

وبینار چیست و چگونه می‌توان آن را برگزار کرد؟



نویسنده: مهران منصوری فر

آیا می‌دانید که وبینار چیست، چه انواعی دارد و چگونه به بهترین شکل ممکن می‌توانید یک وبینار برگزار کنید؟ در این مطلب پاسخ این پرسش‌ها را درخواهید یافت و با زیر و بم وبینار آشنا می‌شوید.

روزگاری که ما در آن زندگی می‌کنیم روزگار تلاش برای دستیابی به حداکثر از حداقل است؛ به عبارت دیگر، امروزه همه به دنبال افزایش بهره‌وری و کارآمدی و کاهش مشقت و فعالیت‌های اضافی هستیم. اینترنت یکی از آن ابزارهایی است که از زمان ظهور خود در این راستا کمک شایان توجهی به ما کرده است. در واقع، بسیاری از پیشرفت‌های امروز بشر مرهون همین راحتی و در عین حال کارآمدی چندین برابری است که اینترنت برای ما به ارمغان می‌آورد. یکی از عرصه‌هایی که این ابزار و رسانه قدرتمند بر آن سایه افکنده، مبحث برگزاری و شرکت در همایش‌ها و سمینارهای مختلف است. در این مطلب تلاش می‌کنیم تا شما را با سمینارهای اینترنتی (موسوم به وبینار) بیشتر آشنا کنیم؛ ببینیم که چگونه می‌توان از آن‌ها در راستای اهداف کسب‌وکار استفاده کرد؛ و اساساً طرز کار و روش اجرای وبینار را توضیح خواهیم داد. علاوه بر این، به سؤالاتی از قبیل «آیا وبینارها همگی به صورت زنده برگزار می‌شوند؟» و «چطور می‌توانم وبینار برگزار کنم؟» پاسخ می‌دهیم.

وبینار چیست؟

به زبان ساده، وبینار یک سمینار یا همایش است که به صورت اینترنتی برگزار می‌شود؛ لذا از طریق وبینار می‌توان بدون نیاز به اجاره فضا و حضور فیزیکی، یک جلسه مجازی را با گروهی از حاضرین برگزار کرد.

از طرف دیگر، مخاطب نیز بدون نیاز به ترک منزل یا هر جایی که حضور دارد می‌تواند با استفاده از رایانه دسکتاپ یا لپ‌تاپ یا حتی گوشی موبایل خود در وبینار شرکت کند.

وبینارها در اغلب موارد با امور تجاری و کسب‌وکار مرتبط هستند و از آن‌ها به عنوان یک تاکتیک در راستای تقویت اعتبار یا گسترش رابطه‌ها استفاده

می‌شود. در عین حال، به خصوص اگر یک تیم کاری بین‌المللی داشته باشید می‌توانید به جای برگزاری جلسات گروهی داخلی شرکتتان به صورت فیزیکی، وبینار برگزار کنید.



مزایای وبینار

- از جمله مزایای وبینار در ارتباط با مخاطب می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:
- وبینار نه تنها امکان تعامل بهتر و بیشتر بین میزبان و حاضرین و همچنین بین حاضرین با یکدیگر و ایجاد و تقویت رابطه‌های بهتری را میسر می‌کند؛ بلکه می‌توان بر مبنای بازخوردهای دریافتی، وبینار جاری و جلسات آتی را بهبود بخشید.
 - امکان به اشتراک گذاشتن و نمایش صفحه نمایش رایانه شما و همچنین وبکم‌تان برای ارتباط چهره به چهره بهتر با مخاطبان در وبینار وجود دارد؛
 - امکان طرح سؤال از سوی مخاطبان و پاسخگویی فوری و همچنین شرکت

- در نظرسنجی که روش مؤثری برای حفظ و تقویت توجه حاضرین در طول وبینار محسوب می‌شود؛
- هر وبینار را می‌توان ضبط کرد و بعداً به عنوان یک محصول دیجیتال (مثلاً یک کلاس یا کارگاه آموزشی) در راستای اهداف دیگر به کار برد؛
- با حذف بسیاری از هزینه‌های جانبی اضافی مانند هزینه پذیرایی، هزینه‌های امنیتی و موارد مشابه، با برگزاری وبینار متحمل هزینه‌های کمتری خواهید شد. به علاوه، معمولاً برای برگزاری سمینار به هماهنگی با برخی نهادهای ذی‌ربط نیز نیاز است که برگزاری وبینار محتاج چنین هماهنگی‌هایی نخواهد بود.
- به دلیل نبود محدودیت در فضا می‌توانید در هر وبینار شرکت کنندگان بسیار بیشتری داشته باشید.

انواع وبینار: آیا وبینار باید حتماً به صورت زنده برگزار شود؟

احتمالاً این سؤال برای شما پیش آمده که با توجه به اینکه وبینار نیز یک سمینار است، آیا باید به صورت زنده برگزار شود؟ در پاسخ به این سؤال باید گفت که دو نوع مختلف از وبینار وجود دارد:

□ **وبینار زنده:** همان‌طور که مشخص است وبینارهای زنده به صورت زنده و به صورت پخش مستقیم برگزار می‌شوند و لذا امکان تعامل بهتر و بیشتری را فراهم می‌کنند؛ چرا که مخاطب می‌تواند در هر زمان که بخواهد سؤالات خود را مطرح کرده و فوراً یا با فاصله اندکی پاسخ مورد نظر را دریافت کند.

□ **وبینارهای از پیش ضبط شده:** این وبینارها قبلاً برگزار شده‌اند و معمولاً به صورت تکرار در اختیار مخاطبان جدید قرار می‌گیرند؛ لذا امکان گفتگوی زنده و پاسخگویی سریع به سؤالات مخاطب وجود نخواهد داشت. برای وبینارهای از پیش ضبط شده می‌توانید چندین زمان تکرار در نظر بگیرید تا همه بتوانند ثبت نام کرده و در زمانی که برایشان مناسب‌تر است از محتوا استفاده کنند.



استفاده از وبینار در کسب‌وکار: چطور در کسب‌وکارمان از وبینار بهره ببریم؟

حالا که با وبینار آشنا شدید، به سراغ معرفی روش‌هایی برای بهره‌برداری از وبینار در راستای تحقق اهداف کسب‌وکار می‌رویم.

۱. استفاده از وبینار به عنوان یک ابزار بازاریابی و فروش

در اغلب موارد، وبینار به عنوان یک ابزار در استراتژی بازاریابی کسب‌وکار یا برند قرار می‌گیرد. توجه داشته باشید که استفاده از وبینار مختص شرکت‌های بزرگ نیست و هر کسب‌وکار کوچک، کارآفرین مستقل و استارت‌آپی نیز می‌تواند از مزایای آن بهره‌برداری کند. در این حالت، با الزام به ثبت نام برای حضور در وبینار می‌توانید تعداد افراد حاضر در فهرست ایمیل‌های خود را به طرز چشمگیری افزایش بدهید، جایگاه خود را تثبیت کنید، در هر وبینار به نحوی به تبلیغ محصولات خودتان برای مخاطبان علاقه‌مند نیز پردازید و در ادامه از طُرُق مختلف با آن‌ها در ارتباط باشید.

۲. ارائه محتوای رایگان و بدون تبلیغ برای توسعه روابط

معمولاً در انتهای هر وبینار تلاش می‌شود تا به نحوی مخاطبان به خرید محصول یا سرویس خاصی رغبت پیدا کنند، اما به جای این کار می‌توان یک وبینار بدون تبلیغ برگزار کرد تا صرفاً گنجینه آدرس‌های ایمیلتان غنی‌تر شود. در این حالت، تمام کاری که مخاطب برای حضور در وبینار باید انجام بدهد ثبت نام با یک آدرس ایمیل است. هدف اصلی در این نوع وبینار، اثبات تخصص و توسعه روابط از طریق ارزش آفرینی به جای تمرکز بر فروش است.

۳. برگزاری جلسات پرسش و پاسخ زنده

یکی دیگر از روش‌های کارآمد برای استفاده از وبینار، برگزاری جلسات پرسش و پاسخ زنده‌ای است که در آن‌ها به سؤالات مخاطبان خود در رابطه با محصولات یا خدماتی که ارائه می‌کنید پاسخ می‌دهید. این نوع از وبینار برای کسب‌وکارهای محصول محور (فیزیکی یا مجازی) کارآمدتر خواهد بود. به علاوه، می‌توانید طرز کار محصول یا روش استفاده از آن را نیز به صورت مرحله به مرحله توضیح بدهید.

از این نوع از وبینار می‌توانید به عنوان فرصتی برای انتقال مشتریان بالقوه از مرحله تردید یا آزمودن محصول به مرحله خرید استفاده کنید. به علاوه می‌توانید از این طریق بیش‌فروشی (upsell) کرده و مخاطب را به خرید محصولات و خدمات بهتر و گران‌تر ترغیب کنید.

برگزاری جلسات پرسش و پاسخ برای گرفتن ایده و نظرات مردم در رابطه با محصولات فعلی یا آتی نیز بسیار سودمند خواهد بود و می‌توان از بازخوردهای دریافتی در راستای تعیین سمت و سوی حرکت کسب‌وکار استفاده کرد. به علاوه، هنگامی که مخاطب احساس می‌کند که نقشی در فعالیت‌های شما دارد نه تنها به خرید بلکه به تبلیغ برندتان به اطرافیان خود نیز تمایل بیشتری پیدا خواهد کرد.



۴. برگزاری جلسات آموزشی، کارآموزی یا توجیهی زنده

اگر کارکنان شرکت شما در شهرها و کشورهای مختلفی حضور دارند با برگزاری یک وبینار می‌توانید طرز کار نرم افزارهای جدید، فرآیندهای استانداردهای شرکت و موارد مشابه را به آن‌ها آموزش داده و همچنین آن‌ها را در جریان آخرین اطلاعات و تغییرات قرار بدهید. به دلیل اینکه امکان ضبط وبینار وجود دارد هیچ دغدغه‌ای بابت عدم شرکت برخی از اعضای تیم نخواهید داشت، چرا که می‌توانید فایل ویدئویی آن را برای آن‌ها ارسال کنید تا بعداً از محتوای آن استفاده کنند. مشابه همین وبینارهای آموزشی را می‌توانید برای مخاطبان و مشتریان بالقوه خود نیز برگزار کنید.

۵. انجام مصاحبه‌های تعاملی

یک روش دیگر، انجام مصاحبه در قالب وبینار است که مخاطبان بتوانند با حضور در وبینار با میزبان و مصاحبه شونده تعامل داشته باشند. در این حالت با دعوت از یک متخصص یا چهره شناخته شده و ایجاد امکان طرح سؤال و تعامل می‌توانید برای مخاطبان خود ارزش آفرین باشید.

چطور یک وبینار برگزار کنیم؟

موارد مهمی وجود دارد که پیش از برگزاری وبینار باید آن‌ها را مد نظر قرار بدهید. در ادامه به شرح این مؤلفه‌های ضروری خواهیم پرداخت.

۱. ساختار وبینار

زمان اغلب وبینارها بین ۴۵ تا ۶۰ دقیقه و ساختار اغلب آن‌ها به این ترتیب است که میزبان یک موضوع مشخص را معرفی می‌کند، دقایقی به پرسش و پاسخ می‌گذرد و در نهایت به یک sales pitch (سخنرانی کوتاه برای ترغیب مخاطب به خرید) ختم می‌شود.

بنابراین ابتدا باید یک موضوع مشخص برای وبینار خود پیدا کنید. این موضوع باید مورد علاقه مخاطبانتان باشد، لذا بهتر است که نگاهی به پرسش‌های رایج مشتریان و دنبال کنندگان کنونی خود داشته باشید و ببینید که چه موضوعات و مسائلی بیشتر مطرح شده‌اند. اگر به دنبال استفاده از وبینار در راستای بازاریابی و فروش هستید موضوع آن باید با کسب‌وکار شما مرتبط باشد.

پس از تعیین موضوع، باید رئوس مطالب آن را مشخص کنید و سپس با استفاده از برنامه‌هایی مانند پاورپوینت، یک مجموعه اسلاید برای آن بسازید. دقت کنید که برای تبلیغ وبینار نیز باید یک برنامه بازاریابی داشته باشید. به عنوان نمونه در این راستا می‌توانید از ایمیل، شبکه‌های اجتماعی، وبسایتتان و تبلیغات پولی استفاده کنید. پس از پرداختن به این جزئیات می‌توانید به سراغ مسائل فنی بروید.



۲. ملزومات فنی

مسائل فنی که باید برای برگزاری وبینار به آن‌ها توجه داشته باشید عبارت‌اند از:

- پلتفرم وبینار

یکی از اولین اقدامات فنی، انتخاب پلتفرم یا یک سرویس دهنده برای وبینار است. خوشبختانه در این زمینه کمبودی وجود ندارد و گزینه‌های متنوعی (از رایگان گرفته تا پلتفرم‌هایی با هزینه‌های بسیار بالا) در دسترس قرار دارد.

تقریباً تمامی پلتفرم‌های پولی، امکانات تعاملی مانند گفتگوی زنده، نظرسنجی و امکان به اشتراک گذاری صفحه نمایش و وبکم را در اختیار میزبان قرار می‌دهند. به علاوه، این امکان را نیز به شما می‌دهند تا وبینار را ضبط کنید و برای آن برنامه بازپخش تعیین کنید. قیمت هر سرویس عمدتاً بر اساس تعداد شرکت کنندگان در وبینار تعیین می‌شود.

البته چنانچه بودجه محدودی دارید می‌توانید از قابلیت پخش زنده شبکه‌های اجتماعی مختلف و از جمله یوتیوب نیز استفاده کنید. مشکلی که در رابطه با این پلتفرم‌ها وجود دارد این است که اساساً برای برگزاری وبینار ساخته نشده‌اند و لذا هر کدام شما را با محدودیت‌های خاصی روبرو می‌کنند.

- دوربین

مورد دیگری که به آن نیاز دارید یک دوربین است تا مخاطبانتان بتوانند شما را ببینند. از این طریق، امکان ایجاد رابطه بهتر و نزدیک‌تری با مخاطب فراهم می‌شود و برند شما شخصیت پیدا می‌کند.

چنانچه دوربین مناسبی در دسترس‌تان نیست می‌توانید از وبکم لپ‌تاپتان استفاده کنید، اما توجه داشته باشید که وبکم داخلی لپ‌تاپ کیفیت و امکانات زیادی ندارد. به علاوه، می‌توانید از یک دوربین یا وبکم USB بهتر استفاده کنید تا کنترل بیشتری بر روی موقعیت دوربین داشته باشید. دقت کنید که کیفیت تصویر در وبینار بسیار مهم است و وجود تنظیمات بیشتر در دوربین انتخابی شما می‌تواند به عامل مهمی در جذابیت و بهبود هرچه بیشتر آن تبدیل شود.

- میکروفون

میکروفون ابزار دیگری است که در برگزاری وبینار به آن نیاز خواهید داشت. در اینجا نیز همانند دوربین، گزینه‌های متنوعی در دسترس شماست که با توجه به بودجه و تمایل خودتان می‌توانید انتخاب کنید؛ فقط دقت داشته باشید که میکروفون‌های داخلی به دلیل کیفیت پایین و نویز بالا به هیچ وجه گزینه مناسبی محسوب نمی‌شوند.

- ارتباط اینترنتی

سرعت اینترنت شما نقش مهمی در روانی و کیفیت وبینارتان خواهد داشت. حالت ایده آل، سرعت دانلود و آپلود بین 4Mbps و ترجیحاً 15Mbps است.

سرعت اینترنت خود را با ابزارهایی مانند سایت SpeedTest.net امتحان کنید و در صورت لزوم با سرویس دهنده خود در مورد افزایش آن گفتگو کنید.



۳. روش پیوستن به وبینار

روش پیوستن مخاطبان شما به وبینار به پلتفرم انتخابتان بستگی دارد. استفاده از برخی از این پلتفرم‌ها مستلزم دانلود و نصب یک نرم افزار معمولاً کم حجم و سپس طی کردن مراحل ثبت نام است. در برخی از آن‌ها قبل از شروع وبینار باید یک لینک مخصوص برای شرکت‌کننده‌ها ارسال شود که تنها از طریق آن امکان حضور در جلسه وجود خواهد داشت. توجه داشته باشید که هر پلتفرمی که انتخاب می‌کنید، ابتدا اسناد یا ویدئوهای راهنمای آن را به دقت بررسی کنید و با همه پیش نیازهای لازم برای حضور کاربران در وبینار آشنا شوید.

۴. پیگیری‌های بعد از وبینار

و سرانجام پس از اتمام وبینار، باید پیگیر وضعیت افرادی باشید که علیرغم ثبت نام، در وبینار حضور پیدا نکرده‌اند. به عنوان نمونه می‌توانید لینک ویدئوی ضبط شده وبینار را برایشان ارسال کنید و یک زمان محدود بین ۲۴ تا ۴۸ ساعت برای مشاهده آن به ایشان وقت بدهید. به علاوه، اگر در وبینارتان روی فروش تمرکز داشته‌اید می‌توانید برای آن‌ها یا حتی همه مخاطبانتان یک ایمیل حاوی یک پیشنهاد خاص ارسال کنید تا در کنار یادآوری، فرآیند خرید نیز برای آن‌ها ساده‌تر شود.

علاوه بر این، پس از پایان وبینار باید تا می‌توانید از آنچه که ضبط کرده‌اید بهره‌برداری کنید. به عنوان مثال، می‌توانید آن را در همان کانال‌هایی که برای تبلیغ وبینار از آن‌ها استفاده کرده‌اید با مخاطبانتان به اشتراک بگذارید یا اینکه از محتوای آن در قالب‌های دیگری همچون ایمیل‌های سلسله وار، کتاب‌های الکترونیکی و دوره‌های آموزشی استفاده کنید.

نکاتی برای افزایش کارآمدی و بهره‌وری وبینار

در پایان به نکات ساده اما بسیار تأثیرگذاری اشاره می‌کنیم که با توجه به آن‌ها می‌توانید بازده وبینارهای خود را افزایش بدهید:

- روز و ساعت مناسبی را برای برگزاری وبینار انتخاب کنید. مثلاً توجه داشته باشید که غالباً برگزاری وبینار در ساعات کاری ایده خوبی نیست.
- از قبل تمرین کنید و کاملاً آماده باشید. دقت کنید که همان‌طور که تپق زدن یا از یاد بردن نکات مهم تأثیر مطلوبی را بر مخاطب نخواهد گذاشت، چشم دوختن به متن نیز نشان از عدم تسلط شما دارد و نمی‌تواند نظر وی را جلب کند.
- هدف خود را مشخص کنید. آیا به دنبال رشد فهرست ایمیل‌هایتان هستید؟ آیا می‌خواهید مشتریان راغب (Lead) آماده‌تری را در اختیار تیم فروش قرار بدهید؟ یا اینکه به دنبال مشتری جدید یا بازاریابی برای محصول جدیدتان هستید؟ ساختار جلسه، محتوا و سازوکارهای تبلیغ به

هدف شما بستگی دارد و لذا با تعیین دقیق آن وقت خودتان و مخاطبانتان را به هدر نخواهید داد.

- زمانی را برای طرح سؤالات مخاطبانتان در نظر بگیرید. نظرسنجی‌های مختلف نشان داده که ۹۲ درصد از شرکت کنندگان وبینارها ترجیح می‌دهند که زمانی برای پرسش و پاسخ در وبینار وجود داشته باشد؛ بنابراین حتماً یا در بین وبینار به سؤالاتی که مطرح می‌شود پاسخ بدهید یا اینکه زمانی را در انتها به این کار اختصاص بدهید.
- مخاطب را غافلگیر کنید. غافلگیر کردن مخاطب باعث جالب‌تر شدن فضا و افزایش علاقه و تعداد حاضران خواهد شد. مثلاً می‌توانید از یک مهمان خاص دعوت کنید، یک فایل منحصر به فرد را برای دانلود در اختیار حضار قرار بدهید یا یک تخفیف ویژه برای آن‌ها در نظر بگیرید.
- گام نهایی را مشخص کنید. دقیقاً مشخص کنید که در پایان وبینار چه اتفاقی خواهد افتاد. مثلاً بسته به هدفتان می‌توانید یک بروشور یا کاربرگ در اختیار مخاطب قرار بدهید یا کار را با یک فراخوان به عمل خاص به پایان برسانید.

حرف آخر

فارغ از اینکه چه کسب‌وکاری دارید و در چه مقیاسی فعالیت می‌کنید، با برگزاری یک سمینار اینترنتی یا وبینار می‌توانید از مزایای چشمگیر آن بهره‌مند شوید. اکنون که با وبینار و پیش نیازهای آن آشنا شدید می‌توانید دست به کار شوید و به کمک این ابزار قدرتمند با مخاطبان خود ارتباط بهتری برقرار کنید، تخصصتان را اثبات کرده و اهداف کاری و فروش خود را محقق نمایید.