Czy webinary muszą być nudne?

Edyta Paul

Czego dowiesz się z artykułu?

- Jak przyciągnąć uwagę uczestników webinaru.
- Jak projektować dobre webinary, które są atrakcyjne dla słuchaczy.
- Jak przygotować się technicznie do webinaru.
- Jak uniknąć koszmarnych webinarów.

Czego większość prezenterów oczekuje od publiczności webinarów? Praktycznie niczego. Siedzenia, słuchania i oglądania slajdów, a także – oczywiście – pojawienia się na samym wydarzeniu, co w natłoku tego typu prezentacji online wcale nie jest oczywiste. Czego natomiast oczekuje publiczność? Wszystkiego! Czasami sam temat jest wystarczająco przekonujący i ciekawy dla uczestników, jeśli jednak nie masz do powiedzenia czegoś, co jest absolutnie fascynujące, musisz „zaprojektować" webinar tak, żeby szczególnie zadbać o uwagę i zaangażowanie odbiorców. I często z tym właśnie mamy spory problem.

Mówienie jest dla nas całkowicie naturalne. Mówienia uczymy się szybciej niż pisania, a wielu z nas ma doświadczenia w jakiejś formie publicznego przemawiania, przekonywania, uczenia, sprzedawania, informowania. Dlaczego więc to, co dla nas naturalne i przez niektórych wielokrotnie przećwiczone, nie zawsze dobrze wypada, gdy mówimy do niewidzialnej, nieznanej publiczności? Jeśli masz w planach webinar, musisz go dobrze przygotować. Zamień się w reżysera, scenarzystę oraz producenta w jednym i dobrze go zaprojektuj, biorąc pod uwagę złotą szóstkę elementów webinaru.

Sześć elementów webinaru

1. **Treść**

Czas i uwaga to najcenniejsza waluta dzisiejszych czasów. Uczestnicy webinaru płacą nią za to, co dostają. Wartość, którą im zapewnisz w treści, jest więc najważniejszym elementem publikacji.

Odbiorcy nie będą słuchać Cię przez więcej niż kilka minut, jeśli nie będą mieć absolutnej pewności co do tego, że istnieje dla nich ważny powód, by zostać. Nieustannie dźwięczy im w głowie pytanie: „Co ja z tego będę miał?". Dlatego jest tylko jedna zasada projektowania dobrej treści na webinar: dawaj uczestnikom wartość. Treść jest tym, po co ludzie przychodzą, po co zostają, i tym, co zapamiętają. Każdy z nas, podejmując decyzje, komu dać swój czas i uwagę, kieruje się egoizmem. Akronim WIIFM to ważne pytanie – What's in it for me? (Co ja będę z tego miał?). W jaki sposób życie uczestnika zmieni się na lepsze? Czego się dowie? Co zyska? Jakich strat uniknie dzięki temu, że Cię posłucha? Jeśli nie znasz odpowiedzi na takie pytania, nie zapraszaj ludzi na webinar.

2. Głos

Byron Reeves i Clifford Nass (Stanford University), badając, w jaki sposób wchodzimy w interakcje z mediami, doszli do wniosku, że nasze relacje z komputerami i innymi mediami informacyjnymi mają charakter społeczny, a nasze zmysły – w szczególności wzrok oraz słuch – są w tej relacji kluczowe. Większość ludzi łatwiej zniesie wrażenia wizualne średniej jakości, ale trudno jest utrzymać ich uwagę, jeśli dźwięk jest niezadowalający. Jakość brzmienia i Twój głos to niesłychanie ważne elementy dobrego webinaru. Gdy zawodzi obraz, głos zastępuje mowę ciała, wpływa na pierwsze (i ostatnie...) wrażenie.

3. Interakcja

Wykorzystuj nisko wiszące owoce. Wprawdzie istnieje wiele narzędzi i aplikacji do angażowania publiczności w czasie webinarów, ale nie szalej z ich liczbą. Zacznij od najprostszego – od czatu. Czat prowadzony jednocześnie z prezentacją może wydawać się rozpraszający, ale to jedna z największych zalet, jakie mają do zaoferowania webinary. Zamiast zmuszać się tylko do siedzenia i słuchania, publiczność może się angażować, dyskutować, dopytywać prezentera o to, co ją zainteresowało.

Doświadczony webinarowy mówca poradzi sobie jednocześnie z prezentacją i z czatem. Wymaga to jednak wprawy. Kiedy prezenter nie jest jeszcze wystarczająco pewny siebie, przyda się dodatkowa osoba w roli gospodarza. To ona po przedstawieniu prelegenta może skupić się na czacie. Jest w stanie kopiować i zapisywać najważniejsze części rozmowy i pytania. W rezultacie na końcu można przejść do gotowych zapytań bez niezręcznej ciszy po „Czy ktoś ma jakieś pytania?".

Lekcja 1. Co możesz zrobić, żeby głos działał na Twoją korzyść w czasie webinaru:

- posłuchaj wiadomości radiowych czytanych przez dobrych prezenterów; wyczuj, jak podkreślają co trzecie lub czwarte słowo; to nie jest naturalne, ale ożywia głos – spróbuj tej techniki,
- uśmiechaj się, gdy mówisz,
- rozgrzej się przed mówieniem; kilka minut rozgrzewania ust i języka sprawią, że głos będzie wyraźniejszy,
- wstań, gdy mówisz; dzięki temu głos staje się żywszy – uwolnisz płuca i głos będzie w pełni rezonował,
- znajdź swojego bohatera audio; który głos lubisz najbardziej i dlaczego?; zastanów się, co Ci się podoba w jego barwie; zobacz, jak możesz sprawić, by Twój przekaz był podobny – nie chodzi o to, żeby naśladować, ale zadać sobie pytanie: „Jak dany głos powiedziałby to...?".
- czytaj na głos, powoli i wyraźnie; ćwiczenie głośnego, powolnego i wyraźnego czytania słowa pisanego z pewnością pomoże w webinarowych wystąpieniach.

4. Struktura

Weź pod uwagę tradycyjny, prosty schemat webinaru:

- powiedz im, co zamierzasz im powiedzieć,
- powiedz im,
- powiedz im, co im powiedziałeś.

Lekcja 2. Dobrze zacznij

Przetestuj otwarcie trzema slajdami:

1. Tytuł, czas rozpoczęcia i zakończenia; zdjęcie i nazwisko prezentera.
2. Pytanie otwierające (angażuj od razu!) – pytanie otwarte odnoszące się do tematu i doświadczenia słuchaczy (skomentuj odpowiedzi).
3. Agenda – struktura wystąpienia.

Używaj slajdów z drogowskazami w całej prezentacji, aby wizualnie pokazać, gdzie jesteś w swojej strukturze.

Ogromną zaletą mówienia online i pilnowania struktury jest to, że możesz użyć ściągi... i nikt się o tym nie dowie. Nie musi to jednak oznaczać, że należy mozolnie czytać każde słowo ze skryptu. Zamiast tego korzystaj ze „skryptu słów kluczowych", które zapiszesz sobie podczas próby. Powinny to być podpowiedzi przypominające o tym, co chcesz powiedzieć na każdym slajdzie. W żadnym wypadku nie czytaj po prostu tekstu na slajdach. Zwróć szczególną uwagę na tworzenie płynnych przejść między slajdami. Jeśli przejście z jednego slajdu do drugiego jest trudne, oznacza to, że coś jest nie tak ze strukturą i może być konieczne wprowadzenie zmian. Na przykład podziel jeden slajd na dwa, wstaw nowe pojęcie lub usuń tekst.

Są dwa obszary, w których warto mieć w pełni przygotowany skrypt – to rozpoczęcie i zamknięcie.

W pierwszych dwóch minutach musisz pokazać swój autorytet. Bardzo łatwo zmienić ten segment w długie wprowadzenie o sobie, podczas gdy publiczność chce, abyś przeszedł już do tematu. Jeśli zapiszesz to, co zamierzasz powiedzieć, masz większą szansę wywarcia wpływu i przygotowania publiczności na główną część prezentacji. Kiedy zamykasz, możesz odczuwać taką ulgę, że dotarłeś do końca swojego webinaru, że nie uda Ci się powiedzieć tego, co miałeś w planach. Pamiętaj o zasadzie „pierwszeństwa i aktualności": pierwsza i ostatnia rzecz, którą powiesz, zostanie zapamiętana. Napisz sobie scenariusz na ostatnie dwie minuty.

5. Historie

Każdy webinar musi łączyć historie z logiczną strukturą. Struktura zapewnia uczestnikom poczucie spójnej całości, historie trafiają natomiast do ich emocji. Same opowieści bez struktury są bezcelowe, a struktura bez historii – nudna. Masz w zanadrzu mnóstwo opowieści? Wybierz tylko te, które w pełni wspierają Twoją tezę i strukturę. Dopracuj je do osiągnięcia krótkich, zwartych form pozbawionych chaosu i niepotrzebnych wyjaśnień. Niech jedna historia trwa nie więcej niż 1-2 minuty. Ćwicz swoje opowieści tak długo, aż... zabrzmią spontanicznie. W końcu „spontaniczność to pieczołowicie przygotowana sztuka", jak mawiał Oskar Wilde.

6. **Warstwa wizualna**

Obrazy w webinarze mają znaczenie. John Medina w „Brain Rules" odwołuje się do wielu badań, które pokazują siłę grafik w tworzeniu długotrwałych wspomnień. Efekt wyższości obrazu jest absolutnie jednoznaczny. W jednym z eksperymentów, które cytuje Medina, ludzie po obejrzeniu 2500 zdjęć (przez około 10 sekund każde) po wielu latach wciąż pamiętali ponad 1500 z nich. Ale warstwa wizualna to nie tylko grafiki na slajdach. Zadbaj o różnorodność. To ona przyciąga uwagę. Sto tysięcy lat temu na afrykańskiej sawannie niewielka zmiana w naszym środowisku mogłaby stanowić zagrożenie lub szansę. Twoi odbiorcy też będą wyczuleni na nowości. Monotonna rozmowa usypia każde audytorium. Prezentowanie serii podobnych slajdów da taki sam efekt. Aby tego uniknąć, zmieniaj slajdy – mieszaj diagramy ze zdjęciami, pytaniami, słowami i demonstracjami online. Fantazyjny wygląd tekstu i tysiące różnych fontów nie dodadzą wartości do Twojej prezentacji (tego raczej unikaj). Zadbaj o ruch – nasze oczy za nim podążają. Ruch to szczególny rodzaj zmiany. Na slajdach całkiem łatwo jest go osiągnąć, nawet bez wykorzystania animacji – robimy to przede wszystkim poprzez umieszczanie na slajdzie pojedynczo słów lub akapitów.

Jak projektować dobre webinary?

Jest kilka całkiem prostych sposobów, pomocnych w zaprojektowaniu dobrego webinaru.

Nigdy nie zaczynaj od prezentacji w PowerPoint. Zamiast tego wypróbuj kilka poniższych kroków:

1. **Osobista burza mózgów.** Zapisz w jakimś miejscu idee, pomysły, informacje dotyczące tematu, który chcesz przedstawić (na wirtualnej tablicy, narzędziu do map myśli, na post-itach przyklejonych do ściany – gdziekolwiek, gdzie możesz spojrzeć na całość zebranych informacji).
2. Poznaj cel. Na tym etapie **jasno określ korzyści dla Twoich odbiorców** (i to, co stracą, jeśli nie wezmą udziału w spotkaniu).
3. Daj sobie czas na przemyślenie tego, co opisałeś w obu pierwszych krokach i wybranie tego, **co najważniejsze**. Stwórz mapę myśli, dobierz historie, anegdoty, nagłówki, teksty, przykłady, które będą wspierać cel i korzyści.
4. **Wyrzucaj, co się da!** Odrzuć wszystko, co jest zbędne. Jeśli coś nie jest niezbędne do przekazania na webinarze, jeśli nie wzmacnia przekazu – wyrzuć to. Możesz zostawić taką informację do publikacji w innej formie, ale w webinarze ma znaleźć się tylko najważniejsza wartość. Każde słowo prezentacji, każde pytanie, każda analogia, metafora i informacja powinny prowadzić do celu lub go wzmacniać. Jeśli tak nie jest, wyrzuć je.

Zmniejszając liczbę słów, zmniejszasz ryzyko przeciążenia poznawczego. Kiedy William Goldman napisał scenariusz do filmu *O jeden most za daleko*, opowieść o powietrznym ataku na Arnhem, wiedział, że brytyjscy żołnierze zdobyli podczas bitwy pięć mostów. Umieścił je wszystkie w scenariuszu... a następnie wyciął. Jedna historia w zupełności wystarczyła, żeby wywołać emocje u widzów.

Kiedy Stephen King kończy pisać rękopis, przed przesłaniem go do wydawcy wykreśla około 10% słów. To samo dotyczy prezentacji, zwłaszcza online, gdzie liczy się precyzyjny przekaz.

5. **Stwórz schemat.** Temat i cel same zasugerują kolejność – może to być schemat typu problem – rozwiązania albo przyczyna – skutek. Użyj wybranego formatu, aby uporządkować pomysły i argumenty zebrane w poprzednich krokach i dopiero teraz zacznij tworzyć prezentację na slajdach.
6. **Próbna prezentacja.** Koniecznie zrób próbę. Kiedy usłyszysz, jak Twój webinar brzmi, znajdziesz wiele sposobów na jego ulepszenie. Z pierwszą webinarową próbą jest czasem jak z pierwszym naleśnikiem. Nadaje się tylko do kosza. Jak próbować? Nie wpadnij w pułapkę patrzenia na prezentację i opisywania tego, co powiesz na każdym slajdzie. Mówienie sobie: „Na tym slajdzie omówię to...., a na tym slajdzie przyjrzymy się temu...." nie jest próbą. Nie zmusza Cię to do wybierania najlepszych słów do wyrażenia swojego przesłania.

Ogarnij to technicznie

Rosnącą listę platform do prowadzenia webinarów można znaleźć na stronie porównawczej z recenzjami i możliwością filtrowania interesujących nas funkcjonalności: www.capterra.com/webinar-software

Większość z nich daje nam do dyspozycji podobne funkcje. Nie potrzebujesz wodotrysków. Must have platformy do webinarów to:

- możliwość udostępniania pulpitu i/lub prezentacji,
- możliwość nagrywania,
- możliwość prowadzenia czatu.

Co o webinarach mówią ich uczestnicy?

Moje największe koszmary webinarowe? Chyba były to raczej te po stronie uczestnika, nie prowadzącego. To, co mi się najbardziej wbiło w pamięć, to czubek głowy prowadzącego. Pan tak się ustawił, że widzieliśmy wyłącznie czubek jego głowy i mimo, że część widzów delikatnie dawała mu znać na czacie, że słabo go widać, nie zareagował. Bolesne jest też słabe audio. Jeśli muszę prawie skupiać się na czytaniu z warg prowadzącego, to uciekam z takiego webinaru.

Katarzyna, szefowa działu marketingu firmy kosmetycznej

Ja zwykle muszę, a nie chcę, uczestniczyć w webinarach. Dlaczego muszę? Bo nie trafiłem jeszcze na dobrze przygotowany i wartościowy dla uczestnika webinar. Ostatni przykład: połowa webinaru, prowadzonego przez jedną z dużych agencji PR, była o ich sukcesach i o tym, jak świetnie się integrują po godzinach pracy. Fajnie, fajnie... Tylko co ja z tego mam? Jaką wartość mi to dało? Może było coś w drugiej połowie, ale wyłączyłem się po pierwszych 30 minutach.

Tomasz, szef People & Culture, firma IT

Jak słyszę darmowy webinar, to mam ciarki. Bo jakoś mam wrażenie, że te webinary mają robić dobrą reklamę dla ludzi i firm, którzy je prowadzą – a są antyreklamą. Jeśli ktoś nie umie przeprowadzić uczestników w ciekawy sposób przez jakąś godzinę w to, co ma im do przekazania, jeśli ja usypiam z nudów albo zajmuję się odpowiadaniem na maile – to natychmiast żałuję, że dałam temu komuś swój czas. Dobre webinary? Tak, są! To nie jest Yeti. One są naprawdę i na serio można je świetnie przygotować i dać dużo wartości widzom i jeszcze do tego zbudować sobie świetną markę!

Monika, szef działu innowacji, firma produkcyjna

Przygotowując się do webinaru, stwórz swoje własne listy kontrolne. Pierwsza to kontrolna lista techniczna, która pomoże Ci sprawdzić, czy zadbałeś o wszystkie sprzęty, narzędzia, połączenia. Absolutne „must have" każdego, kto komunikuje się online. Druga dotyczy kwestii organizacyjnych – ważnych zarówno przed rozpoczęciem webinaru, jak i po jego zakończeniu.

Lista kontrolna – zestaw techniczny

- komputer, na którym jesteś zalogowany jako host,
- pomoc dodatkowej osoby do moderowania (jeśli to możliwe),
- dla bardzo przezornych – drugi komputer albo tablet, również zalogowany jako host,
- zestaw słuchawkowy (lub mikrofon i słuchawki) oraz kamera,
- dobre łącze internetowe (idealne rozwiązanie to światłowód),
- zapasowe łącze internetowe (tak, tak, światłowód też może się nagle popsuć),
- czyste biurko (zostaw na nim tylko to, czego potrzebujesz na webinar),
- zapisane numery telefonów komórkowych do osób, które Ci pomagają,
- ciepła woda,
- post-it z napisem: NAGRAJ!,
- kartka papieru z nazwiskami wszystkich, których musisz wymienić,
- ołówek i papier,
- skrypt ze słowami kluczowymi/mapa myśli – najważniejsze punkty narracji,
- wydruk prezentacji albo otwarty plik z prezentacją na tablecie, telefonie – jakimkolwiek innym ekranie.

Lista kontrolna – kwestie organizacyjne

30-45 minut przed rozpoczęciem:

- logujesz się, sprawdzasz, czy wszystko działa,
- sprawdzasz audio i wideo, potem je wyłączasz,
- wgrywasz potrzebne slajdy i materiały, jeśli nie zrobiłeś tego wcześniej, sprawdzasz, czy się klikają/przesuwają/wyświetlają.
- wstawiasz na czat tekst powitalny.

5-10 minut przed rozpoczęciem:

- zaczynasz rozmowę z uczestnikami na czacie (możesz się przywitać, przypomnieć, o której zaczynacie).

Start:

- jeśli masz dodatkowego hosta – niech przedstawi Ciebie i temat,
- jeśli nagrywasz – pamiętaj o włączeniu nagrania (możesz najpierw przekazać wszystkie organizacyjne informacje i dopiero później uruchomić nagrywanie); w pamiętaniu o tym pomaga karteczka przyklejona na ekranie lub klawiaturze.

Po prezentacji:

- rozpocznij sesję pytań i odpowiedzi (jeśli miałeś dodatkowego hosta, on może w tym momencie pomagać),
- po sesji Q&A poinformuj, co dalej (materiały, inne webinary, forma dodatkowego kontaktu),
- wyświetl slajd końcowy, pożegnaj się. ■

O autorze

Edyta Paul

Konsultantka pracująca z dużymi i średnimi firmami, przedsiębiorca (właściciel i inwestor firm w kilku branżach), wykładowca na studiach podyplomowych Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie i Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, współautorka książek, autorka wielu artykułów prasowych, praktyk design thinking, mówca konferencyjny, ekspert transformacji firm. Inicjuje i koordynuje projekty związane z budowaniem uczących się organizacji, projektowaniem, a także wdrażaniem nowych produktów oraz usług. Certyfikowany trener FRIS. Dzieli się doświadczeniami na blogu www.edytapaul.pl