

Največji seminar se poslavlja, živel spletinar!



No, pa se **največji seminar** poslavlja. Tako kot sejmi, nespecializirane konference, delavnice, ki trajajo preveč časa in še bi lahko našteval. Zakaj nisem šel na največji seminar in zakaj bo spletinar zamenjal vse navedeno (tole pišem ob zaključku treh izvedb tega seminarja, ker bom morda kdaj sodeloval z govorniki)?

Čisto preprosto – v enem dnevu se od npr. desetih govornikov ne boste veliko naučili. Preveč (ljudi) in zato premalo (znanja). Takšni seminarji so popolnoma enaki sejmu – vsega je **preveč, težko se osredotočite in komaj ujamete tisto, kar zares potrebujete**. In kar lahko uporabite praktično še isti dan.

Največji problem nas, ljudi kot potrošnikov, je seveda pohlep. Želimo imeti čim več, in več se tudi bolje sliši. Deset govornikov za dobrih 70 EUR, hej, samo sedem EUR za enega govornika? Ki bi – vsak posamezno – sicer izstavil račun 300 EUR za eno uro posebej za vas (ja, tudi jaz za svetovanje o optimizaciji

spletnih strani, dokaz znanja o ang. SEO je tudi ta blog).

In potem seveda greste na seminar, največji seminar pa sploh. Pričakujete, da boste od vseh pravih strokovnjakov in strokovnjakov na papirju dobili vsa znanja, ki so navedena na vabilu. Ali v vabilu za isti dogodek v vseh drugih medijih (e-pošta, tisk, radio, tudi TV). Žal ne gre tako. V resnici si boste **zapomnili največ le eno ali dve temi, ki vas v tem trenutku najbolj zanimata**. Vse drugo je v nekaj naslednjih dneh odveč, tudi če vam kdaj pride prav v prihodnosti.

Podobno kot osip obiska na sejmih (hej, razstavljaivec mora tako ali drugače imeti vsaj minimalno spletno stran, sicer tako rekoč ne obstaja) se je že začel dogajati tudi **osip obiskanosti seminarjev**. Končno tudi največji skeptiki spoznavajo, da udeležba na seminarju za nekaj sto ljudi enostavno ni dovolj za osvojitve novega znanja. Učinek za večji uspeh v podjetju (več kupcev, večja prodaja in/ali večji dobiček) je namreč zelo mali, ravno zaradi tega, ker je o vsaki temi povedanega premalo. Možnost daljše neposredne komunikacije ena-na-ena za npr. takojšnji nasvet, kako bi vi lahko uporabili določeno tehniko ipd. pa žal tudi odpade.

No, pa naj vam prvi izdam skrivnost, ki jo marca 2011 še največji marketinški strokovnjaki v Sloveniji ne vedo. **Webinarji ali spletni seminarji, ki jim bomo rekli kar spletinarji (hvala neznanemu avtorju), namreč dosegajo precej večjo odzivnost obiskovalcev. Z njimi lahko prodate praviloma 10x več kot le s spletno stranjo**. Se pravi, če običajno za 100 obiskovalcev dosežete 1% prodaje (en obiskovalec kupi vaš izdelek ali naroči vašo storitev), jo po dobro izvedenem spletinarju dosežete 10%. Desetkrat večja prodaja pa ni kar tako, ne?

In kako je s povezavo običajnih seminarjev in spletinarjev? Čisto preprosto. **Poglobljena znanja boste dosegli le na seminarju do 100 ljudi** (izkušnje iz sveta), kar za slovenske razmere pomeni včasih tudi od 14 do 60 ljudi in več. Ampak na takšnem seminarju boste prejeli zares dobra gradiva, prikaz praktičnih izkušenj in odgovore na vsa vaša vprašanja.

Kakšna je potem vloga spletinarja? Zelo preprosta. **S spletinarjem lahko demonstrirate vaše znanje, lažje razložite gradivo več ljudem in tudi prepričljivo prodate**. Poleg tega sprožite praktično popolnoma enake občutke kot pri osebni pogovoru “v živo”. Ja, še bolje je od telefonskega klica. In še pokazati se vam ni potrebno v videu, čeprav je priporočljiva vaša fotografija. Ampak o več možnostih spletinarjev bom še napisal.



Gre za to, da za daljša izobraževanja in tam, kjer želite več zaslužiti, še organizirate seminar. Toda ljudi nanj povabite s pomočjo spletinarja. Nekaj časa bo namreč še veljalo to, kar sem se naučil pri dveh od znanih strokovnjakov za spletno trženje, Brandonu Bruchardu in Franku Kernu – **če želite zares zaslužiti, potem morate obvladati platformo oz. drugače povedano, znati organizirati seminar.** Toda – spletinarji so lahko tudi plačljivi ali del vaše ponudbe (tudi v mojem [coachingu](#) pa npr. e-tečaju za “[moj video](#)“) in z njimi lahko dosežete tudi **do 1.000 istočasnih uporabnikov.** Ta omejitev namreč velja za *največji seminar* prek spleta pri ponudnikih v svetu, spremljam pa razvoj še bolj zmogljive rešitve. Stroški za klasičen seminar pri spletinarju odpadejo, navidezni osebni stik s poslušalcem je praktično boljši, *organizatorju spletinarja* pa tudi ostane več (in se bo zato še bolj potrudil).

Vabim vas torej v novo dobo, ki jo bodo zaznamovali pojmi **e-tečaj, virtualna konferenca in spletinar.** Največji seminar pa naj počiva v miru.

Copyright © 2009-2011 [Prezentacija.si](#). Vse pravice zadržane. [spletin.net d.o.o.](#)