



Методические рекомендации для партнёров

Как подготовиться и провести вебинар в Академии МедРокет, чтобы было полезно

[Академия МедРокет](#) — образовательный проект компании МедРокет, разработчика цифровых решений для медицины, помогающий гармоничному развитию сотрудников медицинских учреждений. Основная тематика курсов и вебинаров Академии: медицинский маркетинг, управление, коммуникация, продажи, юридические аспекты деятельности и продуктивное обучение инструментам платформы МедРокет.

Выступления на вебинарах Академии позволяет партнёру расширить свою аудиторию, получить новых подписчиков в социальных сетях, найти потенциальных клиентов.

Вебинары проходят дважды в месяц по заранее согласованной тематике.

Вебинары Академии МедРокет в цифрах

55 000

электронных адресов
в рассылках МедРокет

20%

опенрейт рассылок
с анонсами вебинаров

200 — 400

регистраций в среднем
на вебинары Академии

35%

средняя доходимость
слушателей до вебинаров

Вебинары в Академии бесплатны для МедРокет, партнёра и участников

Эфиры носят образовательный характер, отвечают на вопросы слушателей и решают текущие задачи. В рамках вебинаров недопустимо заниматься рекламой и прямой продажей своих услуг.

Мы придерживаемся позиции, что главное — польза. Если материал был полезен и слушателям удалось решить свои задачи, они обязательно подпишутся на спикера и обратятся к нему для решения своих задач.



1. Основные «нужно», «можно» и «нельзя» обучающих вебинаров Академии МедРокет

Вебинар — это полезный, бесплатный, короткий формат образовательного онлайн мероприятия. На мероприятии решаются локальные задачи слушателей, через полезный контент, разбор ситуаций и кейсов. Мероприятие не носит рекламный или продающий характер, как бренда ПроДокторов, так и спикера и его услуг.

1.1. Нужно

- 1.1.1. Давать полезный контент.
- 1.1.2. Заранее согласовывать с организатором: тему, план эфира, презентацию и раздаточные материалы для слушателей.
- 1.1.3. Придерживаться согласованного плана эфира.
- 1.1.4. В эфире приводить примеры.
- 1.1.5. Демонстрировать доказательства слов и раскрываемых технологий.
- 1.1.6. Отвечать на вопросы слушателей.
- 1.1.7. Говорить о сервисах платформы МедРокет в положительном ключе.

1.2. Можно

- 1.2.1. Раскрыть экспертизу спикера, побудить слушателей подписаться на полезный блог спикера, потому что он интересный и полезный.
- 1.2.2. Приглашать к диалогу соведущего со стороны МедРокет.
- 1.2.3. Рассказывать обобщенно о своих клиентах и своей практике.
- 1.2.4. Рассказывать о своем опыте решения актуальных для слушателей вопросов.

1.3. Нельзя

- 1.3.1. Недопустимо обещать подарки за действия, выдавать учебные материалы эфира за лайки, подписку или комментарии в аккаунте спикера.

Покидайте мне сердечки в эфир, чтобы я с вами поделилась материалами своей презентации

Отправьте «огонёк», если вам полезно.

Все материалы эфира мы

<p><input type="checkbox"/> Чтобы скачать эти все материалы: подпишитесь на меня в инстаграм, оставьте комментарий под последним постом, отметьте меня в сторис...</p> <p><input type="checkbox"/> Этот чек-лист стоит 5 тр, но чтобы поучаствовать в розыгрыше, отметьте меня...</p>	<p>разместим в Академии МедРокет, они будут доступны вам бесплатно.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Полезные материалы можете скачать под видео.</p>
---	---

1.3.2. Рекламирывать свои услуги, напрямую призывать зрителей к покупке

<p><input type="checkbox"/> Мы единственное в России агентство, занимающееся продвижением врачей и клиник в тик-ток, и сейчас я расскажу, какие у нас услуги для клиник и частных врачей, которые вы можете сегодня приобрести со скидкой.</p> <p><input type="checkbox"/> В эфире я не успею ничего рассказать, вся польза у меня в курсах, сегодня скидка, переходите по ссылке в описании, покупайте...</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> У агентства был опыт работы с клиникой, у которой падали охваты в инстаграм. Для решения задачи сделали короткие ролики, которые размещали в рилс и тик-ток. Увеличили охваты и отклики. В течение месяца собрали аудиторию 50 тысяч человек. Давайте обсудим, как вы можете получить такой же результат самостоятельно.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> В рамках эфира мы рассмотрим следующие вопросы: ... что позволит вам...</p>
--	--

1.3.3. Упомянуть конкурентов МедРокет, в любом ключе

<p><input type="checkbox"/> «На поправку» для пациентов сильно попроще, поскольку есть...</p> <p><input type="checkbox"/> У «Сбер-здоровье» хуже система рейтингов, чем ПД, многие про это говорят...</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Не упоминаем в эфире конкурентов в любом ключе</p>
---	---

1.3.4. Негативно отзываться о сервисах платформы МедРокет: ПроДокторов, МедЛок, МедФлекс, ПроБолезни, ПроТаблетки, МедТочка.

<p><input type="checkbox"/> МедЛок ещё совсем молодой продукт, которому тяжело конкурировать с более крупными МИС.</p> <p><input type="checkbox"/> На портал ПроДокторов много негативных отзывов и претензий со стороны врачей.</p> <p><input type="checkbox"/> К сожалению пока Академия работает не так гладко, как хотелось бы и есть технические проблемы.</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> МедЛок — информационная система вокруг пациента.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ПроДокторов — самый популярный портал с отзывами на врачей.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Академия МедРокет — помогает в гармоничном развитии всех сотрудников клиники: руководителей, врачей, администраторов.</p>
---	---

1.3.5. Обсуждать острые политические темы, упоминать специальную военную операцию, давать оценку сторонам в любом контексте

❌ Использовать символику или устойчиво-ассоциируемые цвета любой из сторон

✅ Говорить по теме вебинара
✅ Приводить примеры из своей практики

2. Рекомендации по оформлению презентации

Презентация должна помочь слушателям понять материал эфира, проиллюстрировать транслируемые концепции, показать визуальные примеры и доказательства.

Пришлите нам черновую презентацию за неделю до вебинара и мы её аккуратно задизайним к эфиру.

2.1. Пропорции презентации для вебинара 16×9

2.1.1. Эфиры проходят на вебинарной платформе, через связку нескольких сервисов. Наилучшая комбинация презентации и спикера получается при презентации в пропорциях 16×9.

2.1.2. Шаблон презентации:  Шаблон_1920x1080

2.2. Презентация без анимации, переходов и видео-вставок

2.2.1. Вебинарная платформа не позволит воспроизвести анимацию переходов страниц и появления элементов или видеофрагменты. Поэтому презентация должна быть понятной и полезной без них.

2.2.2. Передавайте готовую презентацию в формате PDF. Проверьте перед отправкой, не побились ли у вас шрифты, цвета и другие элементы.

2.3. Говорящие заголовки на каждом слайде

2.3.1. Как показывает опыт, слушатели редко смотрят вебинар от начала и до конца, не прерываясь или не отвлекаясь на другие вопросы. Большинство смотрит урывками. Важно чтобы участник в любой момент, когда попал на эфир, понял, про что сейчас идёт речь, какую идею развивает спикер.

2.3.2. Для этого каждый слайд должен иметь осмысленный «говорящий» заголовок, помогающий слушателю понять, что сейчас обсуждают, какой вывод он может сделать.

Неудачные заголовки	Говорящие заголовки
❌ Шаг 1	✅ Шаг 1: проверка отзыва
❌ Технология	✅ Технология обработки возражений
❌ План	✅ План развития компетенций администратора клиники
❌ Кто я	✅ Елена Васильева — тренер по коммуникации

2.4. Структура презентации

2.4.1. Титульный слайд

- Название вебинара.
- Имя и должность спикера.
- Контакты спикера.
- Визуал, соответствующий теме.

2.4.2. План эфира

- 3-5 пунктов, что будет в рамках вебинара.
- Обозначить, как поступать слушателям с вопросами: а) задавать по ходу, б) будет время в конце, в) написать в специальную форму для вопросов.

2.4.3. Контентная часть

- Слайды, раскрывающие содержание вебинара, иллюстрирующие транслируемые спикером концепции. Содержат схемы, графики, иллюстрации и пояснения к ним.
- В среднем слайды меняются раз в 1-2 минуты. Для 40-минутного вебинара — в среднем 40 контентных слайдов.

2.4.4. Заключительный слайд

- Имя и должность спикера.
- Контакты спикера: в виде визитки, ссылок на социальные сети или qr-кода.

Илья Боронников methodist@medrocket.ru

Руководитель отдела внешнего и внутреннего обучения МедРокет

26.12.2024