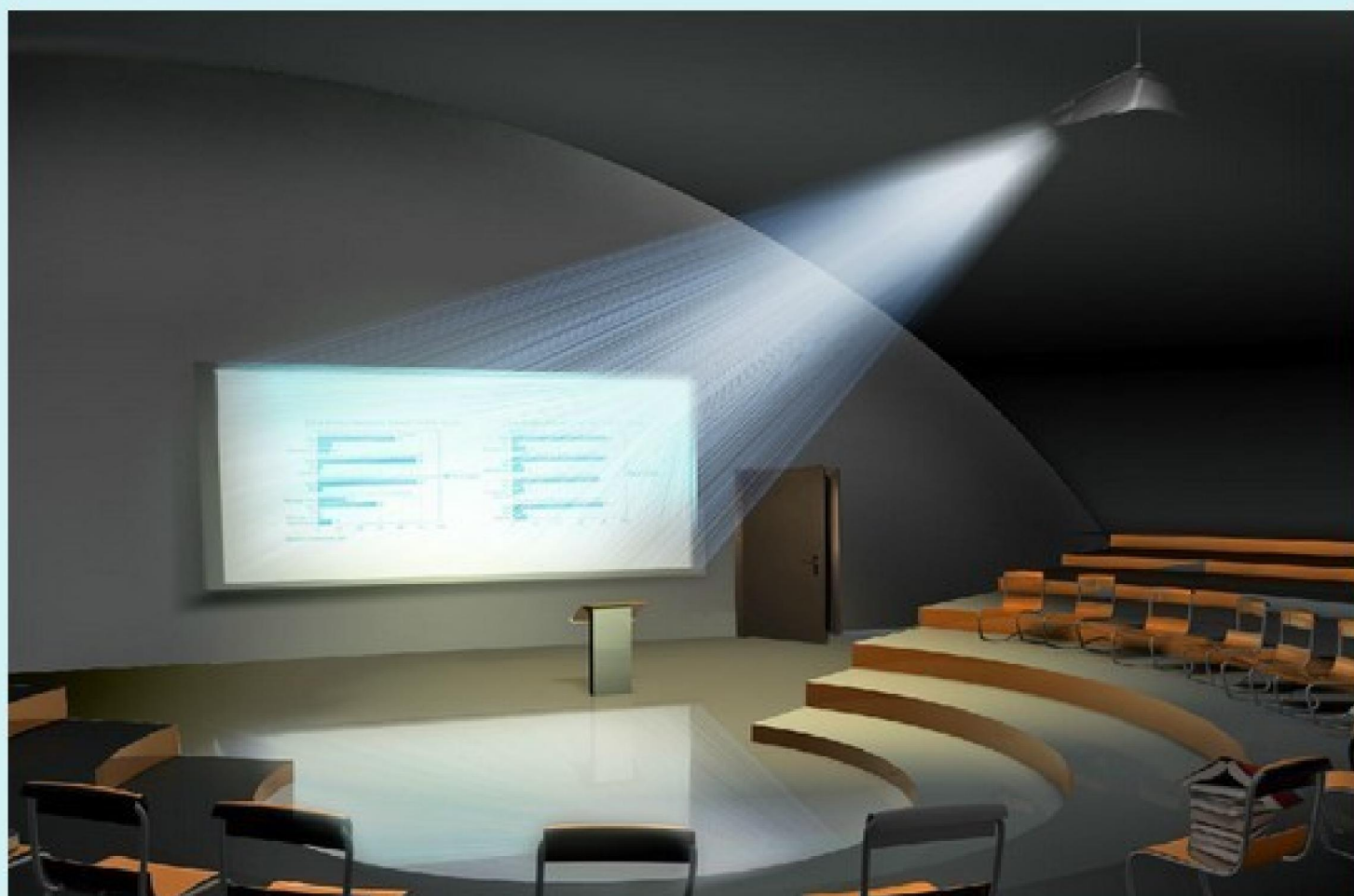




Серия "Покупатели из интернета"



Александр Носырев

Руководство по вебинарам



*Как готовиться и проводить вебинар
Как найти покупателей в интернете
Какую платформу выбрать
(обзор 50 платформ прилагается)*

newis.biz
2012г.

Предисловие.	4
ОСНОВНЫЕ СВЕДЕНИЯ О ВЕБИНАРАХ	4
Зачем нужны вебинары?	4
Что Вы сможете делать в своей конференц-комнате?	4
КАК НАЗОВЕМ ВЕБИНАР, ИЛИ КАК ПРОДАВАТЬ ОДНО И ТО ЖЕ ПО ЦЕНЕ В 100 РАЗ ДОРОЖЕ	5
МЕСТА, ГДЕ ТОЛПЯТСЯ КЛИЕНТЫ ДЛЯ ВАШЕГО ВЕБИНАРА	5
Начало. А есть ли у вас собственный сайт?	5
Поделитесь видео на youtube.com.	6
Подготовили слайды? Не жалеете, делитесь!	7
Есть интересные авторские аудиозаписи? Вам сюда.	7
Вопросы и ответы.	8
+1000 подписчиков за месяц. Реально?	8
Alerts: поставьте маячки на пути Ваших клиентов!	9
Ищите тусовки вместе с google adplanner!	10
Бобр добр, или как этим воспользоваться.	10
Как выяснить, что обсуждают в социальных сетях?	11
Нужен трафик из социальных сетей?	11
Белое, черное и серое.	11
Друзья по интересам- всегда в Твиттере!	11
Переманить клиентов у конкурента? В твиттере это просто.	12
Все за три клика.	12
Рекомендации друзей.	12
Ищите профессионалов.	13
Проведите ремаркетинг вместе с Google Adwords!	13
Используйте CPA- маркетинг.	13
Рекламируйте себя сами.	13
Вебинар состоялся. Как развиваться дальше?	14
Есть бюджет? Пользуйтесь платной рекламой!	14
КАК ПРОВОДИТЬ ВЕБИНАР И КАК К НЕМУ ГОТОВИТЬСЯ	14
Приложение. 50 платформ для проведения вебинаров	15
Платформы от мировых брендов	15
Самые популярные платформы в СНГ	17
Программное обеспечение с открытым кодом	19

Возвращаясь к истокам! (обзор отечественных решений)	20
И еще много решений: хороших и разных!	24
Создаем собственный радиоканал	26
Создаем собственный TV - канал	26
А если ничего не подошло?	27
Полезные советы	28

НАСТРОИМ ТЕХНОЛОГИЮ ПОД ВАШУ УНИКАЛЬНОСТЬ!	28
---	-----------

Предисловие.

Вы бизнес-тренер? Руководитель предприятия? Руководитель отдела продаж или маркетинга? Уникальный специалист?

И Вы задумались над проведением вебинаров для привлечения дополнительных клиентов? Монетизации своих знаний?

И вот Вы здесь. Все правильно! Читайте. Внедряйте. Зарабатывайте.

Основные сведения о вебинарах

Зачем нужны вебинары?

Вы еще сомневаетесь, зачем вашему бизнесу нужна виртуальная конференц-комната? А вот зачем (только несколько вариантов):

- Проложить новый коммуникационный канал к своим клиентам, которые только лишь проявили интерес к Вашим продуктам.
- Обеспечить поддержку существующих клиентов, обучая их работать с Вашими продуктами в удобном для них месте, в удобное время.
- Инициировать поток новых продаж просто за счет того, что Ваши клиенты будут всегда в курсе Ваших новинок.
- Улучшить коммуникации внутри компании, собирая на совещания сотрудников, работающих удаленно, проводя дистанционное обучение.
- Проводить совещания с партнерами и дилерами в регионах, обучать сотрудников дилерской сети.

Что Вы сможете делать в своей конференц-комнате?

Зависит от того, какую платформу Вы выберете. Но, как правило, почти все они имеют функционал, не меньший, чем описанный ниже:

- Выступать с трибуны перед своими слушателями. Вас (или Ваш аватар) будут видеть и слышать. Если у Ваших слушателей есть WEB-камеры, они смогут задавать Вам вопросы голосом; а Вы сможете пригласить кого-либо выступить перед аудиторией, просто переместив ссылку на участника из колонки посетителей в область трибуны. Тогда все слушатели смогут его (ее) увидеть и услышать.
- Слушатели и докладчик могут общаться через чат: задавать вопросы, копировать в чат ссылку на ресурс, интересный всем пользователям и т.д. История чата пишется в текстовый файл. Полезный инструмент анализа вебинара!
- У докладчика есть полный аналог флип-чарта: он может рисовать, писать текст и делать, что хочет, на своем экране.
- Экран можно транслировать, показывая слушателям избранные файлы, свой рабочий стол или сайт, адрес которого набрали в браузере.

- Можно запускать файлы различных форматов: презентации, видеоролики, flash-файлы.
- В конце Вы можете поделиться со слушателями методическими материалами: передача файлов, как сервис, включен в возможности интернет-конференции.
- А также провести опрос слушателей и получить статистику ответов.
- И, наконец, записать проведенный вебинар, чтобы позже поделиться с теми, кто на него не попал – с посетителями Вашего сайта, с клиентами, с сотрудниками.

А какую именно площадку выбрать - это Вы можете решить, ознакомившись с приложением – «50 платформ для проведения вебинаров».

Как назовем вебинар, или как продавать одно и то же по цене в 100 раз дороже

Когда Вы анонсируете свой вебинар, его покупают как «кота в мешке». Видно только название и несколько строчек, о чем Вы собираетесь говорить. И от этого зависит его покупаемость.

Я провел такой эксперимент. Искал стоимость услуг раскрутки в социальных сетях, подбирая всевозможные синонимы. И что я обнаружил: «прокачка акка» в социальных сетях имела минимальную цену 58 рублей; абсолютно то же самое, названное как «продвижение аккаунта в социальных сетях» имело цену 5000 рублей.

Хочу порекомендовать ресурсы, которые помогут реализовать подход AIDA (attention, interest, desire, action, что в переводе внимание, интерес, желание, действие) применительно к коммуникациям с потенциальным клиентом:

<http://shard-copywriting.ru>

<http://www.blog-kaplunoff.ru>

<http://copywriter.ua/>

Места, где толпятся клиенты для Вашего вебинара

Если Вы решились проводить вебинары, для них нужны слушатели. Если Вы проводите вебинары для своих новых клиентов, попробуйте поискать их в сети. Как это лучше сделать – описано ниже.

Начало. А есть ли у вас собственный сайт?

Возможно, это вопрос риторический. Конечно, да. Но я встречал на вебинарных сайтах бизнес-тренеров, которые пиарились исключительно на этих самых вебинарных сайтах и нигде больше. Потому что, по их мнению, создание сайта – это хорошие финансовые вложения. А ведь вовсе нет!

Посмотрите на сервис <http://nethouse.ru>. Это сервис для создания полноценного интернет-сайта либо на собственном домене, либо на площадке сервиса. Не нужно знать даже html! Просто садись и делай. Есть более простой и тоже бесплатный <http://minisite.ru>. Есть и чуть более навороченный англоязычный сервис <http://pen.io>.

Но очень часто хочется создать что-то более сложное, например продающую страницу, или страницу генерации подписчиков, когда Вы предлагаете полезность в обмен на электронный адрес. Но как это сделать технически?! Если Вас не смущают платные сервисы, то совсем неплохой вариант – это <http://quickpages.ru>. Здесь Вы можете быстро и по шаблону, но применив индивидуальный стиль, создать свою landing page.

Еще один вариант - <http://lpgenerator.ru>. Сервис позволяет создать целевую страницу в интернете или фан-страницу в Facebook. Причем пока что абсолютно бесплатно.

А есть еще популярные движки типа wordpress'a, которые позволят воплотить любые задумки – хоть бы и магазин по торговле записями Ваших вебинаров. Работать на нем можно научиться бесплатно, например, в школе <http://tvoy-startup.ru>. Что особенно приятно – месячный бесплатный курс сопровождается бесплатной же технической поддержкой. Ну, а если Вы привыкли работать самостоятельно – в сети много ресурсов, где есть обучающие видеокурсы.

Поделитесь видео на youtube.com.

У Вас уже есть запись вебинара? Выложите самый блестящий фрагмент из него на всеобщее обозрение. Не забудьте описать его теми ключевыми словами, которые будоражат Вашу целевую аудиторию. Найти их можно на https://ads.youtube.com/keyword_tool. Просто набираете слово в разделе «Описательные слова и словосочетания», и получаете список сходных ключевых слов со статистикой их поиска. Этой подсказкой можно воспользоваться для составления описания видео.

У сервиса есть еще уникальная возможность отрекламироваться. Вы можете отыскать самое популярное видео по вашей тематике (поиск позволяет упорядочить видео по числу просмотров), и узнать, по каким ключевым словам этот ролик рекламировался. Это просто: Вы вводите на той же странице https://ads.youtube.com/keyword_tool Http - адрес найденного ролика. И вот какую хитрость позволяет сделать вышеназванный сервис: если эти же ключевые слова Вы включите в описание Вашего видео, то у Вас есть все шансы попасть в раздел «Похожее видео» на одной страничке с рекордсменами. Автоматом – в топ просмотров!

P.S. В YouTube постоянно появляются новые сервисы, которые (для тех, кто знает) помогают сделать Ваше видео еще более популярным. Например, видеополучения, которые Вы можете оставить в комментариях на понравившийся ролик по Вашей тематике.

Используйте опцию «Опробуйте новые функции!» внизу страницы, чтобы быть в курсе последних новинок.

Появляются также маркетинговые инструменты для работы с Youtube. Один из них - <http://www.tubetoolbox.com>. Эта программа предназначена для автоматического продвижения вашего видео на сервисе YouTube.

P.P.S. Следует отметить, что бесплатных видеохостингов в последнее время появилось очень много. Надо ли говорить, что они есть во всех социальных сетях? А вот еще несколько независимых видеоканалов:

Rutube <http://rutube.ru>

Vimeo <http://vimeo.com>

Smotri <http://smotri.com>

А здесь можно разместить свои бесплатные обучающие уроки <http://prodaga.com>, чуть менее популярные <http://video-yrok.ru>, <http://dostupnovsem.com> и т.д. Вообще, сайтов, где можно размещать свои бесплатные уроки, в сети очень много. Достаточно набрать ключевые слова, как в выдаче появится большущий список. На всех ли из них стоит пиариться? Однозначно, нет. Только если присутствует Ваша тема, и у сайта приличная посещаемость. А оценить это поможет, например, сервис <http://pr-cy.ru/>.

Подготовили слайды? Не жалейте, делитесь!

На этом сайте <http://www.slideshare.net/> все так и делают. Потому что здесь Вы найдете не менее эффективный канал распространения своих идей и наращивания харизмы, чем на Youtube. А кроме того, можете поучиться у конкурентов, например, англоязычных. Язык слайдов интернационален, а транскрибация текстов, размещенная вместе с презентацией, позволит быстро понять, о чем речь. Даже если Вы не знаете английского (ай-я-яй, как нехорошо!), с помощью программ-переводчиков Вы наверстаете упущенное. И не забудьте про технологию с ключевыми словами!

А вот еще один сервис, который появился недавно - <http://www.slideboom.com>. Сервис зарубежный, но презентации на русском имеются в большом количестве. Собственные презентации можно загружать в общий доступ.

А если Вы хотите порадовать пользователей нестандартной презентацией, то можете воспользоваться сервисом <http://prezi.com/>.

Есть интересные авторские аудиозаписи? Вам сюда.

Звуковые подкасты (а уж чего проще – это могут быть фрагменты записи Вашего вебинара) можно разместить на <http://rpod.ru> или <http://podfm.ru>. А можно записать подкаст прямо из Вашей гостиной с помощью бесплатной программы Audacity MP3 recorder for Windows, Mac, or Linux. Теперь весь

мир Вас услышит. А здесь же можно поучиться у профессиональных мастеров: как увлечь публику, зажигая словом. Рейтинги, которые есть на сайтах, Вам в этом помогут.

Вопросы и ответы.

Если Вы эксперт в своей области, помогите людям разобраться с вопросами, которые появляются у них в Вашей тематике. Самые активные вопрошающие бывают здесь: <http://otvety.google.ru>, <http://otvet.mail.ru>, <http://otvet.bigmir.net>, <http://ask.yandex.ru>. Эти сайты очень хорошо индексируются поисковиками, и, как правило, попадают в первую десятку сайтов в выдаче, если люди задают вопросы одноименным поисковикам. На крайний случай, задайте вопрос с одного IP-адреса и ответьте с другого. Вообще, есть много разных способов приобрести репутацию эксперта. Например, в профессиональной сети LinkedIn существует такой инструмент, как LinkedIn Questions. В его рамках пользователи каждый день задают вопросы на различную тематику в разных областях. Эксперты, которые отвечают чаще и больше всего попадают в ТОП-экспертов недели. Почему бы не воспользоваться такой бесплатной рекламой?

+1000 подписчиков за месяц. Реально?

Вариант 1. Создание собственной рассылки на subscribe.ru. Оказывается, как только Вы создаете рассылку и наполняете ее материалами (а они уже есть в виде статей на Вашем блоге, например), то сервис рассылок включает ее в свой анонс. Анонс рассылается на миллионную аудиторию. И на Вашу рассылку начинают подписываться. Я смотрел на статистику – сотня-другая подписчиков за неделю – это реально.

В этой схеме есть один минус – Вам недоступны адреса подписчиков. Так что делают блоггеры? – они просто начинают перетаскивать подписчиков в свою рассылку. Разными заманчивыми предложениями: заберите Ваш подарок на моем сайте (например) – в обмен на e-mail (естественно).

Кроме того, на этом сервисе (как и на всех аналогичных - <http://SmartResponder.ru>, <http://content.mail.ru>, <http://maillist.ru>) есть каталог рассылок. И оттуда к Вам тоже будут приходить люди.

Вариант 2. Сотрудничество с авторами раскрученных рассылок. Раскрученные – это от нескольких десятков тысяч человек. Если у Вас значительно меньше, казалось бы, зачем Вы им? А вот зачем: они на этом зарабатывают. Поделитесь с ними доходом от реализации своего продукта. Т.е. они становятся участниками Вашей партнерской программы и получают процент от продаж (например, 50%, разве это невыгодно?). При этом они могут либо отрекомендовать Ваш продукт, либо просто между делом сослаться на интересную статью на Вашем сайте (все зависит от того, как Вы свою партнерскую программу настроите). Можно договориться и о рекламе

за деньги: Вы платите, они рекламируют. При цене в 3000-5000 рублей и получении 1000 подписчиков это себя окупит.

А можно взять у них интервью: как им удалось достичь таких результатов?! Как утверждают бывалые блоггеры, люди падки на славу; а Вам размещение ссылки на интервью в рассылке Вашего героя тоже принесет дивиденды.

Вариант 3. Сотрудничество с авторами аналогичных рассылок. К примеру, у них 500 подписчиков, и у Вас 500 подписчиков. Вы обмениваетесь рекомендациями, и вот уже обе стороны в выигрыше. К тому же авторы таких рассылок охотно приглашают сторонних авторов для наполнения своих рассылок контентом (в subscribe.ru это сразу видно в настройках рассылок). Этим тоже можно воспользоваться.

Вариант 4. А ведь есть еще и RSS- рассылки. Как правило, владелец сайта открывает статистику по количеству читателей rss – ленты. И Вы можете подобрать себе равных партнеров среди сайтостроителей. Совершенно аналогичным способом. Или другой вариант. Вы подписываетесь на те rss ленты, которые выдают интересную информацию по Вашей теме. И оставляете комментарии в свежих материалах, если по этой теме Вам есть что сказать. Работает безотказно (см. вариант 5)!

Вариант 5. Авторы рассылок заинтересованы в комментариях. Как правило, их можно оставлять на блогах, где размещена статья, на которую сослались в рассылке. Меня всегда удивляло огромное количество откликов на популярных блогах, причем откликов совершенно однотипных: «Ах, как Вы меня просветили, Азамат!». «Что бы я без Вас, Азамат, делал, ведь папа с мамой меня этому не научили» (странно, почему папа с мамой не научили элементарным вещам...). Ну, а каждый такой отзыв содержит в имени ссылку на сайт комментатора. Наверное, комментаторы имеют со своей ссылки какой-то трафик (а если блог dofollow, то и дополнительную внешнюю ссылку, индексируемую поисковиками...).

Вариант 6. Используйте сервис скидок. Стоит набрать эти два слова в поисковой системе, как тотчас получите большой выбор скидочных сервисов. Как правило, эти сервисы ориентируются на региональный рынок. Группон, Биглион и другие предложат Ваши услуги и товары с большой скидкой. Именно такая возможность получить продукт почти даром привлекает к ним большое число подписчиков. И именно поэтому Ваше предложение будет разослано большой аудитории. Если за массивную рекламу своей продукции Вы готовы расплатиться скидками, то Вам сюда.

Alerts: поставьте маячки на пути Ваших клиентов!

Ваши потенциальные слушатели могут общаться в форумах по Вашей тематике. Поставьте оповещения по ключевым словам Вашей темы в <http://www.google.com/alerts> (синтаксис такой же, как в обычном поисковом запросе). Настройте регулярность получения (хоть тотчас же, или раз в день,

или раз в неделю и т.д.) и Вы увидите живые места, где идет обсуждение Ваших «горячих» тем. Добавьте в это обсуждение разумные комментарии, а то и прямую ссылку на полезные материалы Вашего сайта, и люди к Вам потянутся.

Аналогичные сервисы есть и для Твиттера: <http://www.tweetalarm.com>, <http://www.twilert.com>.

А что делать, если нужны оповещения по другим социальным сетям? Нет ничего проще: воспользуйтесь поисковым оператором Google: `site:<адрес сайта, например, facebook.com> ключевое слово` и укажите этот запрос в <http://www.google.com/alerts>. Пример такого запроса: `site:facebook.com вебинар`.

Ищите тусовки вместе с google adplanner!

Вы нашли парочку скоплений Ваших потенциальных клиентов в сети. А где же они еще бывают? Загляните на сервис <http://www.google.com/adplanner>. По адресу нужного Вам сайта сервис выдаст Вам траекторию движения посетителей – еще как минимум, несколько мест, которые они посещают! Сервис постоянно развивается, и его аналитика не устает удивлять. Найденные ресурсы сразу же оцениваются – по количеству посетителей, числу просматриваемых страниц, даже по полу, возрасту, образованию и доходам! Мое описание точно будет неполным, потому что уже завтра появятся новые функции. Смотрите сами!

Бобр добр, или как этим воспользоваться.

Есть такой сервис социальных закладок – <http://www.bobrdobr.ru>. Если Вы интересуетесь какой-либо темой, то из серфинга по интернету возвращаетесь с добычей из полезных сайтов. Чтобы не забыть, где что нашли, есть смысл оставлять себе на память интернет - закладки с адресами и кратким описанием. Вы можете записывать у себя на компьютере, а можно в облачных сервисах интернета. Вот для этого и предназначен сервис закладок. В этом сервисе принято делиться закладками со всей присутствующей публикой. И ненароком Вы можете похвалить и себя. Обратитесь на себя внимание Вы можете и на других сервисах закладок – например, <http://www.moemesto.ru>, <http://www.memori.ru>. Их довольно много, к тому же процесс отправки закладок можно автоматизировать, например, с помощью сервиса <http://www.bposter.net>.

Как выяснить, что обсуждают в социальных сетях?

Есть такой интересный сервис <http://www.howsociable.com>. Это поисковик, который позволяет оценить популярность темы в социальных сетях: Facebook, Twitter, LinkedIn и целом ряде других. Просто вводите ключевое слово и получаете ссылки на топики. В рунете тоже появляются похожие сервисы, например, <http://www.babkee.ru>, <http://youscan.ru>. Похожий же сервис создает команда <http://www.copiny.ru>. Они изначально заявлены как платные, но имеются варианты бесплатного тестирования. К чему это я? Вы получили ссылки на рыбные места. Ну, так за удочки и вперед! Обсуждайте тему вместе с заинтересованными людьми. В социальных сетях Вы изначально идентифицированы, и путь к Вашей странице очень прост – Вы везде на расстоянии одного клика.

Нужен трафик из социальных сетей?

Белое, черное и серое. В социальных сетях есть «группы по интересам». Создайте собственную, или впишитесь в существующую. Только не рекламируйте свой вебинар напрямую, пишите по делу. Замечено: виртуальный диалог возникает по принципу бумеранга. Если вы обсуждаете или хвалите за интересные записи, фотки, то с большой долей вероятности этот человек не оставит без внимания и вас, цепная реакция.

Ну, а кто вами заинтересовался, всегда сможет перейти на Вашу страничку, где Вы не пожалели слов о своих замечательных вебинарах!

P.S. Существуют, конечно же, и «черные» методы раскрутки. Вы покупаете (или создаете) эккаунты в социальных сетях, и с помощью программы-ботовода (по-понятному - кукловода) организуете взаимодействие между «куклами» на Вашей социальной стене или в группе. Можно и вручную, но с программой быстрее. Если в тусовке будут интересные обсуждения, нестандартные выходы, эпатажные фото или видео, люди к Вам потянутся.

А «куклы» могут быть и живыми: они покупаются на биржах копирайтеров или же специализированных биржах, которых немало в сети (<http://www.advego.ru>, <http://forumok.name>, <http://twite.ru> и др.). Причем покупаются весьма дешево – за 2 – 20 центов за сообщение.

Друзья по интересам- всегда в Твиттере!

А тема вебинаров в этой сети (<http://twitter.com> – кто еще не знает) - неизменно популярна. Вы можете проверить это в расширенном поисковом сервисе по Твиттеру - <http://search.twitter.com>. Вообще, людей, которые Вам интересны, Вы можете найти по многим критериям – ключевым словам, месторасположению и т.д. Фоловьте их, и по статистике, 30% ответит Вам взаимностью. А это уже готовый канал распространения Вашей информации.

Учтите, что обязательное условие дружбы - вы должны быть интересны Вашей аудитории.

P.S. Есть еще и русскоязычный вариант твиттера - <http://www.rutwitter.com>, <http://rutwit.ru>. Или сервис «Жужужу»: <http://www.jujuju.ru>. Функционал аналогичен.

Переманить клиентов у конкурента? В твиттере это просто.

Как Вы уже знаете, Твиттер – это система обмена сообщениями длиной 140 символов. В своей ленте сообщений Вы можете публиковать новости, купоны на скидки, профессиональный юмор, ссылки на интересные ресурсы в сети, ну и, конечно, собственную скрытую рекламу и PR. Ваши конкуренты уже наверняка это делают! И в твиттере их очень легко вычислить: по ключевым словам, которые они употребляют.

А зачем Вам от них отставать? У них уже есть читатели? – Тысяч десять? Так запишитесь к ним в друзья (к читателям, не к конкурентам!). С учетом ограничений Твиттера Вы легко наберете себе лояльную аудиторию в тысячу человек уже за один месяц! (или даже неделю – зависит от того, насколько Вы людям интересны!). Есть и специальные программы массфоллоvingа, которые позволяют процесс автоматизировать, например twidium.com.

Все за три клика. Упоминание о вебинаре в социальных сетях и на форумах может стать платой за вход на промовебинар. Как правило, доказательство такого размещения просят оставлять прямо в комментариях.

P.S. Хотите посмотреть, как это действует на примере конфетных сэмплов? Зайдите на сайт <http://www.tryfreecandysample.com/> и закажите себе коробочку конфет бесплатно и с доставкой. Акция, заметьте, действует по всему миру! Через этот сайт уже «продвигались» Skittles, KitKat, Snickers. Но! На каких условиях отправляют сладости? Вам нужно зарегистрироваться, получить персональную ссылку и отправить её определенному количеству людей (20), которые её посетят.

Рекомендации друзей. Можно упростить задачу для Ваших потенциальных слушателей. Обратите внимание на <http://www.invitemaster.ru>. Его установили у себя многие блоггеры, рекордсмены по посещаемости вебинаров. Смысл этой формы – замотивировать посетителей оставить в обмен на приглашение не только собственный электронный адрес, но e-mail своих друзей. Сам сервис бесплатен и его скрипт легко устанавливается на сайт в виде кликабельной ссылочки.

Сказать по правде, я несколько скептически отношусь к такой функции – в качестве адресов друзей можно легко подставить свои же собственные адреса (а кто сейчас имеет только один ящик?). Но чем мне понравился сервис – так это библиотекой бесплатных продуктов разных авторов. Эти продукты распространяются свободно и могут использоваться как бонус к Вашим основным продуктам (записям вебинаров, например). Вы и сами можете

оставить в библиотеке свои продукты. Широкое распространение Ваших трудов – это основа Вашей популярности в интернете.

Ищите профессионалов. Если Ваш вебинар предназначен для узкой профессиональной аудитории, воспользуйтесь профессиональными социальными сетями. Наиболее известные из них – <http://www.linkedin.com>, (<http://ua.linkedin.com>), <http://www.professional.ru>, <http://www.beknown.com> (приложение к facebook). Правила поиска клиентов сходны с любыми социальными сетями, но вот платные рекламные компании Вы можете ориентировать по четким должностным критериям.

Проведите ремаркетинг вместе с Google Adwords! Если Ваш сайт уже посетили, не упускайте из виду этих людей и продолжайте показывать им свою рекламу на других сайтах. Это возможно с помощью Google Adwords! Инструмент ремаркетинга, который предлагает этот сервис, работает так. У Вас есть просто посетители, посетители определенных страниц, или люди, совершившие определенное целевое действие (подписку, покупку, регистрацию на сайте). Для каждого из этих типов посетителей Вы можете настроить свое рекламное объявление и уточнить критерии показа. И после этого Ваши гости постоянно будут наткаться в сети на Ваши объявления. Вот Вам правило пяти касаний в действии! После 5 касаний вероятность приобретения товара (услуги) значительно увеличивается, - доказано маркетологами.

Используйте CPA- маркетинг. CPA – это Cost per Action, или оплата за действие. Таковым может быть регистрация на промовебинар или покупка платного мероприятия. Заказать таких целевых посетителей можно на специализированных биржах, которые сводят заказчиков и исполнителей. Примеры – <http://admitad.com>, <http://gdeslon.ru> и т.д. Обычная стоимость, которую Заказчики выплачивают за оформление заказа на сайте – от 50 центов до 50 долларов. Заглянуть на кухню работы вебмастеров, отправляющих на Ваш сайт целевой трафик, можно здесь - <http://ProfitSpy.ru>.

Рекламируйте себя сами.

Разместите на своем сайте записи своих вебинаров. Они могут быть платными (неплохой источник пассивного дохода, верно?), а могут быть и бесплатными. Но! Уж если Вы делитесь с читателями ценной информацией, включите в запись бесплатного вебинара рекламу платного, или отдайте его всего за 3 клика (см. выше), а лучше и то, и другое!

Вебинар состоялся. Как развиваться дальше?

Если тема бизнеса в онлайне состоялась, нужно двигаться дальше. Новый формат коучинга в виртуальной среде – это интернет-школы со всем полагающимся инструментарием: регулярными семинарами, домашними заданиями и службой поддержки. На этот случай тоже есть готовые решения – Help Desk'и. Один из популярных, несмотря на возраст в несколько месяцев – это <http://www.support-desk.ru>. Есть триальный период использования в 40 дней. Небольшая арендная плата предусмотрена после окончания этого срока. А если не хочется платить, можно с легкостью найти и бесплатные варианты, достаточно в поисковике набрать это ключевое слово «бесплатный help desk».

Еще одна полезная фишка – подключение платежных сервисов и системы напоминаний. Т.е. Вы можете продавать билеты и с заданной регулярностью отправлять слушателям напоминание о предстоящем событии. <http://ticketforevent.com/> - здесь можно разместить информацию о предстоящем событии и открыть продажу билетов. Системе Вы платите символические деньги за продажу билета и за услуги платежной системы.

Аналогичный сервис - <http://timepad.ru>. Цены примерно такие же, но для бесплатных событий сервис бесплатен.

Довольно привлекательный сервис для продажи вебинаров – <http://glopart.ru>. Здесь Вы можете отрекламировать одно событие бесплатно, а для остальных случаев придется заплатить одноразовый вступительный взнос, впрочем, тоже символический – от 5 до 30\$.

Есть бюджет? Пользуйтесь платной рекламой!

А есть еще платная контекстная реклама, платная реклама в социальных сетях, рассылках и видеохостингах. У контекстной рекламы есть очень привлекательная особенность – таргетинг, разный у разных ресурсов. В профессиональных сетях Вы можете нацеливаться на сотрудников определенных компаний или должностей, в социальных сетях – на круг той информации, которую оставляют о себе ее участники, либо на определенные группы по интересам, в видеорекламе - на зрителей определенного концепта. Если у Вас есть рекламный бюджет, стоит воспользоваться, но только очень осторожно и очень эффективно. Но это уже тема другого пособия!

Как проводить вебинар и как к нему готовиться

Здесь Вы найдете лучшие книги и ресурсы, которые помогут Вам в подготовке презентации (эти ресурсы легко найти на просторах интернета):

Кармин Гало. Презентация. Уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса.

Р. Гандапас. Камасутра для оратора. 10 глав о том, как получать и доставлять максимальное удовольствие, выступая публично.

Garr Reynolds. Presentationzen. Simple ideas of Presentation Design and Delivery.

Nancy Duarte. Slide:ology. The art and science of creating great presentation.

<http://10slides.com/> - сайт, посвященный теме эффективных презентаций.

Елена Бочарникова. Как самостоятельно подготовить и провести on-line семинар.

Андрей Веселов. Как правильно продавать продукты и услуги в интернет.

А. Парабеллум, Н. Мрочковский. Инфобизнес. Зарабатываем на продаже информации.

А. Парабеллум, Н. Мрочковский . Коучинг как бизнес. Практическая модель для зарабатывания денег.

Приложение. 50 платформ для проведения вебинаров

Платформы от мировых брендов

Я начну обзор с тяжеловесов в этом сегменте рынка, а именно тех, за чьими плечами громкое имя, многолетний опыт и стабильное качество. Они не всегда дешевы, но если Вам важна респектабельность и надежность в глазах клиентов, партнеров и в собственных, то это – Ваш выбор.



Microsoft Office Live Meeting

(<http://www.livemeetingplace.com/webinar/>)

Предлагает свое решение вместе с хостингом за \$45 в месяц (для первого участника) и \$15 за каждого следующего.

Масштабируется до 1250 участников с хорошим качеством, но по более дорогим ценам. Перед покупкой можно заказать презентацию продукта.



Adobe Acrobat Connect

<https://www.adobe.com/main/en/home.html>

Есть разные тарифные планы, а базовое решение для 5 пользователей предлагается по цене 14,99\$ в месяц. На сайте разработчика в течение 90 секунд Вы сможете протестировать сервис бесплатно (видеосвязь между двумя участниками). Решение от Adobe Acrobat включает в себя не только модуль для проведения вебинаров, но и модуль для создания и управления курсами дистанционного обучения, а также модуль для управления жизненным циклом всех событий, относящихся к участию во встречах и тренингах (оценка обучающихся, регистрация на курсы, уведомления и отчетность).



WebEx от Cisco

<http://www.webex.com/>

Решение, помимо стандартных функций, предлагает мобильный доступ (даже с iPhone или iPad). Тарифный план начинается с 19\$ месячной подписки за комнату с 8 пользователями. Триальные предложения: 14-дневная бесплатная пробная версия для 25 человек.



LotusLive от IBM

<https://www.unyte.net/>

Решение недешевое, но бесплатная пробная версия LotusLive (предоставляется на 60 дней) включает полный комплект инструментов и служб для совместной работы 25 пользователей. Правда, риски коммерческого использования разработчики предлагают Вам взять на себя.



GoToMeeting, GoToWebinar, GoToMeeting от Citrix

<http://www.gotomeeting.com>

Компания предлагает на период триального использования программы не только комнату на 15 пользователей, но и полноценную техническую поддержку 24/7. Платформа обеспечивает подключение к вебинару с Mac, PC, iPad®, iPhone® или Android устройств. В дальнейшем цены начинаются от 49\$ за те же 15 человек.



Скайп от (уже) Микрософт

<http://www.skype.com>)

Программа позволяет вести видеопереговоры по интернет между двумя собеседниками, где бы они не находились, совершенно бесплатно. У программы есть много других примочек: например, демонстрация экрана удаленному собеседнику, запись видеосеанса. А вот телеконференция от 3 до 5 участников уже стоит денег - 6,95 евро в месяц (правда бывают акции и спецтарифы). Дополнительное преимущество - Скайп имеет русскоязычный интерфейс. Самый большой минус: скайп – это, конечно, не платформа для вебинаров, а скорее, инструмент для проведения видеопереговоров.

Послесловие. *Не всегда самая высокая цена означает самое высокое качество! Есть много других решений от компаний, которые специализируются на предоставлении видеоконференцсервиса, и зачастую сфокусированность только на одном виде сервиса способна принести превосходные результаты. А примеры вы найдете ниже.*

Самые популярные платформы в СНГ

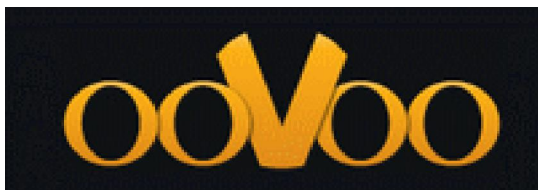
Я не поленился и попробовал оценить популярность платформ через сервис статистики поисковых систем. В эту главу попало ТОП несколько платформ, которые разыскивались наибольшим числом пользователей в СНГ (использовался сервис Google и Yandex).



Видеоконференции в социальной сети Google +

<https://plus.google.com/>

Функция видеовстреч от Google позволяет стать ведущим собственного шоу в прямом эфире с возможностью присоединения до 9 человек. Для шоу можно придумать произвольное название, чтобы его могли найти люди со схожими интересами. На этих видеовстречах можно совместно просматривать YouTube, предоставлять участникам доступ к экрану компьютера, чтобы показать презентацию, фотографии; вместе порисовать на доске, делая заметки, наброски и схемы, и вместе поработать над документами, таблицами или презентациями. Также вышел базовый набор API-интерфейсов для видеовстреч для разработчиков приложений. Наконец, функция видеовстреч появилась в мобильных телефонах (в настоящее время она доступна в приложении для Android, а в приложении для iOS появится в ближайшее время). И все это совершенно бесплатно!



<http://www.oovoo.com/home.aspx>

- бесплатная программа для видеобщения через Интернет в режиме реального времени. Позволяет общаться один на один или с несколькими людьми одновременно (до 6 человек). В процессе разговора собеседники могут обмениваться уже привычными текстовыми сообщениями, а также отправлять и принимать файлы. Кроме этого, поддерживается запись разговоров, отправка видео-сообщений и многое другое. Программа имеет русскоязычный интерфейс.



<http://www.beamyourscreen.com/>

Компания предоставляет полностью бесплатный сервис вебинаров для некоммерческого использования с количеством участников не более 10. Коммерческий вариант (для 25 участников) стоит уже 249\$, но допускает возможность брендирования комнаты под требования заказчика. У сервиса есть русскоязычный аналог – mikogo.



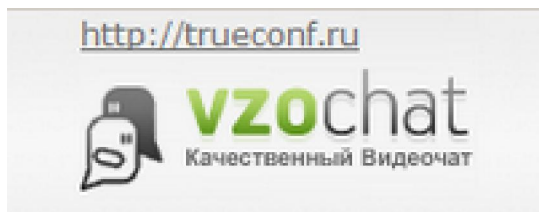
<http://www.mikogo.ru>

Логотип у него тот же, но цвет уже наш! Довольно интересный сайт с подробными описаниями продуктовой линейки и блогом, на котором раскрываются тонкости работы с продуктами. Помимо сервиса вебинаров компания предоставляет софт для удаленного доступа к рабочему столу. Сервис вебинаров для 10 участников по-прежнему бесплатен.



<http://www.wiziq.com>

Стандартный тарифный план – 19,95\$ в месяц для 25 пользователей. Бесплатное тридцатидневное тестирование для всех тарифных планов. Интерфейс англоязычный. А вместе с тем немало бизнес-тренеров СНГ пользуются этой платформой. Все же не так дорого, и есть каталог курсов, в котором можно себя рекламировать на русскоязычную аудиторию.



<http://vzochat.com/ru/Default.aspx>

Русскоязычный сервис, абсолютно бесплатный в таких режимах: видеозвонки один на один, видео конференции 3x3 и 1x120, видеовещание, видео, аудио и текстовое общение, запись и воспроизведение. Платные версии предлагают все возможности реальных конференций – демонстрация презентаций, передача файлов, рисование на экране, но самое главное – отсутствие рекламы производителей!



Web conferencing firesale (горячая распродажа!) от GVO Conference (<http://www.gvoconference.com/>)

Очень неплохое качество передачи и обслуживания и, пожалуй, самые низкие цены на мировом рынке – 8,97\$ за месяц использования комнаты вместимостью 50 человек. У конференц-комнаты есть русскоязычный и даже украиноязычный интерфейс, подробная документация на русском языке, круглосуточная русскоязычная поддержка и все шансы завоевать горячий рынок!

Надо отметить, что сервис постоянно развивается и копируется. Вариант конференц-комнат от того же производителя – <http://www.meetchap.com/>



<http://www.iwowwe.com/> Сервис, который предоставляет не только виртуальную комнату на 100 человек, но также и сервис видеорассылок с встроенным функционалом отчетности. Сервис успешно продвигается в странах СНГ, тем более, что цены у него более, чем умеренные.

Программное обеспечение с открытым кодом

Самые лакомые решения! Не нужно никому ничего платить. Комнату можно отбрендировать под свой вкус и пользоваться без ограничений. Можно заточить ее под себя. Правда, таких решений не слишком много...



BigBlueButton

<http://bigbluebutton.org>

Это решение с полностью открытым кодом для пользователей платформы Linux. Это не значит, что с ней нельзя работать на Windows, просто устанавливается дополнительная виртуальная платформа (все очень четко расписано на сайте разработчиков). Платформу можно посмотреть в действии прямо с указанного сайта. Интерфейс в ней можно сразу же переключить на русский язык. Дополнительные отзывы о платформе я нашел на сайте http://habrahabr.ru/blogs/open_source/112066/.



openmeetings
Open-Source Web-Conferencing

www.Openmeetings.de или то же самое <http://code.google.com/p/openmeetings/>

Это программное обеспечение с открытым кодом. Основные языки - XML, JavaScript, Java. Т.е. Вы сможете не просто воспользоваться сервисом, но и установить его на собственном сервере, настроить под себя или усовершенствовать, как это принято в среде разработчиков Open Source.

Quatla

<http://quatla.com>

Это полностью русскоязычный сервис, построенный на платформе BigBlueButton. Любой желающий может сюда зайти и получить свою комнату для проведения вебинаров. А если Вы хотите получить дополнительные удобства, то, понятно, за дополнительные деньги.

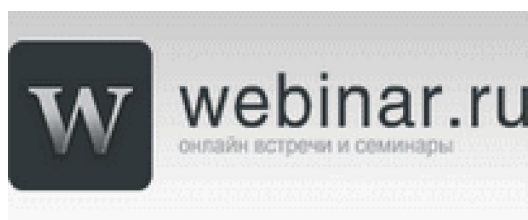


<http://www.red5.org>

Это решение предназначено для программистов, а не для рядовых пользователей. На базе медиасервера с открытым кодом можно ваять собственные решения: строить корпоративные конференцкомнаты, видеоприемные, проводить видеочаты и т.д.

Возвращаясь к истокам! (обзор отечественных решений)

Здесь представлены сервисы, которые позволяют арендовать площадку для собственных нужд, а также те, которые который предоставят Вам площадку бесплатно – если Вы проводите бесплатный вебинар для широкой аудитории. Есть и просто бесплатные сервера, предоставляемые для образовательных целей. В общем, выбор широк!



<http://webinar.ru/>

Эта популярная платформа регулярно устраивает промо-вебинары о своих возможностях. По запросу предоставляют возможность месячного тестирования с ограничением

до 5 участников.



<http://v-class.ru>

На этой, одной из самых популярных платформ рунета, можно собирать бесплатно до 4 человек, включая докладчика.



<http://www.comdi.com/>

Эта платформа для вебинаров часто организует открытые трансляции с публичных событий и продвигается в блогах. Есть тестовый доступ до 13 участников на неделю.



<http://www.vivavox.com/>

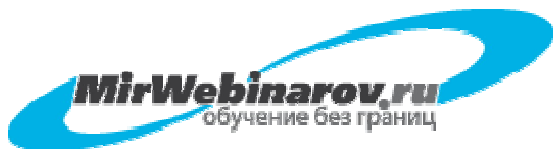
Бесплатное тестирование на 10 дней без ограничения числа участников.



Mirapolis
Virtual Room

<http://virtualroom.ru/>,
www.webinarexpert.ru

По запросу можно попробовать сервис бесплатно, а тарифные планы допускают вариацию ценовых предложений (типа, можем договориться!)



<http://www.mirwebinarov.ru>

Сервис анонсирует бесплатное проведение вебинаров на своей площадке (если Вы заинтересуете организаторов). Доступна также аренда площадки, но цену нужно оговаривать лично. Каталог проводимых вебинаров пока невелик, но сервис активно развивается.

САЙТ ПРИНАДЛЕЖИТ ПРОЕКТУ
INFOBUSINESS2.RU
возьми и сделай

<http://www.webinar2.ru>

Сайт принадлежит известному в сети предпринимателю А. Парабеллему. На этой площадке можно бесплатно зарегистрировать свой вебинар, пригласить на него слушателей и вещать!



<http://geniroom.com>

У этого сервиса – аналогичная схема работы. Если хотите прославиться – вам сюда. Если развлечься – тоже. Вот несколько тем из анонсов: «Моисей – смиренный вождь Израиля», «Как тебе стать богом секса», «Отчего блондинок считают тупыми». Впрочем, серьезные темы тоже наблюдаются.

WEBINAR.UA™
семинары, тренинги в сети

<http://Webinar.ua>

Широкий выбор направлений, основные из которых – бизнес, здоровье, духовные практики. Условия аналогичны. Но здесь Вы можете проводить платные семинары. Понятно, что выручкой придется делиться с владельцами сервиса.

<http://webinary.com.ua>



Первый Международный Портал Вебинаров
webinary.com.ua

Первый Международный Портал Вебинаров: здесь можно провести как собственный вебинар, договорившись об условиях с владельцами сервиса, так и взять в аренду комнату для проведения вебинаров. Цены на аренду значительно выше рыночных, но зато есть большая подборка записей состоявшихся вебинаров, а также много других интересных сервисов – видеоинтервью с иногородними соискателями, блоги вебинаристов и т.д.



<http://www.russian-webinar.ru>

<http://www.e-lms.ru/>

Бесплатные видеоконференции для 3 пользователей бессрочно. Платные услуги – по отличающимся тарифам – для бизнеса и образовательных учреждений. Дополнительно можно приобрести e-university – систему дистанционного обучения.



www.ega.ru

Бесплатная версия использования сервиса – это видеоконференции с количеством участников до 25 человек. Платный тариф начинается от разовой web-конференции за 500 рублей. В ноябре 2011 года владелец решил этот сервис продать. Посмотрим, чем нас порадуют новые хозяева.



<http://www.webinar.fm/>

Его провайдеры обещают кристально чистые аудио и видео, работу на разных платформах, включая Apple, Linux, Windows Mobile™ для доступа в дороге и, конечно же, широкий набор функциональности: показ презентаций, экрана, совместное использование файлов, чат, запись мероприятия и многие другие. Есть бесплатный тест-драйв, который Вы проведете с менеджером компании, но других бесплатных вариантов, увы, нет... Зато комната на 25 человек стоит 45\$ в месяц.



www.Firmbook.ru

Полнофункциональный сервис полностью бесплатен для 5 участников конференции. А при большем размере комнаты тарифы очень даже щадящие. Войти в демокомнату можно прямо с сайта. Выглядит она очень красиво, ничего не скажешь!



<http://2nets.ru/>

Для 4 участников видеоконференция будет бесплатной. Особые условия

предоставляются неприбыльным и образовательным учреждениям (они могут получить бесплатный сервис для неограниченного количества участников). Для остальных есть оригинальный тариф в 75 рублей за 1 человек/час. Все остальное – как у всех.



<http://www.imind.ru>

Сервис предоставляет тестовый доступ к виртуальной комнате на 10 человек на протяжении месяца без всякой оплаты. Но при этом снимает с себя обязательства в случае возникновения каких-либо

технических проблем. Дополнительно можно на таких же условиях воспользоваться услугами сервиса on-line консультант для Вашего сайта.



<http://aktivcorp.com>

Здесь можно приобрести ПО платформы вебинаров (от 2900\$), взять его в аренду или попрактиковаться в тестовом режиме в течение месяца без оплаты. Можно принять участие в вебинарах, которые

проводит компания. Специализация сайта – финансовый и регламентированный учет, налоговое законодательство Украины.



<http://www.webter.ru>

Основной сервис сайта – аренда площадки. Разработчики видят свое конкурентное преимущество в техническом обеспечении и системе безопасности. Георезервирование

позволяет в любой момент переключить вещание на другой сервер, если возникнут сбои в работе. А если Вы проводите закрытое видеосовещание, то никакой хакер не сможет взломать входную дверь!



<http://videoleti.ru/>

На этом сервисе представлен целый ряд приложений: решения для организации вебинаров, видеоконференций, видео-

приемных, видеозвонков, и даже готовый видеосервер, правда, за весьма неслабую плату – почти миллион рублей. Зато ряд приложений бесплатен.



<http://onwebinar.ru/>

Анонсируется создателями как бесплатный и безлимитный сервис вебинаров. Единственное «но» – в бесплатном варианте он публичен. Если Вы хотите скрыться от посторонних глаз – можно перейти на корпоративный пакет обслуживания.

И еще много решений: хороших и разных!

Что тут сказать? Рынок растет, как грибы после дождя! Так что самое время пользоваться. Ниже Вы найдете англоязычные сервисы.



<http://www.talkfusion.com>

Этот сайт позиционирует себя как продавец комплексных решений: помимо сервиса видеоконференций подписчику предоставляется возможность отправки видеописем, сервис видеоблогов и видеоканалов, возможность прямых видеотрансляций на неограниченное количество пользователей (по крайней мере, так уверяют разработчики). Помимо среднерыночной абонплаты есть еще и вступительная плата (от 250\$). Но если рассчитывать на долгосрочное сотрудничество, она себя окупит. Во многих англоязычных обзорах маркетинговых программ инструментарий Talk Fusion'a рекомендуют как один из лучших.



<http://www.nefsis.com/>

Предлагает бесплатную пробную версию на 14 дней и полностью бесплатную двухстороннюю видеосвязь. Можно заказать как on-line сервис, так и приобрести программное обеспечение для установки на собственном хостинге. Прайсы высылаются по запросу.



<http://www.ilinc.com/>

Предлагает бесплатную пробную версию на 30 дней. Основной тарифный план – 79\$ в месяц за вебинарную комнату на 1000 человек. Имеет встроенную систему регистраций и оповещений о начале вебинара.



<http://www.paltalk.com/>

Предоставляет бесплатно настраиваемый URL (Например, jane.superim.me), где до 10 человек могут подключиться к WEB-комнате через любой браузер (не требуется загрузка). Эту комнату Вы

сможете встроить в свой сайт и общаться с посетителями Вашего офиса в интерактивном видеорежиме. Описанный сервис бесплатен, есть недорогие решения для бизнеса.



<http://www.anymeeting.com>

Впечатляющий набор функций для полностью бесплатного сервиса: виртуальная конференцкомната для 200 участников, сервис отправки приглашения и создания пользовательских форм регистрации, продажа билетов с возможностью он-лайн оплаты через кредитные карты или PayPal, возможность трансляции экрана, живого видео, проведения опросов и, наконец, записи всей телеконференции! Как утверждают разработчики – сервис бесплатен и всегда будет бесплатен! (если, конечно, никто их не купит, как сервис dimdim.com!)



<http://www.intercall.com/>.

Предлагает очень оригинальный план для малого бизнеса. Если вебинары проводятся нечасто, есть смысл платить только за состоявшееся мероприятие. Его стоимость – 17 центов за 1 участника, а лимит комнаты – 125 человек. Остальные тарифы – как у всех.



<http://saba.com/>

Увы, конференц-сервис до 1500 человек можно купить только на территории Северной Америки. А вот попробовать на протяжении целого месяца бесплатно можно всем! Ожидаем, что в скором времени предприятие начнет завоевывать и европейские просторы!



<http://www.digitalsamba.com>

Полнофункциональный сервис полностью бесплатен для 3 участников конференции. Стандартный набор услуг начинается с 50 евро в месяц за комнату вместимостью 50 человек. На этой же технологии работает русскоязычный сервис www.webinar.fm



<http://www.clickwebinar.com>

<http://www.clickwebinar.com/>,

Два сервиса отличаются только количеством участников. Вебинар

вмещает до 1000 участников, а видеоконференция – до 25. Цены начинаются от 30\$ за минимальную комнату (25 человек). Как и везде, есть бесплатный 30-дневный пробный срок: Вы можете попробовать полнофункциональный сервис без предъявления кредитной карты (что иногда встречается в предложениях)!

Создаем собственный радиоканал

Особенность нижеперечисленных решений – это проведение аудиоконференций с последующей их записью. Функционал скромн, но не всегда же нужно баловать слушателей видеорядом?



<http://www.freeconferencecalling.com/>

Абсолютно бесплатный сервис для аудитории не более 1000 человек. Но! Речь идет только об аудиоконференциях, что, впрочем, тоже может пригодиться.

Организаторы могут управлять мероприятием из обычного WEB-интерфейса. Есть аналогичный сервис и в России. Это



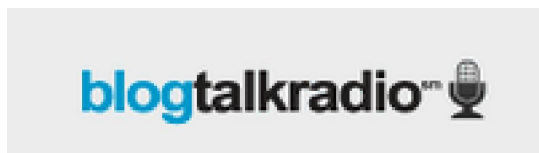
<http://kastim.ru/>

Радиоканал для вещания на аудиторию. Сервис бесплатный, но, как утверждают на сайте, это временно. Купить можно и сам скрипт для установки на собственном сервере. Цена вопроса – 1000\$. Что не понравилось: техническая поддержка заявлена, но на сайте разработчика большинство вопросов со статусом «ожидают ответа».

CLEARWEBINAR.RU

<http://clearwebinar.ru>

Базовый пакет на 1 каст (это 3 часа вещания) стоит 150 рублей. Технические возможности, по уверениям владельцев сервиса, позволяют одновременно вести передачу для 10000 слушателей.



<http://www.blogtalkradio.com/>

Сервис аудиовещания, бесплатен в течение 30 минут в день. При больших запросах нужно платить. Сервис англоязычный, но вещать можно хоть на суахили.

Создаем собственный TV - канал

Прогресс не стоит на месте, и следующие по инновационности проекты представляют площадку для телевизионного вещания.

Да, репортером (ведущим телепередачи) может стать каждый! Такую возможность предоставляет бесплатный сервис - <http://www.ustream.tv>.

Чтобы воспользоваться сервисом, нужно просто зарегистрироваться. После этого Вы получаете бесплатный персональный телевизионный канал для вещания. Это значит, что все, кому известен интернет-адрес Вашего канала, смогут подключиться и смотреть все, что Вы транслируете: живое видео, фотографии с компьютера и т.д.

Для Вас все тоже до предела просто: нажимаете большую притягательную кнопку «В эфир!», подключаете веб-камеру и микрофон (или смартфон/планшет и т.д.) и начинаете трансляцию.

В отличие от обычного телевидения платформа предоставляет массу полезных примочек: Вы можете приглашения на свою передачу разослать своим друзьям в фейсбуке, отправить твит в свою твиттер –ленту, и еще – Вы можете общаться со всеми Вашими зрителями в чате. Такое себе интерактивное телевидение!

Свой канал Вы сможете сделать публичным (и Ваши передачи попадают в каталог для просмотров) или приватным, доступным узкому кругу пользователей; Ваше видео может быть общедоступным или платным, Вам доступна аналитика по просмотрам.

У программы есть русскоязычный интерфейс, что делает ее еще более удобной для русскоязычной аудитории. Кстати, именно этой программой российские оппозиционеры пользовались для организации прямых трансляций со своих митингов.

Ближайший конкурент этого облачного сервиса – платформа <http://new.livestream.com/>. Возможности во многом похожи, разве что сервис исключительно англоязычный и содержит много вариантов платных бизнес-пакетов.

Впрочем, выбирайте сами: из тесных рамок вебинаров пора выходить на просторы широкополосного вещания.

А если ничего не подошло?

Ну что ж, на этот случай у нас есть еще предложения. Вот они:

<http://www.tokbox.com>

<http://www.webinar.tw>

<http://webinar2.ru>

<http://vionid.com>

<http://www.gatherplace.net/start>

<http://www.brainshark.com>

<http://www.fuzemeeting.com>

<http://www.megameeting.com/professional.html>

<http://meeting.zoho.com/login.do>

<https://www.yugma.com/>

<http://www.blackboard.com/Platforms/Collaborate/Products/Blackboard-Collaborate.aspx>

<http://www.rhubcom.com>

<http://www.sightspeed.com>

<http://www.ewebinars.com>

Полезные советы

Если Вы собираетесь плотно использовать сервис видеоконференций, у Вас нелегкий выбор, т.к. предложений действительно очень много. Но есть важные моменты, на которые нужно обращать внимание:

-сервис видеоконференций предполагает общение с пользователями в видеорежиме; сервис вебинаров – работу с презентациями, демонстрацией видеоматериалов, проведение интерактивных опросов и т.д. Перед покупкой есть смысл определиться с нужным для Вас функционалом и сопоставить с тем, что предлагает поставщик решения.

-количество участвующих в видеомероприятии влияет на качество передачи (может идти запаздывание видео, когда, например, Вы комментируете уже совершенно другую картинку, чем та, что висит на экранах пользователей). Эти характеристики различны у разных провайдеров. Более того, это зависит и от качества канала Ваших зрителей. Есть разработчики, которые обеспечивают хорошее качество даже при плохих каналах связи. Совет такой: перед приобретением сервиса убедитесь, что Вас устраивает качество передачи информации.

-если у большинства Ваших слушателей медленные каналы связи, Вы можете уменьшить разрешение своего экрана, отключить видеочасть, убрать чат. Это те меры, которые помогут Вам справиться с проблемой запаздывания самостоятельно

-попробуйте в тестовом режиме качество технической поддержки. Бывают ситуации, что у зрителей не работают отдельные функции сервиса, а то и вообще все может зависнуть. Помогут ли Вам справиться с трудностями на линии технической поддержки, или бросят на произвол судьбы?

-у многих провайдеров есть возможность подключаться к вебинару через мобильные устройства. Если эта функция важна для Вас, проверьте ее наличие.

-разобраться с функционалом Вам помогут руководства, которые обычно можно скачать с сайта владельца сервиса. А многие пользователи делятся своими знаниями и находками на видеохостингах. Наберите название выбранного сервиса в видеопоиске Google, и Вы с большой долей вероятности найдете необходимое видеоруководство. Это особенно полезно, если Вы выбрали англоязычный сервис и ищете русскоязычный User Guide.

Настроим технологию под Вашу уникальность!

Надеюсь, что данная информация оказалась Вам полезной. Но не случилось ли так, что прочитав этот курс, Вы отложили его в сторону, на «потом», и занялись более важными делами? В этом случае я хотел бы пригласить Вас

на обучающий курс «Покупатели из интернета». Его ведут мои помощники, которые помогут Вам, а, может быть, Вашим сотрудникам, сделать то, что нужно именно Вам.

В каждом деле есть «подводные камни», на которые натываются новички.

Есть «особые условия», которые подразумевают необходимость нестандартного подхода (не описанного в руководстве)! Есть вопросы, которые возникают по ходу внедрения новых технологий, и если нет наставника, то время внедрения заметно затягивается.

Но решение есть! Приходите к нам за подробностями на сайт newis.biz.

Пишите автору: info@newis.biz