

Spotkania na miarę XXI wieku – wideokonferencje jako forma efektywnej komunikacji marketingowej i informacyjnej

W erze cyfryzacji, by odbyć spotkanie z udziałem stu osób znajdujących się w stu różnych lokalizacjach, wystarczy jedno kliknięcie – dosłownie. I to nie za sprawą magicznego zaklęcia, ale dzięki coraz powszechniejszemu narzędziu do efektywnej komunikacji, jakim jest wideokonferencja. To interaktywne narzędzie ułatwia komunikację zarówno z całymi grupami użytkowników, jak i z pojedynczym rozmówcą. Doskonale nadaje się zarówno do wykorzystania wewnętrznego – przez korporacje i duże firmy składające się z kilku oddziałów terenowych – jak i zewnętrznego, do komunikacji z inwestorami, klientami czy partnerami biznesowymi.



Katarzyna Gajda

kierownik działu marketingu i PR w Redwood PR



Agnieszka Klejne

specjalista ds. PR i marketingu w Redwood PR

OSZCZĘDNI I UNIWERSALNIE

Zastosowanie systemu umożliwi współczesnym firmom oszczędność: po pierwsze, czasu, a po drugie, pieniędzy. Teraz szefowie dużych firm nie muszą wybierać się w męczącą, całodzienną i co ważne kosztowną podróż do poszczególnych oddziałów, by sprawnie poprowadzić szkolenie czy zorganizować spotkanie motywacyjne. Możliwość, jakie daje wideokonferencja, sprawiają, że z powodzeniem może ona zastąpić spotkanie osobiste. System umożliwia bowiem wyświetlanie dowolnego dokumentu otwartego na komputerze, co znacznie ułatwia zdalną pracę nad konkretnym zagadnieniem. Użytkownik przez cały czas widzi pozostałych uczestników spotkania, zupełnie jakby siedział z nimi przy jednym stole. Uniwersalne zastosowanie systemu sprawia, że staje się on korzystną alternatywą dla wszelkich konferencji, szkoleń czy spotkań z inwestorami. Organizacja spotkania w centrum kongresowym czy nawet w siedzibie firmy to koszty rzędu od kilku do kilkunastu tysięcy złotych, a także brak pewności, że przybędą na nie wszyscy zaproszeni. Do tego należy doliczyć koszt cateringu, gadżetów, wydruku materiałów informacyjnych i prezentacji – z czego może się już zrobić okrągła kwota. Co więcej, jeśli przeliczyć na pieniądze zaoszczędzony czas, to wideokonferencja wygrywa ze spotkaniami stacjonarnymi w przedbiegach. Co jeszcze można zyskać? Zalet systemu jest wiele. Spółki giełdowe korzystające z platformy wideokonferencji do spotkań z inwestorami podkreślają,

że ważna jest dla nich budowa zaufania. Tworzą w ten sposób długotrwałe relacje z inwestorami, dając im w ten sposób większy dostęp do informacji i zachęcając do dialogu. Narzędzie sprawdza się doskonale przy okazji prezentacji wyników okresowych czy publikacji nowej strategii.

WYSTĄPIENIE JAK W REALU

Wideokonferencja jest zbliżona do naturalnej formy komunikacji. Gdy się porozumiewamy, podświadomie analizujemy mowę ciała rozmówcy – jego gesty, mimikę czy intonację – co stwarza możliwość odczytywania czyichś emocji. Prowadząc prezentację online, musimy przygotować się do niej tak samo, jak byśmy to zrobili przed wystąpieniem publicznym.

Wystąpienia publiczne nie są proste, ale można się ich nauczyć. Przedtem jednak należy sobie odpowiedzieć na kilka pytań.

KTO BĘDZIE ODBIORCĄ WYSTĄPIENIA?

Niezmiernie istotne jest to, do kogo wystąpienie jest skierowane. Odpowiedź na to pytanie determinuje język, jakim prelegent będzie się posługiwał, oraz stopień zaawansowania tematu. Ważne, co słuchacze wiedzą na dany temat i jakie mają do niego nastawienie.

ILE OSÓB BĘDZIE SŁUCHAŁO?

Im więcej osób, tym trudniej zainteresować ich wystąpieniem. W wypadku spotkania interaktywnego rozprasać może naprawdę wiele czynników, dlatego warto zadbać o zainteresowanie słuchaczy ciekawymi przykładami z życia bądź anegdotami dostosowanymi do tematyki. Występując przed małym gronem słuchaczy, należy uważać, by zbyt szybko z nimi nie spoufalać, co może być źle odebrane.

JAKIE TO SPOTKANIE?

W wypadku spotkań stacjonarnych miejsce jest niezwykle ważne. Determinuje ono choćby styl przemówienia – duże sale wymagają oficjalnego wystąpienia, natomiast małe powodują, że automatycznie chcemy przemawiać swobodniej, wdając się w dialog z uczestnikami spotkania. Warto poprosić organizatora spotkania o mapkę sali, w której będziemy przemawiać, co pozwoli nam na ustalenie, w jakim stylu będziemy mówić do audytorium. Jeśli chodzi o wystąpienia w plenerze, to należy być przygotowanym także na nieogodę. Wideokonferencje są najłatwiejsze do przygotowania – zadbać należy właściwie tylko o tło widoczne za prelegentem. Przed wejściem na wizję warto też sprawdzić, co odbiorcy zobaczą na swoich ekranach. Sprawdzić powinien się baner reklamowy z nazwą spółki zasłaniający te elementy,



WYSTĄPIENIE W PÓŹNYCH GODZINACH POPOŁUDNIOWYCH CZY WIECZOREM POWINNO BYĆ ZWIĘZŁE ZE WZGLĘDU NA ZMĘCZENIE SŁUCHACZY PO CAŁYM DNIU

które nie powinny być widoczne. Dobrze jest przygotować flipchart, na którym podczas przemówienia będziemy mogli coś zanotować.

O KTÓREJ GODZINIE BĘDZIE WYSTĄPIENIE?

Godzina również determinuje styl przemawiania. Wystąpienie poranne powinno być energetyczne ze względu na senność audytorium. Jest to również pora, w której najwięcej osób myśli o czekających ich obowiązkach w pracy i domu, dlatego powinno być ono krótkie, i zwięzłe. Dobrze by było, gdyby wystąpienie się nie przedłużało (szczególnie jeśli za chwilę ma być lunch), gdyż zmniejszy to koncentrację odbiorców i pieczołowicie przygotowane podsumowanie nie dotrze do uczestników spotkania. Wystąpienie w późnych godzinach popołudniowych czy wieczorem powinno być zwięzłe ze względu na zmęczenie słuchaczy po całym dniu. Niezależnie od pory przemawiania warto z góry przygotować sobie przerywniki, które pozwolą odbiorcom na chwilę odprężenia, lub ustalić, w jakich momentach można zrobić kilkuminutową przerwę na kawę czy wykonanie telefonu.

JAKI EFEKT MA WYWOŁAĆ WYSTĄPIENIE?

Jaka puenta ma pozostać w głowach słuchaczy po naszym wystąpieniu? Warto to wcześniej przemyśleć i tak poprowadzić przemówienie, by uczestnicy spotkania rozeszli się do domów, mając w głowach oczekiwane przez nas przesłanie. Najważniejsze aspekty spotkania dobrze jest wypunktować na ostatnim slajdzie prezentacji.

Ważny jest cel wypowiedzi, a zatem podczas wystąpienia nie należy odbiegać od meritum. Zanim zabierzemy głos publicznie, warto powtórzyć sobie wystąpienie kilka razy i sprawdzić jego długość oraz to, czy wiemy, co należy mówić i w którym momencie. Bardzo przydatne może się okazać zarejestrowanie swojego wystąpienia kamerą lub choćby telefonem i przeanalizowanie popełnionych błędów. Ćwiczenie czyni mistrza, dlatego też po kilku próbach prelekcja powinna być płynna, a język dostosowany do odbiorców.

JAKA POWINNA BYĆ DOBRA WIDEOKONFERENCJA?

Dobra wideokonferencja gwarantuje bezpieczeństwo oraz wysoką jakość połączenia. Dzięki niej rozmówcy oddaleni od siebie mogą być w równym stopniu zaangażowani w przebieg jak podczas spotkania w jednej lokalizacji. System powinien gwarantować komunikację wielostronną i możliwość jednoczesnego wyświetlenia zebranych np. prezentacji lub dowolnego dokumentu otwartego na komputerze. Co ważne, uczestnikom dyskusji należy stworzyć możliwość zadawania pytań na bieżąco oraz prowadzenia wzajemnej konwersacji. Na korzyść powinien też działać fakt, że użytkownicy – by wziąć udział w wideokonferencji – nie muszą instalować dodatkowego oprogramowania ani zakładać konta. Platforma wideokonferencyjna powinna być łatwa w obsłudze i umożliwiać udział w spotkaniu niemal z każdego urządzenia podłączonego do Internetu, w tym smartfona czy tabletu. System musi być prosty i zrozumiały również dla użytkowników nieobeznanych z najnowszymi technologiami. To wszystko w połączeniu z odrobiną wysiłku poświęconą na ćwiczenia przed wystąpieniem jest gwarantem sukcesu i udanej wideokonferencji. ■



KOMPLEKSOWE UTRZYMANIE RUCHU ZAKŁADÓW PRZEMYSŁOWYCH

OUTSOURCING UTRZYMANIA RUCHU WSPÓŁTWORZY SUKCES FIRMY



CZY JESTEŚ NAJLEPSZYM WŁAŚCIECIEM UTRZYMANIA RUCHU W TWOIM ZAKŁADZIE?

- czy jesteś pewny, że aktywa Twojej firmy pracują tak ciężko jak Ty?
- czy jesteś pewny, że Twoja organizacja UR jest centrum zysku?
- czy jesteś pewny, że Twoja organizacja UR jest wystarczającą dźwignią wpływającą znacząco na wynik finansowy?
- czy jesteś pewny, że wykorzystujesz cały potencjał organizacji UR w Twoim zakładzie?
- czy jesteś pewny co ma znaczenie dla akcjonariuszy - efektywność aktywów, redukcja kosztów, kombinacja obu?

MY WIEMY CO JEST NAJISTOTNIEJSZE W UTRZYMANIU RUCHU



poznaj pełną ofertę usług i dowiedz się więcej na ...

www.GrupaPartner.pl