomat, tarkasti rajattuihin teemoihin kohdennetut webinaarit ovat nousseet oman yritykseni tärkeimmäksi keinoksi hankkia uusia valmiiksi segmentoituja myyntiliidejä.

Webinaari myynnissä

Webinaarin voi rakentaa myös selkeästi myynnin tarpeisiin. Webinaariin kutsutaan potentiaalisia ostajia, joille annetaan tilaisuuden aikana tietoa siitä ongelmasta, johon webinaarissa tarjottava tuote on ihanteellinen ratkaisu. Myynnin voi käynnistää jo webinaarin aikana, ja webinaarin jälkeen osallistujia voidaan lähestyä esimerkiksi automaattisen sähköpostikampanjan avulla.

Webinaari tiedottamisessa

Webinaaria voi hyödyntää myös erilaisten tiedotustilaisuuksien toteuttamiseen. Järjestämällä webinaarin saat toteutettua tiedotustilaisuuden hyvin nopealla aikataululla ja vaivattoman osallistumisen ansiosta voit saada paikalle sellaisiakin henkilöitä, joiden houkutteleva tavanomaiseen tiedotustilaisuuteen on vaikeaa. Webinaari on heti käyttövalmis aina kun tapahtuu jotain sellaista, mistä kannattaa kertoa omille sidosryhmille.

Webinaaria voi hyödyntää myös reaaliaikaisessa kriisiviestinnässä. Ajattelepa tilannetta, jossa on saatava tieto nopeasti oikeille sidosryhmille ja siten, että voidaan välittömästi vastata myös kysymyksiin, oikaista väärinkäsityksiä ja estää kielteisen julkisuuden syntyminen. Webinaarin saat pystyyn jopa tunnin sisällä tilanteen aktivoitumisesta, sen aikana voit esittää ja perustella oman näkökulmasi ja vastata saman tien kysymyksiin.

Webinaarin tekniikka

Webinaarin järjestämiseen ja siihen osallistumiseen liittyvät tekniset järjestelyt ovat vastoin monen käsitystä suorastaan ällistyttävän yksinkertaisia. Normaalityapauksessa lähes kaikki tarvittava on jo olemassa ja käytössä sekä esiintyjien että yleisön puolella.

Webinaarien käyttöönottoon EI liity suuria tietojärjestelmähankkeita ja -investointeja, mittavia ohjelmistoasennuksia eikä laitehankintoja. Tekniikkaan liittyvät investoinnit ovat useimmissa tapauksissa korkeintaan muutamia satoja euroja.

Tässä yhteenveto webinaareihin liittyvistä teknisistä asioista sekä järjestäjän (esiintyjät) että osallistujan (yleisö) puolelta tarkasteltuna.

Yhteinen nimittäjä - webinaarijärjestelmä

Välttämätön apuväline webinaarien järjestäjälle on pilvipohjainen webinaarijärjestelmä, jota käyttäen webinaari toteutetaan tiettyä ajankohtana.

Webinaarijärjestelmä korvaa fyysisten tapahtumien järjestämisessä tarvittavan kokous- tai muuta tilan. Lisäksi webinaarijärjestelmä huolehtii monista tilaisuuteen liittyvistä viestinnällisistä tehtävistä, kuten osallistumislinkkien ja muistutusten lähettämisestä.

Webinaari luodaan ja aikataulutetaan webinaarijärjestelmään, jonka jälkeen sinne voi kutsua osallistujia. Webinaarijärjestelmä ottaa vastaan ilmoittautumisia, lähettää osallistujille henkilökohtaiset osallistumislinkit ja muistuttaa niin haluttaessa vielä ennen tilaisuuden alkamista.

Pääset toteuttamaan ensimmäisen webinaarisi vasta hankittuasi käyttöösi webinaarijärjestelmän, joten tämä asia on hoidettava kuntoon viimeistään siinä vaiheessa, kun webinaarin toteutusajankohta on päätetty ja ilmoittautumisten vastaanotto on saatava käyntiin.

Esiintyjien laitevaatimukset

Esiintyjät tuottavat huomattavan osan webinaarin osallistujakokemuksesta, joten on tärkeää varmistaa ennen webinaarin käynnistämistä, että esiintyjillä on käytössään laadukkaan lopputuloksen varmistavat tekniset välineet.

Verkkoyhteydet

Webinaari toteutetaan pilvipohjaisen järjestelmän avulla internetissä, joten parhaan mahdollisen osallistumiskokemuksen tuottamiseen yleisölle esiintyjillä on oltava käytössään laadukas verkkoyhteys. Yhteyden nimellishopeutta tärkeämpää esiintyjien osalta on yhteyden luotettavuus ja tasalaatuisuus, sillä katkot tiedonsiirrossa näkyvät ja kuuluvat jossain kohtaa yleisölle.

Esiintyjille paras ratkaisu onkin edelleen vanha kunnon kiinteä verkkoyhteys, eli työaseman liittäminen lähiverkkoon ethernet-kaapelilla. Tämän yhteyden kautta saadaan luotettavin ja tasalaatuisin internet-yhteys. Uusimmilla tukiasemilla toteutettuna myös wlan-verkko saattaa toimia, samoin 4G-mobiiliyhteys - ihannetapauksessa jopa 3G-mobiiliyhteys. Esityksen teknisen laadun heikkenemiseen liittyvät riskit kuitenkin kasvavat siirryttäessä ethernet-kaapelista wlan-yhteyteen ja edelleen mobiiliverkkoyhteyksiin.

Menestysvinkki: Suurin osa webinaariin liittyvistä teknisistä häiriöistä johtuu esiintyjän käyttämästä verkkoyhteydestä. Kun varmistat, että webinaarisi esiintyjät käyttävät laadukkaaksi tiedettyä kiinteää (ethernet) verkkoyhteyttä, olet tehnyt tämän asian suhteen kaiken voitavan.

Mikrofoni ja työaseman ääniasetukset

Mikrofoniin kannattaa panostaa, sillä hyvälaatuisen äänen rooli on yleisön kokemuksen kannalta merkittävä. Webinaarijärjestelmän kapasiteetti riittää korkeatasoisen äänen välittämiseen, mutta kehnon mikrofoniin käyttö voi johtaa äänen osalta surkeaan lopputulokseen.

Laadukkaan mikrofoniin avulla varmistetaan, että esiintyjän puhe kuuluu yleisölle selkeästi ja riittävällä voimakkuudella. Voit käyttää laadukasta kuuloke-mikrofoniyhdistelmää tai vielä

mieluummin USB-liitännällä varustettua pöytämikrofonia. Noin 150 euron hintainen Blue Yeti -pöytämikrofoni on äänenlaadultaan erinomainen.

Esiintyjien työasemien mikrofoniiliitännän äänenvoimakkuus kannattaa asettaa maksimiin ja laskea äänenvoimakkuutta vain siinä tapauksessa, että testauksen yhteydessä todetaan sen olevan liian korkealla tasolla.

Videokamera

Webinaareissa voidaan (järjestelmän ominaisuuksien salliessa) näyttää myös videokuva.

Koska webinaarit eivät kuitenkaan ole televisio-ohjelmia eikä niistä kannata edes yrittää tehdä sellaisia, videokuvan merkitys jää käytännössä vähäiseksi.

Yksi hyvä käytäntö on hyödyntää videokameraa webinaarin puhujien esittelyn aikana ja kytkeä kamera pois siinä vaiheessa, kun siirrytään varsinaiseen sisältöön. Puhuvan pään näyttäminen esimerkiksi PowerPoint-esityksen yhteydessä tuottaa lopulta hyvin vähän lisäarvoa osallistujille.

Videokameraksi käy edellä esitetyn pohjalta mikä tahansa hyvälaatuinen työasemaan USB-liitännällä kytkettävä videokamera (ns. web-kamera). Tähän tarkoitukseen sopivan 720p – kuvaa tuottavan kamerasa saa muutamalla kymmenellä eurolla.

Videokameraa käytettäessä nousevat esiin kaikki yleensäkin videokuvaan koskevat kysymykset ja vaatimukset kuten valaistus, puhujan vaatetus, taustanäkymä jne. Jos haluat pitää asiat yksinkertaisena, voit jättää videokameran pois listalta ja käyttää webinaarin alussa puhujien esittelyyn valokuvia, joiden avulla yleisön luonnollinen uteliaisuus puhujan ulkonäköä kohtaan voidaan hoitaa pois varsinaisen sisällön tieltä.

Toteutuspaikka

Tähän mennessä sinulle on varmasti jo selvää, että webinaari on virtuaalinen ja fyysisestä paikasta riippumaton tapahtuma. Sinne tullaan mukaan sieltä missä toteutushetkellä ollaan - sillä edellytyksellä tietysti, että käytössä on internet-yhteys.

Riippumattomuus fyysisestä paikasta koskee sekä yleisöä että esiintyjä. Webinaaria ei ole pakko toteuttaa mistään tietystä sijainnista, jonne esiintyjät ja mahdolliset avustajat kootaan toteutuksen ajaksi. Luonnollisesti näinkin voi toimia, ja etenkin ensimmäisten webinaarien toteuttamisessa yhteinen sijainti auttaa toteutukseen osallistuvaa tiimiä toimimaan mahdollisimman kiinteästi yhdessä ja tuottamaan yleisölle parhaan mahdollisen kokemuksen.

Mahdollisuus hoitaa myös esiintymiset joustavasti sijainnista riippumatta on kuitenkin yksi webinaarin ehdottomista vahvuuksista. Luopuminen tiukasta vaatimuksesta hoitaa kaikki esiintymiset yhdestä paikasta avataan merkittäviä uusia webinaarin sisältöön liittyviä mahdollisuuksia.

Kun puhujien ei tarvitse matkustaa eikä välttämättä edes vaihtaa työhuonetta esiintymisen ajaksi, voit käyttää webinaareissasi myös sellaisia esiintyjä, joiden saaminen mukaan fyysiseen tilaisuuteen olisi hankalaa ja mahdollisesti myös kallista.

Esiintyjäsi voi olla mistä päin maailmaa tahansa ja koska webinaarissa yhden puheenvuoron kesto voi olla jopa vain muutama minuutti, jolloin voit pyytää lyhyttä lausuntoa tai näkemystä sopivalta asiantuntijalta myös sellaisessa tapauksessa, jossa pitemmän luennon tai puheenvuoron toteuttaminen ei olisi kokonaisuuden kannalta tarkoituksenmukaista.

Esiintyjän on joka tapauksessa varmistettava verkkoyhteyden laadun lisäksi, että käytössä on esityksen aikana häiriötön ja kaiuton tila, jossa ei ole avoimia ikkunoita imemässä alla kulkevien raitiovaunujen tai rekkojen kolinaa mukaan lähetykseen. Jos ja kun käytössä on hyvälaatuinen mikrofoni, ei erityistä studioympäristöä tarvita laadukkaan esityksen tuottamiseen.

Osallistujan laitevaatimukset

Yleisön edustajana osallistumiseen liittyvät tekniset vaatimukset ovat helposti täytettävissä. Häiriötön ja riittävän selkeä webinaarikokemus on mahdollista saavuttaa niillä työvälineillä, joita webinaarin osallistujat käyttävät joka tapauksessa.

Työasema

Webinaariin osallistumiseen tarvitaan uudehko Windows- tai Mac -tietokone, jossa on äänentoistoa varten kaiuttimet tai kuulokkeet. Kuulokkeiden käyttö on suositeltavaa ainakin silloin, kun osallistumispaikalla on taustahälyä tai oman tietokoneen kaiuttimien kautta välittyvä ääni voi häiritä muita.

Mitään erityisiä ohjelmistoja ei etukäteen tarvitse hankkia tai asentaa. Citrix GoToWebinar -järjestelmää käytettäessä pieni apuohjelma asennetaan automaattisesti osallistujan työasemalle ensimmäisen osallistumiskerran yhteydessä.

HUOM: Joissain harvinaisissa tapauksissa edellä mainitun apuohjelmiston asennus työasemalle ei onnistu organisaation IT-järjestelmien asetusten takia. Jos webinaarin kohdeyleisö tulee kokonaisuudessaan tai suurelta osin yhden suuren organisaation sisältä, on hyvä varmistaa etukäteen, että webinaarijärjestelmän sallitaan muodostaa tarvittava yhteys työasemille.

Citrix GoToWebinar -järjestelmällä toteutettuihin webinaareihin voi osallistua myös iPadilla/iPhonella tai Android-käyttöjärjestelmän tabletilla/älypuhelimella. Tarvittava pieni maksuton sovellus on tällöin ensin ladattava sovelluskaupasta ja asennettava laitteeseen.

Verkkoyhteys

Yleisön kannalta verkkoyhteyden laatu ei ole aivan yhtä kriittinen kuin esiintyjien.

Osallistuminen sujuu yleensä hyvin esimerkiksi älypuhelimien 3G-yhteydellä tai vastaavaa mobiiliyhteyttä käyttävältä työasemalta. Mobiiliverkkojen avulla liittyttäessä täytyy kuitenkin aina muistaa, että käytössä on jaettu liikennekapasiteetti. Jos samaa tukiasemaa käyttää yhtä aikaa useampi henkilö, tämä saattaa johtaa yhteysongelmiin siinä vaiheessa, kun tukiaseman tiedonsiirtokyvyn rajat tulevat vastaan.

Myös yleisön osallistumiskokemus on kuitenkin aina sitä parempi, mitä laadukkaamman ja nopeamman verkkoyhteyden yli webinaaria katsellaan ja kuunnellaan.

Mikrofoni

Webinaariin osallistumiseen ei välttämättä tarvita mikrofonia. Myös yleisöön kuuluvat henkilöt voivat sellaista kuitenkin käyttää siinä tapauksessa, että webinaarin järjestäjät haluavat antaa yleisölle mahdollisuuden esittää suullisia kysymyksiä tai kommentteja (vrt. mikrofonin kierrätys auditoriossa!).

Videokamera

Webinaarin yleisöön kuuluvat henkilöt eivät tarvitse videokameraa.

Näin järjestät webinaarin

Koska webinaari on tapahtuma, sen järjestämiseen liittyy monia fyysisen maailman tapahtumien järjestämisestä tuttuja vaiheita ja toimenpiteitä.

Ainoa merkittävä ero fyysisen tapahtuman ja webinaarin välillä on se, että webinaarilla ei ole tiettyä fyysistä toteutuspaikkaa, johon osallistujien on tultava. Tämä pätee sekä yleisöön että esiintyjiin.

Webinaarin järjestämisessä on neljä päävaihetta:

1. Valmistelu
2. Osallistujien rekrytointi
3. Toteutus
4. Jälkihoito

Vaiheiden yksityiskohtainen sisältö ja laajuus vaihtelevat webinaarin tarkoituksesta ja tavoitteista riippuen. Edellä mainitut vaiheet sisältyvät kuitenkin kaikkien webinaarien järjestämiseen, joten voit käyttää tätä vaihejakoa ohjeenasi siinä vaiheessa, kun lähdet suunnittelemaan omaa ensimmäistä webinaariasi.

VAIHE 1: Valmistelu

Webinaarin valmisteluvaiheen sisältö on monilta osin täysin samanlainen kuin fyysisen tapahtumankin. Vain tapahtumapaikan ja tarjoilujen varaamiset, valmistelut paikan päällä ja muut fyysisen tapahtuman järjestämisessä keskeiset toimenpiteet jäävät luonnollisesti väliin.

Webinaarin valmistelu voidaan jakaa kahteen osa-alueeseen:

1. Viestinnällinen valmistelu – miksi webinaari järjestetään?
2. Tekninen valmistelu – miten webinaari toteutetaan?

Viestinnällinen valmistelu

Jokaisella webinaarilla on etukäteen päätetty

- Kohdeyleisö
- Teema
- Tavoite
- Toteutusajankohta

Webinaarin kohdeyleisö, teema ja tavoite kytkeytyvät kiinteästi toisiinsa siten, että webinaarin järjestämisen motivaationa on aina puhua tietyllä kohderyhmälle tietyistä asiasta, tietyn tavoitteen edistämiseksi.

Webinaarin tavoite voi olla puhtaasti viestinnällinen (tietyn viestin välittäminen kohdeyleisölle), mutta webinaarin avulla voi yhtä hyvin tavoitella myös tiettyä käyttäytymistä, kuten tarjouspyynnön lähettämistä tai tuotteen tai palvelun ostamista webinaariin osallistumisen lopputuloksena.

Webinaarilla on tietty toteutusajankohta, joka yleensä kiinnitetään suunnittelun alkuvaiheissa. Webinaarin kokonaisaikataulua rakennettaessa on syytä huomioida varsinaisen toteutusajankohdan lisäksi tilaisuuden valmisteluun ja ilmoittautumisten keräämiseen tarvittava aika.

Mikä on webinaarin sisältö?

Kun edellä mainitut peruslähtökohdat on kiinnitetty, webinaarin valmistelussa voidaan edetä sisällön suunnitteluun.

Webinaarin sisältö rakennetaan palvelemaan mahdollisimman hyvin kohderyhmän tarpeita, webinaarille valittu teema ja asetetut tavoitteet huomioiden.

Sisällön osatekijöitä ovat

- Viestit
- Aineistot
- Esiintyjät

Webinaarin viestit luodaan siten, että ne edistävät mahdollisimman tehokkaasti webinaarille asetettua tavoitetta. Kun webinaarin aikana välitettävät viestit on kiinnitetty, ne muutetaan webinaarissa käytettäväksi aineistoiksi.

Viestit välitetään webinaarin aikana yleisölle esiintyjien toimesta. Esiintyjät välittävät viestejä sekä suullisesti että käyttämiensä visuaalisten materiaalien ja muiden apuvälineiden (esimerkiksi ohjelmistot) avulla.

Millaista sisältöä webinaarissa voi esittää?

Webinaari on audiovisuaalinen viestintäkanava, jossa voi hyödyntää monenlaisia kuvan ja äänen yhdistelmiä.

Tyypillisin ja monikäyttöisin webinaarin esitysmateriaali on tavallinen presentaatio (PowerPoint tai vastaava). Parhaiten webinaarissa toimivat ytimekkäät esitykset, joiden sisältö on vaihtelevaa ja helposti silmäiltävää. Esityksen koko sisältöä ei tarvitse eikä kannata kirjoittaa dioille, sillä tämä johtaa helposti liian suureen tekstimäärään per dia.

Presentaatioiden lisäksi valokuvat, piirrokset ja lyhyet animaatiot soveltuvat erittäin hyvin käytettäväksi webinaariesityksissä.

Lisäksi webinaarissa voi esitellä erilaisten ohjelmistojen käyttöä suoraan kyseistä ohjelmistoa käyttäen tai verkkopalveluita vastaavalla tavalla näyttämällä asioita palvelusta selaimen avulla.

Webinaaria koskeva ohjeistus ja webinaarin jälkihoito

Webinaarin aikana esitettävän sisällön lisäksi webinaarin toteuttamisessa tarvitaan muutakin sisältöä, joka on tuotettava webinaarin valmistelun yhteydessä.

Yksi tärkeä kysymys liittyy siihen, miten potentiaalisia osallistujia motivoidaan tulemaan mukaan webinaariin.

Lisäksi osallistujille on syytä antaa webinaaria koskevia ohjeita ilmoittautumisen yhteydessä ja mahdollisesti vielä ilmoittautumisen jälkeenkin.

Järjestäjän on valmisteltava myös ohjeet, jotka annetaan osallistujille webinaarin alussa. Näihin ohjeisiin sisältyy esimerkiksi webinaarin aikaisten vuorovaikutusmahdollisuuksien esittely sekä mahdollinen sosiaalisen median kautta tapahtuvaa osallistumista koskeva ohjeistus.

Webinaarin lopussa on useimmiten hyvä kertoa yleisölle mitä tapahtuu webinaarin jälkeen. Jos osallistujille esitetään palautekysely välittömästi webinaarin päätyttyä, tästä on hyvä kertoa tilaisuuden aikana. Samoin mahdollisen videotallenteen ja esitysmateriaalien saatavuudesta tarvitaan osallistujille selkeät ohjeet.

Asia erikseen ovat vielä erilaiset markkinoinnin ja myynnin tarpeisiin toteutetut webinaarit. Näihin voi liittyä hyvinkin monipuolisia jatkohoitokampanjoita, joissa voidaan hyödyntää esimerkiksi automaattista sähköpostimarkkinointia. Mikäli tällaisia toimenpiteitä on tarkoitus toteuttaa webinaarin jälkeen, myös niiden sisällön suunnittelu on kytkettävä webinaarin kokonaissuunnitelmaan.

Tekninen valmistelu

Webinaarin teknisen valmistelun vaiheita ovat:

- Webinaarin perustaminen webinaarijärjestelmään
- Ilmoittautumissivun luominen
- Sähköpostiviestien luominen ja aikataulutus
- Palautekyselyn ja webinaarin aikana käytettävien pikakyselyiden luominen
- Esiintyjien työasemien ja verkkoyhteyksien valmistelu
- Mahdolliset laitehankinnat (mikrofoni jne.)

Potentiaalisten osallistujien huomion saaminen on lähtökohta ilmoittautumisten hankkimiselle, ja tässä voidaan käyttää erilaisia viestintäkanavia. Varsinainen ilmoittautuminen tapahtuu ilmoittautumissivulla olevan lomakkeen kautta. Ennen webinaarikutsun julkaisemista on siis vielä valmisteltava kyseinen ilmoittautumis- eli laskeutumissivu.

Laskeutumissivun toteuttamiseen on periaatteessa ainakin kolme vaihtoehtoa:

1. Käytät webinaarijärjestelmän tuottamaa laskeutumissivua, joka syntyy automaattisesti webinaarin luomisen yhteydessä
2. Käytät omaa ilmoittautumisjärjestelmääsi, jonne kokoat ilmoittautumiset ja siirrät ne tämän jälkeen webinaarijärjestelmään
3. Käytät erillistä laskeutumissivua, joka on suoraan kytketty webinaarijärjestelmään siten, että ilmoittautumiset siirtyvät automaattisesti webinaarijärjestelmään ja mahdollisesti samalla myös käyttämäsi sähköpostijärjestelmään

Vaihtoehto 1 on järjestäjän kannalta vaivattomin, sillä tällöin ainoa erikseen tehtävä toimenpide on ilmoittautumissivun URL-osoitteen liittäminen webinaaria koskeviin tiedotteisiin ja muihin materiaaleihin. Webinaari-ilmoittautumiset hoituvat tämän jälkeen itsepalveluna, eli ilmoittautujat täyttävät ilmoittautumislomakkeen ja saavat tämän jälkeen webinaarin osallistumistiedot antamaansa sähköpostiosoitteeseen. Kääntöpuolena on se, että esimerkiksi Citrix GoToWebinar –järjestelmän oma ilmoittautumissivu on varsin karu ja pelkistetty. Ellei tämä haittaa, vaihtoehto 1 on vaivaton ja suoraviivainen tapa ottaa vastaan ilmoittautumiset.

Vaihtoehto 2 kiinnostaa varmasti niitä, joilla on käytössä jokin järjestelmä tilaisuuksiin ilmoittautumisten hoitamiseen. Tällaista järjestelmää voi käyttää myös webinaari-ilmoittautumisten vastaanottamiseen, jolloin tämä vaihe saadaan hoidettua samalla prosessilla kuin muidenkin tapahtumien. Kääntöpuolensa on tälläkin menetelmällä, sillä ilmoittautumistietojen siirto webinaarijärjestelmään saattaa vaatia käsityötä, mikä on etenkin satojen osallistujien tapauksessa jonkinasteinen ongelma.

Vaihtoehto 3 on sikäli hyvä, että siinä yhdistyvät mahdollisuus rakentaa oman brändi-ilmeen mukainen ilmoittautumissivu ja ilmoittautumisten automaattinen käsittely. Jos ilmoittautumissivu luodaan markkinointiautomaatiojärjestelmän avulla (esimerkiksi HubSpot), ilmoittautuneille voidaan lähettää myös automaattisia sähköpostiviestejä ennen webinaaria ja sen jälkeen. Vaihtoehto 3 on tehokas, mutta sen kääntöpuolena ovat

kustannukset, jotka syntyvät personoidun laskeutumissivun luomiseen tarvittavan järjestelmän hankinnasta.

VAIHE 2: Osallistujien rekrytointi

Kun webinaarin kohderyhmä, teema ja sisältö on lyöty lukkoon ja aikataulu kiinnitetty – ja tietysti myös ilmoittautumissivu julkaistu - on aika käynnistää osallistujien rekrytointi.

Tätä varten valmistellaan kutsuviestit, jotka voivat olla sähköpostikirjeitä, mainoksia tai mitä tahansa muita viestin välityskeinoja, joista voidaan ohjata webinaarista kiinnostuneet henkilöt ilmoittautumissivulle.

Jos kyseessä on maksuton markkinointiwebinaari, siitä kannattaa viestiä aktiivisesti myös kaikkien yrityksen tai organisaation some-tilien kautta – ja ei vain kerran, vaan mielellään kymmeniä kertoja! Maksuttoman sisällön tarjoaminen nimittäin herättää sosiaalisen median kanavissa vähintään kymmeniä kertoja enemmän huomiota ja mielenkiintoa kuin maksullisten tuotteiden tai palveluiden mainostaminen.

Edellä totesin, että helpoiten ja lyhyimmässä mahdollisessa ajassa webinaariin saa koottua riittävästi osallistujia silloin, kun kohderyhmään kuuluvien sähköpostiosoitteet ovat käytettävissä.

Mikäli webinaariin hankitaan osallistujia mainoksilla, on kokonaisaikataulussa tällöin huomioitava se aika, joka tarvitaan riittävän suuren kohderyhmäpeiton saavuttamiseen.

Mitä tapahtuu ilmoittautumisen jälkeen?

Webinaariin ilmoittautuneet henkilöt saavat oman kutsulinkkinsä siihen sähköpostiosoitteeseen, jonka he antavat ilmoittautumissivulla.

Webinaarijärjestelmät lähettävät ilmoittautumisen jälkeen automaattisesti vahvistusviestin, joka sisältää osallistumisohjeet. Tärkein asia vahvistusviestissä on henkilökohtainen osallistumislinkki, jota klikkaamalla osallistuja pääsee mukaan webinaariin sen käynnistyessä.

Webinaarijärjestelmät huolehtivat myös muistutusten lähettämisestä ennen tilaisuuden alkua. Citrix GoToWebinar –järjestelmää käytettäessä ilmoittautuneille voidaan lähettää automaattinen muistutusviesti webinaarin toteutusta edeltävänä päivänä ja/tai tuntia ennen tilaisuuden alkua.

VAIHE 3: Toteutus

Valmisteluvaiheessa tehty työ ja osallistujien rekrytoimiseksi toteutetut viestintätoimet palkitaan siinä vaiheessa, kun odotettu H-hetki on käsillä!

Etenkin ensimmäisen oman webinaarin toteutus on aina jännittävä tilanne, johon kohdistuu myös paljon odotuksia.

Kenraaliharjoitus

Webinaarin toteutuksen ensimmäinen vaihe on kenraaliharjoitus, joka voidaan pitää esimerkiksi varsinaista toteutusajankohtaa edeltävänä päivänä.

Kenraaliharjoituksessa käydään läpi ainakin webinaarin tärkeimmät vaiheet, joita ovat

- Aloitus
- Yleisön tervehtiminen ja osallistumisohjeet
- Puhujien esitykset (voidaan käydä läpi osittain tai nopeutettuna)
- Mahdolliset vuorovaikutustilanteet, kuten webinaarin aikana yleisölle tehtävät pikakyselyt
- Webinaarin päättäminen

Kenraaliharjoitus ei ole missään tapauksessa pakollinen, mutta etenkin ensimmäisten webinaarien yhteydessä sen järjestäminen on suositeltavaa. Kenraaliharjoituksen tehtävänä on paitsi poistaa ylimääräistä jännitystä, myös tunnistaa mahdolliset heikot kohdat ja potentiaaliset ongelmatilanteet, joita ei välttämättä huomata valmistelun yhteydessä. Kenraaliharjoitus yleensä paljastaa esimerkiksi jonkin esiintyjän mikrofonin puutteet ja muut korjattavissa olevat tekniset ongelmat. Ylimääräinen vaiva siis useimmiten palkitaan sujuvampana webinaarina ja tyytyväisempänä yleisönä.

Ellei kenraaliharjoitukseen ole aikaa tai mahdollisuutta, on hyvä joka tapauksessa ainakin testata esiintyjien verkkoyhteydet ja äänilaitteet esimerkiksi lyhyen testiwebinaarin tai GoToMeeting-kokouksen avulla.

Ennen H-hetkeä

Webinaari käynnistetään 20 – 30 minuuttia ennen ilmoitettua aloitusajankohtaa ns. takahuonetilaan, jossa järjestäjät voivat puhua keskenään ilman, että paikalle ilmestyvät aikaiset osallistujat pystyvät kuulemaan käydyt keskustelut.

Viimeisten minuuttien aikana voidaan vielä kerrata tilaisuuden kulku ja varmistaa, että puhujien äänilaitteet toimivat kunnolla.

Lisäksi on tärkeää, että esiintyjät sulkevat työasemaltaan kaikki ylimääräiset sovellukset. Ennen kaikkea on syytä sulkea sellaiset ohjelmistot, jotka näyttävät ruudulla ilmoituksia, sillä myös ne näkyvät yleisölle osuessaan keskelle puheenvuoroa.

Webinaarin käynnistäminen

Kun kaikki on kunnossa ja ilmoitettu aloitusajankohta käsillä, webinaarilähetys käynnistetään.

Kun webinaari on käynnistetty, sitä ei enää voi keskeyttää. Ennen starttinapin painallusta on siis varmistettava, että kaikki tilaisuuden kuluessa tarvittavat ihmiset ja aineistot ovat käytettävissä.

Tilaisuus etenee käynnistytyn jälkeen sovitun ohjelman ja aikataulun mukaisesti.

Webinaarin tallentaminen

Mikäli webinaari halutaan tarjota myöhemmin katseltavaksi videotallenteena, tallennus aloitetaan samalla kun webinaarilähetys käynnistetään. Tallennus voidaan tehdä käyttämällä webinaariohjelmiston tallennustoimintoa tai tallentamalla webinaarilähetys ruudunkaappausvideona. Jälkimmäistä tallennustapaa käytettäessä on tallennustyöstä vastaavan henkilön kirjauduttava webinaarin yleisöön siltä työasemalta, jolta tallennus tehdään.

Vuorovaikutus webinaarin aikana

Webinaarit eivät ole yksisuuntaisia lähetyksiä, vaan niissä voidaan hyödyntää erilaisia vuorovaikutusmahdollisuuksia yleisön aktivoimiseen ja tiedon hankintaan osallistujilta.

Esimerkkejä esiintyjien käytössä olevista vuorovaikutusmahdollisuuksista ovat:

- Pikakyselytoiminto, jonka avulla yleisölle voidaan tehdä erilaisia yksinkertaisia kyselyjä webinaarin aikana ja jakaa tulokset välittömästi kyselyn jälkeen
- Chat-toiminto, jonka kautta voi lähettää yleisölle kysymyksiä tai esimerkiksi linkkejä sivustoille, joilla haluaa osallistujien vierailevan joko heti tai webinaarin jälkeen

Myös yleisöllä on mahdollisuus osallistua webinaariin. Esimerkkejä osallistujien käytössä olevista vuorovaikutusmahdollisuuksista ovat:

- Kysymysikkuna, jonka kautta voi koko webinaarin ajan lähettää kirjallisia kysymyksiä esiintyjille
- Käden nosto -toiminto, jota voi käyttää webinaarin esiintyjien antamien ohjeiden mukaisesti esimerkiksi suullisen puheenvuoron pyytämiseen tai äänestämiseen

Webinaarin sisäisten vuorovaikutusmahdollisuuksien lisäksi on mahdollista käyttää myös sosiaalista mediaa keinona laajentaa webinaariin liittyvä keskustelu webinaarijärjestelmän ulkopuolisille foorumeille, esimerkiksi Twitteriin. Webinaarille voidaan luoda oma hashtag ja pyytää tilaisuuden alussa osallistujia twiittaamaan kyseistä hashtagia käyttämällä. Reaaliaikaista keskustelua varten on tässä tapauksessa jonkun webinaarin järjestäjistä seurattava niitä some-kanavia, joihin keskustelua on haluttu ohjata.

Webinaarin päättäminen

Webinaarilla on ilmoitettu kesto aika, jonka jälkeen se päättyy. Ennen tilaisuuden päättämistä on syytä kertoa osallistujille selkeästi, mitä webinaarin jälkeen tulee tapahtumaan. Jos luvassa esimerkiksi on videotallenne ja esitysmateriaalien latausmahdollisuus, tämä kannattaa kertoa tilaisuuden lopussa, jolloin osallistujat osaavat odottaa asiaan liittyvää sähköpostiviestiä.

Mikäli osallistujille esitetään palautekysely webinaarin jälkeen, myös tästä on tärkeää kertoa webinaarin aikana, sillä tieto palautekyselystä nostaa vastausprosenttia.

Webinaari päättyy, kun tilaisuuden järjestäjä katkaisee sen. Tämä pakottaa samalla webinaari-istunnon sulkeutumaan kaikkien osallistujien työasemilla.

Yleisesti on hyvä pitää kiinni webinaarin ilmoitetusta aloitus- ja kestoajasta, sillä sekä aloituksen myöhästyminen että lopetuksen viivästyminen aiheuttavat usein tyytymättömyyttä yleisön keskuudessa. Mikäli webinaarin loppuun on varattu erityinen kysymys-vastaus -osio, ei tilaisuuden päätyminen täsmälleen ilmoitettuna lopetusaikana ole täysin välttämätöntä, mutta tässä tapauksessa on syytä tiedottaa osallistujille, että luvassa ei enää ole lisää esityksiä tai erityistä tiedotettavaa.

VAIHE 4: Jälkihoito

Webinaarin jälkihoidon ensimmäinen vaihe voidaan, ja myös kannattaa toteuttaa välittömästi webinaarin päättymisen yhteydessä.

Kyseessä on osallistujille esitettävä palautekysely, jonka voi Citrix GoToWebinar – järjestelmässä näyttää webinaariin osallistuneille henkilöille siinä yhteydessä, kun he poistuvat tilaisuudesta sen päättyessä (tai jos poistuvat kesken tilaisuuden).

Välittömästi tilaisuuden jälkeen esitettävä palautekysely on erittäin tehokas menetelmä saada tietoa webinaarin onnistumisesta. Omien kokemusteni mukaan osallistujat vastaavat tähän kyselyyn korkealla osallistumisprosentilla ja ennen kaikkea kertovat välillä jopa monisanaisesti näkemyksiään myös esitettyihin avoimiin kysymyksiin.

Webinaarin jälkeen voidaan osallistujille lähettää sähköpostiviesti, jossa kiitetään vielä kerran osallistumisesta ja annetaan tietoa siitä, mitä seuraavaksi tulee tapahtumaan.

Jos webinaari tallennetaan videolle, tallenne voidaan tarjota myöhemmin katseltavaksi esimerkiksi omalla sivustolla tai tilaisuuden luonteen salliessa (myynti, markkinointi) vaikkapa omalla YouTube-kanavalla.

Videotallennetta voi ennen sen julkaisua editoida esimerkiksi poistamalla turhat tauot esityksessä ja mahdolliset jälkikatselussa hyödyttömät osiot, kuten esimerkiksi tervetulotoivotuksen jälkeen osallistujille annettavat ohjeet.

Maksuttomien webinaarien yhteydessä hyvä käytäntö on tarjota sekä editoitu videotallenne että webinaarin esitysten materiaalit pdf-muodossa ilmoittautuneiden käyttöön. Tällä tavoin webinaarin sisältö tavoittaa jälkikäteen myös osan niistä ilmoittautuneista, jotka eivät saapuneet paikalle webinaariin sen toteutusajankohtana.

Maksullisissa webinaarikoulutuksissa videotallenne ja esitysmateriaalit sisältyvät tavallisesti koulutuksen hintaan ja ne tarjotaan koulutukseen osallistuneiden käyttöön erityisen salanasuojatun jäsensivuston kautta.

Tallenteella ikivihreitä webinaareja

Videotallennusmahdollisuuteen liittyy yksi mielenkiintoinen näkökulma: kerran toteutettua webinaaria ei välttämättä tarvitse uusia joka kerta, kun sisällölle on kysyntää. Webinaarin voi tarjota katseltavaksi videotallenteena, jolloin katsojat voivat kokea webinaarin oman aikataulunsa mukaan, halutessaan jopa useamman kerran.

Olen edellä korostanut nimenomaan live-webinaarin suurta merkitystä sen paremman sitouttamiskyvyn ja reaaliaikaisen vuorovaikutusmahdollisuuden takia.

On kuitenkin tilanteita ja aiheita, joissa myös tallennettu webinaari voi tuottaa yleisölle merkittävästi arvoa. Jos esitys on hyvä ja webinaarissa annetut tiedot ajan tasalla, kannattaa videotallennetta hyödyntää live-tilaisuuden jälkeen tarjoamalla sen katselumahdollisuutta aiheesta kiinnostuneille.

Mikäli webinaarin tavoitteena on myynti, on tärkeää suunnitella webinaarin jälkeen tapahtuva liidien kontaktointi huolellisesti parhaan mahdollisen myyntituloksen saavuttamiseksi. Automaattinen sähköpostikampanja on tässä työssä erinomainen väline. Sen avulla webinaariin osallistuneita voidaan lähestyä webinaarin jälkeen ja tarjota täydentävää tietoa webinaarissa esitellystä tuotteesta tai palvelusta, käydä läpi yleisiä kysymyksiä (ostamisen esteitä) ja muistuttaa esimerkiksi ajallisesti rajallisen tarjouksen päättymisajankohdan lähestymisestä. Viimeksi mainittu on muuten osoittautunut käytännössä erittäin tehokkaaksi, sillä monien webinaarikoulutusten tilauksista 20 – 40 prosenttia on tullut juuri tuon ns. viimeisen muistutuksen lähettämisen jälkeen.

Webinaarin kustannukset

Toteuttamalla seminaareja, koulutuksia ja muita tilaisuuksia webinaareina vältetään monia sellaisia kustannuksia, joiden takia kynnys fyysisten tapahtumien toteuttamiseen nousee usein korkeaksi.

Merkittävimmät webinaarin tuottamat suorat kustannussäästöt syntyvät tiloihin, tarjoiluihin ja matkustamiseen liittyvien kustannusten puuttumisesta.

Ilmaista ei toki ole webinaarinkaan toteuttaminen. Kustannuksia aiheutuu ainakin seuraavista webinaariin liittyvistä osatekijöistä:

Webinaarijärjestelmä

Webinaarin toteuttamiseen tarvitaan webinaarijärjestelmä, joka käytännössä hankitaan ostamalla pilvipohjaisen webinaarijärjestelmän lisenssi.

Lisenssi tarkoittaa sitä, että ostat webinaarijärjestelmästä kapasiteettia tietyksi ajaksi, tietyn kokoiselle maksimiyleisölle esiintymistä varten.

Esimerkiksi Citrix GoToWebinar –järjestelmää käytettäessä lisenssin hinta perustuu yhtäaikaisten osallistujien maksimimäärään per webinaari. 100 hengen kapasiteetti kuukauden ajaksi maksaa maksutavasta riippuen noin 70 – 75 euroa. Kyseessä on ns. flat rate –hintaa, toisin sanoen voit järjestää kuukauden aikana niin monta webinaaria kuin haluat ja jokaisessa voi olla yhtä aikaa läsnä enintään 100 henkilöä.

HUOM: Webinaarin yleisö ja mahdolliset ulkopuoliset puhujat eivät tarvitse GoToWebinar-lisenssiä voidakseen osallistua webinaareihin.

Lisälaitteet

Kun haluat järjestää omia webinaareja, sinun ei tarvitse hankkia tätä varten uusia työasemia tai muita erityisiä laitteita. Mikä tahansa uudehko Windows- tai Mac –tietokone soveltuu webinaarin esiintyjän käyttöön.

Yksi lisälaitte on kuitenkin välttämätön: mahdollisimman hyvälaatuinen mikrofoni. Voit käyttää laadukasta kuuloke/mikrofoniyhdistelmää tai pöytämikrofonia. Investointi jää kuitenkin suhteellisen pieneksi, sillä kummankin vaihtoehdon saa alle 200 eurolla – ja kyseessä on lisäksi hyvin pitkäikäinen hankinta.

Esiintyjät

Esiintyjien palkkiot muodostavat merkittävän osan webinaarin kustannuksista siinä tapauksessa, että käytät ulkopuolisia puhujia tai kouluttajia.

Webinaarin toteutuksen ulkoistaminen

Mikäli toteutat webinaarit omin voimin, syntyvät kustannukset liittyvät oman henkilökunnan ajankäyttöön.

Webinaarien valmistelu- ja toteutustyö on mahdollista myös ulkoistaa, jolloin tästä syntyvät kustannukset on huomioitava webinaarin kokonaisbudjetissa.

Akatemia 24/7 Oy toteuttaa asiakkailleen webinaareja ns. avaimet käteen –mallilla, jolloin kaikki webinaareihin liittyvät käytännön työt hoidetaan palveluna.

HUOM: Webinaarijärjestelmän lisenssi tarvitaan myös toteutustyön ulkoistamisen yhteydessä.

Markkinointi

Markkinointikustannusten taso riippuu ennen kaikkea siitä, onko sinulla olemassa suora yhteys tavoittelemaasi yleisöön vai ei. Tämä puolestaan kytkeytyy suoraan tilaisuuden luonteeseen ja tavoitteisiin.

Pienimmillä mahdollisilla kustannuksilla selviät silloin, kun sinulla on käytössäsi kohderyhmääsi kuuluvien henkilöiden sähköpostiosoitteet. Tällöin voit kutsua heidät webinaariisi yksinkertaisesti lähettämällä webinaarista kertovan sähköpostiviestin.

Tilanne monimutkaistuu siinä tapauksessa, jos haluat kutsua webinaariisi sellaisia henkilöitä, joiden yhteystietoja sinulla ei ole omassa rekisterissäsi. Tällöin sinun on panostettava webinaarin näkyvyyteen oikeissa kohderyhmissä herättääksesi mielenkiintoa ja hankkiaksesi osallistujia. Periaatteessa mitkä tahansa markkinointiviestinnän keinot soveltuvat tähän, kunhan vain tavoitat niiden avulla juuri sen yleisön, jonka joukosta toivot webinaarisi osallistujien tulevan. Itse olen käyttänyt esimerkiksi Google AdWords –mainoksia ja Facebook-mainontaa hankkiessani webinaariin osallistujia omien markkinointirekisterieni ulkopuolelta.

Esimerkiksi:

TAPAUS 1: Järjestön omalle jäsenkunnalle suunnattu koulutus.

Kohdeyleisön tavoittaminen ei ole ongelma, sillä jäsenten sähköpostiosoitteet löytyvät järjestön jäsenrekisteristä.

TAPAUS 2: Yrityksen järjestämä maksuton webinaari, jonka tavoitteena on uusien myyntiliidien hankinta

Näiden henkilöiden sähköpostiosoitteita ei löydy yrityksen omasta markkinointi- tai asiakasrekisteristä. Yrityksen on markkinoitava webinaaria siten, että tavoiteltuun kohderyhmään kuuluvat henkilöt saavat tiedon webinaarista ja kiinnostuvat siitä.

Mitä seuraavaksi?

Toivottavasti tämä pieni opas on antanut sinulle hyödyllistä tietoa webinaarista ja tämän uuden viestintä- ja vaikutuskanavan mahdollisuuksista.

Nyt on sinun vuorosi miettiä sitä, miten webinaarit voisivat auttaa sinua tehostamaan toimintaasi. Tässä avuksesi joitakin kysymyksiä.

KYSYMYS 1: Mihin tarkoitukseen sinä voisit käyttää webinaaria?

- Koulutusten järjestämiseen?
- Markkinointiin, kuten tuotelanseerauksiin?
- Myyntiliidien hankintaan?
- Myyntiin
- Tiedottamiseen?
- Johonkin muuhun?

Mikäli erilaisten tilaisuuksien järjestämiseen liittyy ajallisia, maantieteellisiä tai rahallisia pullonkauloja, webinaari voi olla toimiva ratkaisu.

Webinaari antaa myös mahdollisuuden järjestää täysin uudenlaisia tapahtumia, joiden toteuttamista fyysisenä tapahtumana ei olisi järkevää edes harkita. Muista, että tässä suhteessa ainoastaan mielikuvitus asettaa rajat. Webinaari voi olla vaihtoehto aiemmin käytetyille viestintäkanaville tai se voi täydentää ja vahvistaa niiden tuottamia hyötyjä.

KYSYMYS 2: Missä webinaarien käytöllä olisi saavutettavissa eniten hyötyjä?

Jos tilaisuus ei toteudu erilaisten pullonkaulojen takia, sen hyödytkin jäävät syntymättä. Aloita sieltä, missä on mahdollista saavuttaa eniten hyötyjä nyt, kun vanhat ongelmat eivät enää ole esteenä.

KYSYMYKSET 3: Missä olisi mahdollista saada aikaan eniten kustannussäästöjä?

Jos tilaisuuksien kustannukset suhteessa hyötyihin karkaavat pilviin, webinaari saattaa tuoda kaivattua helpotusta.

KYSYMYKSET 4: Mikä on tällä hetkellä suurin webinaareja koskeva epäily tai huolenaiheesi?

Tähän kysymykseen liittyen voit aina olla yhteydessä suoraan minuun!

Ota yhteyttä

Matka ideasta ensimmäiseen toteutettuun webinaariin voi olla yllättävän lyhyt.

Minulta saat asiantuntevaa apua kaikkiin webinaarin suunnitteluun ja toteutuksen vaiheisiin.

Akatemia 24/7 Oy toimii myös Citrix GoToWebinar –järjestelmän jälleenmyyjänä.

Lähetä yhteydenottopyyntösi [tästä](#).

Citrix GoToWebinar -järjestelmä

Citrix GoToWebinar on ollut Akatemia 24/7 Oy:n omassa ja asiakkaiden käytössä tammikuusta 2010 lähtien.

Syitä valita Citrix GoToWebinar ovat esimerkiksi:

Helppo hankkia ja käyttää

Citrix GoToWebinar on pilvipohjainen, selaimella hallinnoitava ja pienen apuohjelman avulla käytettävä webinaarijärjestelmä.

Selviät kaikista webinaarien toteuttamisen vaiheista ilman IT-osaston tukea ja ohjelmistoasennuksia.

Kiinteä kuukausihinta

Voit toteuttaa rajattomasti webinaareja yhdellä kiinteällä kuukausimaksulla.

Riittävästi kapasiteettia

Jopa 1000 yhtäaikaista osallistujaa per webinaari.

Monipuoliset toiminnot

Esiintyjien ja järjestäjien käytössä mm.

- Pikakyselyt webinaarin aikana
- Vaivaton esiintyjän vaihto puheenvuorojen mukaan

- Videokamerakuvar näyttömahdollisuus
- Piirto- ja korostustyökalut
- Tilaisuuden lopussa automaattisesti avautuva palautekysely
- Videotallennusmahdollisuus

Yleisön käytössä mm.

- Mahdollisuus esittää kysymyksiä tekstimuodossa
- Käden nosto
- Suulliset puheenvuorot ja kysymykset tilaisuuden luonteen mukaan

Vaihtoehdot ja hinnat

Citrix GoToWebinar –lisenssivaihtoehdot ja hinnat löydät [täältä](#).

Kokeile maksutta ja sitoumuksetta 30 päivän ajan

Voit kokeilla Citrix GoToWebinar –järjestelmää kaikessa rauhassa tilaamalla oheisen linkin kautta maksuttoman kokeilulisenssin. Sen avulla voit vapaasti tutustua webinaarin mahdollisuuksiin ja voit vaikka järjestää oman ensimmäisen webinaarisi!

Ota yhteyttä, järjestän sinulle maksuttoman kokeilulisenssin.

Lähetä yhteydenottopyyntösi [tästä](#).

Yhteystietoni

Jari Juslén

Akatemia 24/7 Oy (Y 1492000-0)

Puhelin 050 3566 250

Jari.juslen@akatemia.fi

<http://akatemia.fi/webinaarit-ja-verkkokokoukset/>