

Luca Vanin

PUBLIC SPEAKING ONLINE

PARLA AL TUO PUBBLICO NEL WEB



Prefazione di *Fabio Baller*



IL CORSO DI PUBLIC SPEAKING DEL FUTURO È QUI E ORA, DAVANTI AI TUOI OCCHI



CAMBIARE CAPPELLO SIGNIFICA CAMBIARE IDEE,
AVERE UN'ALTRA VISIONE DEL MONDO.

C.G. Jung

Dario Flaccovio Editore

Luca Vanin

PUBLIC SPEAKING ONLINE

PARLA AL TUO PUBBLICO NEL WEB

Prefazione di *Fabio Ballor*

Luca Vanin
PUBLIC SPEAKING ONLINE
PARLA AL TUO PUBBLICO NEL WEB

ISBN 978-88-579-0502-0

© 2015 by Dario Flaccovio Editore s.r.l. per l'edizione italiana
www.darioflaccovio.it info@darioflaccovio.it
Prima edizione: ottobre 2015

Vanin, Luca Vittorio <1975>

Public speaking online : parla al tuo pubblico nel WEB / Luca Vittorio Vanin ; prefazione di Fabio Ballor. -

Palermo : D. Flaccovio, 2015.

ISBN 978-88-579-0502-0

1. Comunicazione - Ruolo [di] internet.

302.231 CDD-22

SBN PAL0283319

CIP - Biblioteca centrale della Regione siciliana "Alberto Bombace"

Stampa: Tipografia Priulla, Palermo, ottobre 2015

In didascalia, salvo diversamente indicato, le foto sono tutte prese da pixabay, depositphoto o flickr:

[P] = fonte: pixabay

[D] = fonte: depositphotos

[F] = fonte: Flickr



webintesta.it



Copertina: Illustrazione realizzata da Goran Factory

Nomi e marchi citati sono generalmente depositati o registrati dalle rispettive case produttrici. L'editore dichiara la propria disponibilità ad adempiere agli obblighi di legge nei confronti degli aventi diritto sulle opere riprodotte. La fotocopiatura dei libri è un reato. Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate solo a seguito di specifica autorizzazione rilasciata dall'editore.

Ringraziamenti

Questo libro è il risultato di ore e ore passate davanti a un computer a presentare online.

È frutto di giornate intere passate in aula a spiegare a gruppi di professionisti di tutti i tipi come migliorare la propria comunicazione online e come trasformare una presentazione via internet in un evento online memorabile.

È anche il risultato di migliaia di ore passate a confrontarmi con persone con storie incredibili alle spalle, sulle tecniche e strategie per migliorare la propria comunicazione. A volte ero io a insegnare, quasi sempre ero ancora io a imparare.

Voglio ringraziare per questi motivi tutti coloro che hanno in qualche modo contribuito a questo grande, importante risultato: il primo libro completamente dedicato al public speaking online.

Partiamo prima di tutto da Fabio Ballor, il mio socio e amico: insieme da anni condividiamo questo mondo e abbiamo sviluppato e sperimentato molte delle tecniche e delle strategie che leggerai in queste pagine. A lui devo l'approccio *easy* alla tecnologia: "Prova! Ma non funziona... Deve funzionare!" è la sequenza tipica di un nostro scambio! E chi l'ha visto all'opera sa di cosa è capace.

Un secondo importante ringraziamento va a Roberto Luperini, mio carissimo amico, prezioso dispensatore di consigli, idee ed esperienza da vendere! Fa paura per la sua sterminata cultura e il suo modo originale di affrontare i problemi! Ringrazio anche tutti i miei maestri, prima di tutto quelli ufficiali – tanti, innumerevoli – poi quelli che non sanno di esserlo stati: quando vi insegnavo qualcosa, lo confesso, stavo letteralmente imparando da voi!

Tra questi, tutti gli allievi della nostra Webinar Academy che hanno contribuito alla lettura e revisione puntuale di questo libro. In ordine sparso: Umberto, Daniela, Roberto, Ferdinando, Sara, Laura, Antonella, Sabrina, Stefania, Paola, Stefano e tutti coloro che hanno partecipato anche a uno solo dei nostri webinar. Nei miei ringraziamenti non posso dimenticare quattro persone fondamentali. Annalisa, che pazientemente attende fuori dalla porta chiusa mentre conduco o dirigo eventi online e che mi invia sms per chiedermi "quando finisci?".

I miei genitori, Claudia e Valentino, che davvero ancora oggi non capiscono che lavoro faccio ma che, senza saperlo, me l'hanno insegnato loro!

Infine, ringrazio mio figlio Gabriele: a quattro anni sa pronunciare la parola *webinar* perfettamente! E una volta ha preso il suo computer giocattolo, ha chiesto a sua madre di non disturbarlo, ha chiuso la porta e si è messo accanto a me, dicendomi: "papà, facciamo un webinar!".

Non so che lavoro farà da grande, ma tutto quello che faccio oggi lo faccio per lui!

E per te, che leggi queste righe.

Contributori

Ho chiesto ad alcuni dei maggiori esperti italiani, ognuno per il proprio settore, di contribuire con la loro idea e i loro consigli, fornendoti uno scenario più ampio e completo di questa nuova forma di comunicazione. Ognuno di loro saprà darti una prospettiva diversa, offrendoti strumenti e indicazioni aggiuntive, in grado di portarti a un livello professionale. Eccoli, te li presento uno a uno.



Fabio Baller Prefazione pag 13 > PAG 102

Cofondatore di Insegnalo e WebinarPro.it, si occupa di E-Learning da 15 anni. È il maggior esperto italiano di Piattaforme Webinar. E fa cose che voi umani...
webinarpro.it



Paolo Manocchi > PAG 56

Life & Business Coach, consulente e formatore comportamentale. Fonda Brainfitness srl, società specializzata nella crescita e nello sviluppo comportamentale a livello personale e professionale.
brain.fitness



Luca Mazzucchelli > PAG 60

Psicologo, Psicoterapeuta, Giornalista, Vice Presidente dell'Ordine degli Psicologi della Lombardia. Fondatore del canale Youtube "Parliamo di Psicologia".
lucamazucchelli.com



Roberto Luperini > PAG 80

Si occupa di formazione aziendale e consulenza. Il suo sito Formatorionline.com dispensa consigli, strategie e trucchi per formatori.
formatorionline.com



Salvatore Russo > PAG 91

Responsabile marketing di 6sicuro, digital marketing strategist e consulente di comunicazione per importanti brand. Autore del libro *Scopri Google Plus e conquista il Web*.
salvatore-russo.it



Umberto Campaner

> PAG 128

Nel settore dentale da 35 anni. Fondatore della Academy of Dentistry che eroga formazioni di altissimo livello per professionisti del settore dentale esclusivamente via webinar e e-learning. academyofdentistry.it



Helga Ogliari

> PAG 145

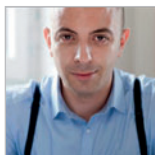
Formatrice, consulente di carriera e scrittrice, ha una passione sfrenata per le storie e lo storytelling. Ha contribuito alla fondazione dell'osservatorio italiano di corporate storytelling. it.linkedin.com/in/helgaogliari



Veronica Gentili

> PAG 193

Web Marketing e Social Media Specialist, aiuta le aziende a rendere la rete una concreta risorsa di business. Chiaccherona, simpatica umorista. Scrive per condividere, twitta per imparare. veronicagentili.com



Alessio Beltrami

> PAG 199

Ha fondato BlogAziendali.com nel 2010, è specializzato nella gestione e di blog aziendali e aiuta le imprese e professionisti a comunicare sul web senza investire in pubblicità. blogaziendali.com



Germana Galleri

> PAG 210

Si occupa di strategie di comunicazione digitale per Brand e professionisti, accompagnando persone e imprese ad individuare le loro caratteristiche uniche e differenzianti. germanagalleri.it



Debora Conti

> PAG 218

Trainer di programmazione neurolinguistica (PNL), la prima coach in Italia ad aver applicato la crescita personale alla gestione del peso.

deboraconti.com / giustopesopersempre.com / figlifelici.com



Daniela Fraccaroli

> PAG 223

Socia fondatrice di Diamint.com - Editoria Aziendale, società nella quale impersona la funzione marketing. È amante dei Webinar come strumento di formazione, informazione e marketing.

diamint.com



Mauro Lucchetta

> PAG 234

Psicologo delle nuove tecnologie. È specializzato in mental training lavora con atleti e società sportive per aiutarli a raggiungere performance ottimali nelle competizioni.

psicologiafly.com



Elena Astone

> PAG 274

Attrice, doppiatrice, insegnante di dizione, è una professionista dell'espressione, insegna alle persone come migliorare il modo di comunicare, coinvolgendo corpo, voce, movimenti, sguardi.

elenaastone.it / workinaction.it



Francesco Caruso

> PAG 296

Fondatore di Cicli e mercati. Analista finanziario che gestisce un periodico evento online di strategia finanziaria seguito da centinaia di persone, interamente online, dal vivo e via e-learning.

cicliemercati.it



Chiara Plumari

> PAG 296

Chiara collabora con Francesco Caruso nella gestione di tutta la comunicazione online relativa a Cicli e mercati, occupandosi della regia degli eventi organizzati da Francesco.

cicliemercati.it

Indice

| | | |
|--|------|----|
| <i>Prefazione di Fabio Ballor</i> | Pag. | 13 |
| <i>Introduzione</i> | « | 19 |
| Glossario | « | 25 |
| Capitolo Zero. Prima di compiere il primo passo, cammina! | « | 33 |
| Il tuo battesimo del fuoco..... | « | 35 |
| Perché cercare il tuo battesimo del fuoco..... | « | 36 |
| <i>Devi capire chi sei</i> | « | 36 |
| La pratica è tutto!..... | « | 36 |
| <i>L'esperienza diretta traccia la mappa!</i> | « | 37 |
| Come organizzare il tuo battesimo del fuoco | « | 37 |
| La faccio troppo facile?..... | « | 39 |
| 1. Cos'è il public speaking online | « | 41 |
| 1.1. Ma dai, è facile! Questa la so!..... | « | 43 |
| 1.2. Cosa <i>non</i> è il public speaking online (ossia dell'ovvio e dello scontato, o quasi) | « | 46 |

| | | |
|---|------|-----|
| 1.3. Le occasioni per il public speaking online | Pag. | 46 |
| 1.3.1. <i>La videoconferenza</i> | « | 48 |
| 1.3.2. <i>Il webmeeting o riunione online</i> | « | 51 |
| 1.3.3. <i>La sessione di formazione online dal vivo</i> | « | 53 |
| 1.3.4. <i>Il videomessaggio o la videopillola</i> | « | 58 |
| 1.3.5. <i>L'IM, ossia l'instant messaging. Skype, per intenderci!</i> | « | 63 |
| 1.4. Ci sei o non ci sei. Questo non è il problema!..... | « | 64 |
| 1.4.1. <i>Webinar dal vivo (hic et nunc!)</i> | « | 66 |
| 1.4.2. <i>Webinar asincrono (webcast)</i> | « | 66 |
| 1.4.3. <i>Webinar misto, o ibrido (live webcast)</i> | « | 68 |
| 1.5. Complichiamoci un po' la vita: gli Eventi ibridi (o Misti)..... | « | 70 |
| 1.6. Bene, come ci organizziamo? | « | 71 |
| 2. La scienza del public speaking online | « | 73 |
| 2.1. L'ABC della comunicazione online (e non solo) | « | 75 |
| 2.2. L'attenzione: la merce più preziosa | « | 79 |
| 2.3. La multimedialità, o meglio la multicanalità | « | 87 |
| 2.4. La programmazione neuro linguistica | « | 95 |
| 2.5. Il neuromarketing | « | 97 |
| 2.6. Oltre la scienza: la tecnologia degli eventi online | « | 100 |
| 3. La preparazione | « | 113 |
| 3.1. Prepararsi e preparare: una premessa importante | « | 115 |
| 3.2. I diversi livelli di preparazione | « | 117 |
| 3.2.1. <i>Kaizen: la preparazione e il miglioramento costanti</i> | « | 118 |
| 3.2.2. <i>La preparazione a medio termine</i> | « | 119 |
| 3.2.3. <i>Due giorni prima: checkpoint</i> | « | 121 |
| 3.2.4. <i>Il giorno prima</i> | « | 122 |
| 3.2.5. <i>L'ora prima dell'evento</i> | « | 122 |
| 3.2.6. <i>Quanto tempo ci vuole per preparare una presentazione?</i> | « | 124 |
| 3.2.7. <i>L'ora successiva</i> | « | 126 |
| 3.3. Il triangolo della preparazione..... | « | 127 |
| 3.4. L'angolo della filosofia: scito te ipsum, e non solo! | « | 131 |
| 3.5. Il target: conosci i tuoi partecipanti?..... | « | 133 |
| 3.5.1. <i>Metodi diretti</i> | « | 134 |
| 3.5.2. <i>Metodi indiretti</i> | « | 135 |
| 3.5.3. <i>Come integrare tutte queste informazioni?</i> | « | 137 |
| 3.6. La strategia e la tattica | « | 138 |
| 3.7. Trova la tua storia, e che sia straordinaria!..... | « | 144 |
| 3.8. La scaletta..... | « | 151 |

| | |
|--|--------------|
| 3.8.1. Raccogli le idee: brainstorming | Pag. 151 |
| 3.8.2. Organizza le idee | « 154 |
| 3.8.3. Struttura le idee | « 155 |
| 3.8.4. Arricchisci e movimenta la struttura | « 157 |
| 3.8.5. Metti nero su bianco la tua scaletta | « 158 |
| 3.9. I contenuti | « 158 |
| 3.9.1. Contenuti già noti e piuttosto familiari | « 160 |
| 3.9.2. Contenuti esclusivi e mai sentiti | « 161 |
| 3.9.3. Contenuti sorprendenti | « 162 |
| 3.9.4. Contenuti divertenti e comici | « 162 |
| 3.9.5. Contenuti ad alto tasso famelico e creatori di dipendenza | « 163 |
| 3.9.6. Contenuti irrilevanti per il target | « 164 |
| 3.9.7. Contenuti improvvisati con brio | « 164 |
| 3.10. Le slide | « 164 |
| 3.11. I materiali | « 170 |
| 3.11.1. Manuale del corso | « 172 |
| 3.11.2. Handout delle slide (ovvero, la stampa della tua presentazione) | « 173 |
| 3.11.3. Guide, glossari e definizioni | « 175 |
| 3.11.4. Smartnotes | « 176 |
| 3.11.5. eBook, whitepaper, report | « 177 |
| 3.12. Il setup tecnico | « 179 |
| 3.12.1. L'hardware | « 179 |
| 3.12.2. Il software | « 181 |
| 3.13. La presentazione | « 183 |
| 3.14. Gli hook | « 184 |
| 3.15. I prop: cosa sono e come sceglierli | « 187 |
| 3.16. Prevedere l'imprevedibile | « 191 |
| 3.17. Promuovi e lancia il tuo evento | « 192 |
| 4. Le basi per gestire efficacemente l'evento dal vivo | « 197 |
| 4.1. Un'ultima cosa prima di partire | « 199 |
| 4.2. Lo scheletro del tuo evento | « 203 |
| 4.3. Welcome, please! | « 205 |
| 4.4. Presentarsi e presentare | « 206 |
| 4.5. Definisci l'agenda e chi comanda | « 208 |
| 4.6. Social proof e storytelling | « 209 |
| 4.7. Scalda la platea con gli icebreaker | « 213 |
| 4.8. Il ritmo della scaletta | « 220 |
| 4.9. Spezza il tempo | « 225 |

| | |
|--|--------------|
| 4.10. Usare intelligentemente gli hook..... | Pag. 227 |
| 4.11. Sorprese e regali | « 228 |
| 5. Tecniche di presentazione online per eventi importanti (e non solo!) | « 231 |
| 5.1. Rilassati, sciogliti e conquistati!..... | « 233 |
| 5.2. Datti una sistemata! | « 241 |
| 5.3. Tutto avviene qui! | « 242 |
| 5.4. I movimenti..... | « 247 |
| 5.5. Il <i>bon ton</i> dell'evento online | « 248 |
| 5.6. Condividi il desktop, condividi il tuo mondo | « 254 |
| 5.7. Ping: usa il sonar degli eventi online..... | « 257 |
| 5.8. La sindrome della cravatta e lo svaccamento | « 260 |
| 5.9. Coinvolgere, condurre, dominare il mondo! | « 263 |
| 5.10. Mantieni alta l'energia..... | « 269 |
| 5.11. La tua voce | « 273 |
| 5.12. Impromptu: l'arte di improvvisare nei momenti difficili..... | « 276 |
| 5.13. La potenza delle emozioni | « 280 |
| 5.14. Il vertical webinar | « 283 |
| 6. Gli elementi segreti del public speaking online..... | « 285 |
| 6.1. La magia dei 5 (+ 2) elementi di tutti gli eventi online..... | « 287 |
| 6.2. I 5 elementi fondamentali | « 288 |
| 6.2.1. <i>Terra</i> | « 288 |
| 6.2.2. <i>Acqua</i> | « 289 |
| 6.2.3. <i>Metallo</i> | « 290 |
| 6.2.4. <i>Legno</i> | « 291 |
| 6.2.5. <i>Fuoco</i> | « 292 |
| 6.3. Il sesto elemento: l'insieme..... | « 293 |
| 6.4. Il settimo elemento: tu..... | « 294 |
| 6.5. Come usare i 7 elementi per il tuo evento online..... | « 294 |
| 7. La sfida dei 10 giorni..... | « 301 |
| 7.1. Quanto ci vuole per preparare un evento online? | « 303 |
| 7.2. I grandi numeri sono un sogno? | « 304 |
| 7.3. La sfida dei 10 giorni | « 308 |
| E ora?..... | « 315 |
| Bibliografia | « 317 |
| <i>Biografia</i> | « 319 |
| <i>Iscrizione alla mailing list</i> | « 320 |

Prefazione

“Se vuoi fare questo lavoro, se ci tieni a fare bene questo lavoro, la prima cosa da fare è acquistare un microfono serio!”.

Comincia più o meno così, circa sei anni fa, il mio rapporto personale e professionale con Luca Vanin.

A quel tempo utilizzavo i webinar, anzi non li chiamavo neanche *webinar* ma *videoconferenze online*, all'interno della mia attività collegata alla formazione online.

Allora consideravo lo strumento webinar come un nuovo importante ausilio, in aggiunta a tutti gli strumenti, già disponibili, per fare e-learning.

La mia esperienza con gli eventi online e con i webinar, in particolare, inizia grazie a uno dei guru di internet che ha avuto la lungimiranza di “prestarmi” la sua piattaforma per una serie di attività online.

Avere in mano, circa sette anni fa, la piattaforma GoToWebinar e poterla utilizzare per promuovere e successivamente realizzare un corso online in diretta audio e video era una cosa assolutamente nuova e poco vista

nel nostro Paese, un'azione che poteva tranquillamente essere associata a pochissimi pionieri, almeno nel nostro contesto nazionale.

Mi ricordo ancora oggi che la preparazione e la conduzione del corso fu un'esperienza letteralmente elettrizzante, sia per me che l'inventavo da zero in tempo reale, che per i 300 e passa partecipanti. L'esaltazione nell'esplorare un territorio ancora poco battuto era tanta e cambiò la mia percezione del ruolo della comunicazione live, del webinar, all'interno di un percorso di e-learning: ormai non potevo più pensare alla formazione online senza il supporto integrativo della comunicazione sincrona, realizzando un processo formativo di *blended learning* (sincrono, ossia dal vivo, e asincrono, ossia con videocorsi e materiali disponibili in qualsiasi momento, senza necessità che il docente sia in alcun modo presente).

Ma a quel tempo, ancora, riuscivo a vedere il valore del webinar solo confrontandolo con gli altri strumenti disponibili per la formazione online, quindi all'interno di uno specifico contesto d'uso.

La mia lente era quella di un instructional designer, un esperto di progettazione della didattica online, a cui si apriva un orizzonte nuovo, quello appunto della comunicazione dal vivo.

Mi mancava ancora un pezzo per la visione d'insieme.

Nel puzzle della comunicazione online ogni pezzo andò al posto giusto quando, conosciuto Luca Vanin, i nostri rapporti divennero più intensi sino a diventare soci con Insegnalo.it e WebinarPRO.it.

Grazie a Luca ho cominciato a vedere il webinar non soltanto in relazione al raggiungimento dell'obiettivo didattico ma a vederlo come lo *strumento*, come il *mezzo* che veicola uno specifico messaggio.

Questo cambiamento di visione ha comportato un vero e proprio mutamento di paradigma nel mio modo di gestire la comunicazione online e il webinar è diventato lo strumento principe nelle nostre attività.

Negli ultimi anni, con Luca, abbiamo realizzato un numero straordinario di eventi e ce ne siamo accorti per caso, quando qualche tempo fa un cliente ci ha chiesto se era possibile avere statistiche più dettagliate sulle attività realizzate. Abbiamo scoperto, quasi per caso, che in quel momento avevamo realizzato circa 1.500 ore di formazione online. Nel giro di circa un anno, la cifra non è raddoppiata ma ci andiamo molto vicino.

Quel numero ci impressionò non solo in quanto tale, ma anche per il numero di partecipanti: alla fine, con una rapida stima, dai nostri eventi online possono essere passati dai duecento ai trecentomila partecipanti. È un numero davvero grande, che racconta anche e soprattutto del lavoro, della ricerca, dello studio e della sperimentazione che ha portato a questo libro.

Giungendo ai giorni nostri, non si può non fare webinar, perché, parafrasando una legge molto nota della comunicazione, siamo circondati dalla comunicazione live via internet e anche quando non lo vogliamo, lo facciamo quotidianamente.

Dalla semplice chiamata via Skype sino alla rappresentazione virtuale della nostra quotidianità tramite strumenti come Periscope,¹ il nostro modo di comunicare cambia progressivamente, evolve verso forme sempre più avanzate, stimolanti e, per alcuni, persino inquietanti.

Oggi non si tratta di decidere se andare o non andare online, se presentare o meno in una videoconferenza.

Si tratta di decidere se farlo bene o farlo male.

Decidere se realizzare e far vivere ai nostri partecipanti una vera esperienza immersiva nella realtà virtuale della comunicazione live, oppure perdere tale occasione.

Quando abbiamo scritto il primo libro insieme, **WEBINAR PROFESSIONALI**, ci siamo accorti che moltissime persone non conoscevano nemmeno il termine e, a stento, avevano un'idea di cosa fosse una videoconferenza. Oggi, fortunatamente, la situazione sta cambiando e, sebbene con un ritardo immenso rispetto ai paesi anglofoni, questo particolare modo di comunicare sta entrando nella nostra cultura.

Tuttavia, mancano i resoconti e i modelli per adattare quanto sperimentato all'estero alla nostra realtà quotidiana: non possiamo solo *scimmiettare* quanto fanno gli americani. Non possiamo prendere le modalità e gli stili anglosassoni e ripeterli pedissequamente con i nostri partecipanti italiani (cosa che capita abbastanza spesso in alcuni settori del web marketing, con risultati paradossali se non addirittura imbarazzanti!).

¹ Lanciato da Twitter nel mese di marzo del 2015, Periscope permette a chiunque di trasmettere in streaming in diretta un video, ripreso da uno smartphone.

Abbiamo bisogno di elaborare un nostro modello di presentazione online, uno stile, per così dire, “italiano” adatto ai partecipanti italiani, al loro modo di comunicare, alla nostra lingua, ai nostri ritmi e ai nostri stili. E scrivo queste parole con in mente diversi esempi di resoconti di partecipanti stizziti, infastiditi o semplicemente impressionati – non positivamente – da stili di presentazione che sembravano artificiali e “troppo all’americana”.

In **PUBLIC SPEAKING ONLINE** Luca Vanin ha accolto questa sfida e ha messo nero su bianco una parte importante di ciò che mancava, facendo lo sforzo non solo di trasformare esperienze, studi, ricerche e letture prevalentemente statunitensi ma anche di adattarli al nostro e traducendoli e adattandoli al nostro personale stile tricolore.

Luca, in questo libro, ha attinto a tutta una serie di capisaldi nella teoria della psicologia e della comunicazione creando una summa di informazioni che ti guidano attraverso l’acquisizione della vera competenza chiave per poter fare un buon webinar: ovvero saper comunicare online, trasformare il Public speaking tradizionale e amplificarlo con gli strumenti del web.

Riconosco nelle sezioni *Strictly confidential* molte delle reali conversazioni che abbiamo condotto con clienti, allievi e amici sul mondo degli eventi online. Luca riesce a riportare in poche righe iniziali lo stupore, l’incredulità, i timori, le resistenze, i dubbi che ogni giorno ci riportano i nostri clienti. E in cui ognuno di noi si può ritrovare molto facilmente, come se quei personaggi che ci accolgono a ogni capitolo fossero il nostro alter ego, la nostra parte più timorosa e dubbiosa.

Il libro è concepito come un progressivo cammino verso la realizzazione del tuo grande evento di successo, facendoti innamorare, a tua insaputa, di teorie anche complesse, quali la programmazione neurolinguistica, il neuromarketing o le regole di Mayer.

Ti spinge a utilizzare alcune importanti tecniche sin dal primo capitolo, il tutto con una semplicità lontana dagli sterili e pomposi manuali che tante volte abbiamo letto: le indicazioni sono sempre chiare, stimolanti, pratiche e invitanti. Ho trovato assolutamente innovativo il capitolo zero, inteso come passo esterno, come tentativo di portare il lettore o la lettrice a sperimentare, ad agire, per poter capire: l’azione che porta alla riflessione, un approccio che potrebbe essere definito *bottom-up*, dall’esperienza alla concettualizzazione. Del resto, l’intero testo nasce prima

di tutto dall'esperienza e poi viene integrato con lo studio, la ricerca, il confronto con teorie ed esperienze internazionali.

Successivamente, si entra nel vivo del discorso: come è solito fare in tutte le sessioni di formazione e di webinar coaching (un modello di coaching online che Luca Vanin ha sperimentato in questi anni per fare emergere le *peak performance*, ossia le migliori performance nel presentare online e che insieme abbiamo tradotto nei nostri *webinar dojo*, per i partecipanti alla nostra Webinar Academy), anche in questo libro Luca prima dipana i dubbi e spiana la strada con le definizioni: da buon filosofo, sa che le parole sono importanti e che è il caso prima di tutto di chiarire definizioni e confini dei concetti.

Nel secondo capitolo ha raccolto diversi spunti provenienti dalla psicologia cognitiva, prima di tutto, e da altri ambiti meno "ortodossi" e per alcuni versi più di confine, come la programmazione neuro linguistica e il neuromarketing, temi molto cari all'autore.

Dal terzo capitolo in poi, si passa alle azioni concrete per realizzare il tuo evento: il capitolo più importante dell'intero libro è il terzo, sulla preparazione dell'evento.

Ti potresti stupire della sua lunghezza, ma è volutamente centrale: gli eventi online, l'abbiamo imparato dalla nostra esperienza diretta, non si improvvisano, ammenoché non si voglia giocare col fuoco e rischiare di compromettersi. La differenza reale tra chi improvvisa e chi presenta online professionalmente è proprio la preparazione, ed è per questo che più di un terzo di questo libro è dedicato a questo aspetto.

Il quarto capitolo ti insegnerà come gestire praticamente un evento online, sviluppando nel dettaglio ogni singola fase della scaletta di un evento online. Imparerai cosa fare dal minuto zero (e anche molto prima dell'evento stesso), sino agli ultimi istanti, quando saluti i tuoi partecipanti: nessuno in Italia ha mai presentato qualcosa di simile!

Il quinto capitolo aggiunge al precedente un tocco particolare: per la prima volta vengono condensate e delineate le vere e proprie tecniche di public speaking online, un insieme di strategie che, esattamente come per l'universo del parlare in pubblico tradizionale, ti spiegano come comportarti, cosa fare e quali comportamenti evitare.

PUBLIC SPEAKING ONLINE si chiude con due perle davvero interessanti.

Il capitolo *Gli elementi del public speaking online* ti offrirà una prospettiva unica e impareggiabile: vedrai l'evento online nella sua chiave più

spirituale e simbolica, con l'ausilio dei cinque elementi e di due aggiuntivi che completano il quadro.

Infine, nell'ultimo capitolo, metterai in pratica tutto quello che hai appreso con la "sfida dei 10 giorni": ti troverai a cambiare il modo di comunicare online e comincerai a vedere con occhi critici quello che hai fatto sinora.

A completare il quadro, già di per sé molto ricco, vi è l'insieme degli interventi esterni: esperienze dirette e concrete, case study e indicazioni operazione di esperti di molti ambiti. un corollario prezioso per ampliare ulteriormente la tua conoscenza del settore.

Un plauso a Luca che è riuscito nel delicato compito di raccogliere attorno al proprio lavoro un incredibile numero di esperienze, dandogli il giusto risalto all'interno del contesto arricchendo il già ottimo manuale con ulteriori tasselli di vita veramente "vissuta" ... ovviamente da comunicatori online!

Fabio Ballor *



Introduzione

Nessuno ci ha mai pensato.

Nessuno.

Nel momento in cui scrivo queste righe, se cerchi su Google la combinazione di parole chiave “*public speaking online*” trovi molti corsi sul public speaking svolti online, in cui quest’ultima parola è semplicemente la modalità in cui trattano il tema del parlare in pubblico.

Quasi nessuno ha pensato di associare concretamente queste tre parole, affrontando il tema di

COME PARLARE IN PUBBLICO ONLINE

Quasi assurdo! Ma ora la risposta tu la tieni già tra le mani!

Ho iniziato a occuparmi continuamente e intensivamente di questo tema quando ho conosciuto Fabio Ballor, il mio socio e amico a cui devo molto in termini di sperimentazione di molte delle cose che trovi in questo libro.

Era il 2009 quando ho tenuto il mio primo webinar ed era più o meno

l'anno successivo quando con Fabio abbiamo iniziato a usare massicciamente i webinar come strumento di promozione e comunicazione online, prima per Insegnalo.it e poi per WebinarPRO.it.

Nel corso di oltre 2.000 ore di eventi online, ci siamo accorti di quanto fosse importante saper condurre un evento via web, saper dosare le tecniche, le strategie, i trucchetti della comunicazione tradizionale e, allo stesso tempo, quanto sia difficile adattare tutto ciò a uno strumento piatto come il webinar.

Sì, perché quando ti trovi a presentare un evento dal vivo, in un'aula, un teatro, un qualsiasi altro posto pubblico, hai davanti i tuoi partecipanti, li tocchi con mano, li puoi guardare e sentire.

Hai continuamente il polso della situazione e puoi modificare la traiettoria per adattare quello che devi dire a chi ti sta ascoltando.

Quando comunichi online, invece, non vedi nessuno.

Sei solo, davanti al tuo computer e ti senti pure un po' scemo, soprattutto le prime volte, perché parli da solo, senza alcun feedback se non per qualche parola di conforto scritta in chat.

Come fare a gestire questo vuoto pneumatico?

Come fare a non sentirsi perfetti idioti che parlano da soli, davanti a un computer, anche quando dall'altra parte ci sono trecento o mille persone ad ascoltarti?

Ma, soprattutto, come fare ad apparire professionali, eleganti e dare di sé un'immagine smagliante e sicura?

A queste e molte altre domande, ho e abbiamo cercato risposta in questi anni di ricerca, di studio, di sperimentazione e di consulenza con centinaia di persone.

Come anticipava Fabio nella sua prefazione, abbiamo stimato che nei nostri webinar sono passati in questi anni dai duecento ai trecentomila partecipanti, in oltre 2.000 ore erogate con almeno tre piattaforme webinar diverse.

Questi numeri non mi hanno mai spaventato più di tanto perché nel corso di questi anni ci siamo abituati alle situazioni più complesse, agli imprevisti più assurdi e, chiaramente, abbiamo imparato diverse strategie e trucchi per uscirne vincenti!

Tutto il lavoro che ho svolto in questi anni insieme a Fabio Ballor è sempre stato improntato su alcune idee chiave:

- ♦ ogni evento online deve essere unico, memorabile e straordinario
- ♦ il webinar (o in generale l'evento online) deve essere vitale, partecipativo, dinamico e coinvolgente
- ♦ il partecipante è una risorsa attiva, che partecipa, non un semplice spettatore
- ♦ non hai una seconda occasione per fare una buona impressione
- ♦ devi sfruttare il maggior numero possibile di espedienti e strumenti per rendere unico il tuo evento online
- ♦ ogni aspetto deve essere curato fin nel minimo dettaglio.

Insomma, il nostro lavoro è quello di cercare la qualità totale di ogni evento online e questo libro ti avvicina sensibilmente a questo risultato!

Chi dovrebbe, potrebbe o vorrebbe leggere **PUBLIC SPEAKING ONLINE**.

Quando ho avuto l'idea di mettere nero su bianco quanto avevo appreso nel corso di questi anni, non ero certo alla prima esperienza di scrittura. Oltre a una trentina di articoli internazionali sui temi della comunicazione e della formazione online, ho scritto anche il libro **WEBINAR PROFESSIONALI** con Fabio Ballor,² primo manuale completo in italiano su cosa sono e come funzionano i webinar.

Dopo quel libro abbiamo scritto il **MANUALE DEL RELATORE 2.0**,³ rendendo pubblico e facilmente leggibile il vademecum che solitamente inviamo privatamente ai nostri relatori per aiutarli a presentare meglio via webinar. Poi ho scritto, insieme a una rosa di altri eBook, **WEBINAR MARKETING**,⁴ specifico sull'uso dei webinar come strumento di marketing. Insomma, non è la prima volta che mi occupo dell'argomento, ma avevo voglia di superarmi e di superarlo! Volevo scrivere qualcosa che non fosse semplicemente associato ai webinar ma che estendesse il concetto, portando tra le tue mani tutto ciò che riguarda il public speaking, la promozione degli eventi online, le tecniche di comunicazione, le strategie per apparire ed essere professionali in qualsiasi forma di comunicazione online dal vivo o registrata.

² *Webinar Professionali*, Luca Vanin e Fabio Ballor, Hoepli, 2013 – bit.ly/web_prof_libro

³ *Manuale del Relatore 2.0*, Luca Vanin e Fabio Ballor, Edida, 2013, riedito anche in versione print-on-demand dalla Mnamon (2014) col titolo *Webinar Facile* bit.ly/man_rel_2

⁴ *Webinar Marketing*, Edida, 2013 – bit.ly/wbmr_mktg

Volevo raccogliere strategie e tecniche per rendere credibile e professionale ogni occasione in cui ci metti la faccia e vai online.

PUBLIC SPEAKING ONLINE quindi è concepito per professionisti di ogni settore, comunicatori, formatori, consulenti che hanno la necessità di presentare online in videoconferenze, conference call, webmeeting, videomessaggi, video promozionali o informativi, sessioni di formazione online dal vivo o anche, semplicemente, che vogliono usare meglio Skype, apparendo più sicuri e professionali.

Questo libro, quindi, permetterti di:

- ♦ preparare presentazioni online professionali
- ♦ farti conoscere le diverse sfumature del public speaking applicato alla comunicazione online dal vivo (e non solo!)
- ♦ realizzare eventi online eleganti e coinvolgenti
- ♦ evitarti i tanti errori che potresti commettere
- ♦ insegnarti i trucchi del mestiere.

I due risultati principali che otterrai sono i seguenti:

1. RISPARMIARE TEMPO

Con questo libro ti risparmio brutte figure, tentativi ed errori, perdite di tempo, prove del tipo “vediamo se funziona”.

Ho sintetizzato (se si può dire così!) i risultati più operativi e le conclusioni teoriche più complete e attuali relative alla gestione degli eventi online, in modo da evitare ai lettori le prove.

In buona sostanza, fidati! Qui trovi un metodo collaudato per gestire i tuoi eventi e nessuno, fino a oggi, si è lamentato!

2. RISPARMIARE SOLDI

Quanto tempo ti ci vorrebbe a leggere tutti i libri che cito in questo testo? Quante prove dovresti fare per ottenere questi risultati?

Prova a convertire questo tempo in quattrini, e capisci quanto puoi risparmiare!

In questo libro, infatti, troverai l'essenza distillata di prove, studi, ricerche, altre prove, altri tentavi!

Il libro è denso e ricco di informazioni. Non tutte ti servono subito e sempre. Come tutti i libri di questa collana, puoi leggerlo dalla prima all'ultima riga, oppure partire da quello che ti serve.

Ho organizzato il testo in modo che tu possa affrontare un cammino di crescita personale e professionale graduale, capendo prima le diverse sfumature del public speaking online e poi preparando e realizzando i tuoi eventi in modo personale e diretto.

Hai già probabilmente esplorato e raccolto la sfida del battesimo del fuoco e quindi hai perfettamente in mente cosa aspettarti e cosa cercare in questo libro. L'ho fatto per questo!

Nel primo capitolo capirai cos'è il public speaking online, da dove nasce e come puoi usarlo per il tuo lavoro. È un capitolo teorico e introduttivo, ma ti consiglio comunque di leggerlo per primo.

Se hai un'urgenza, ti consiglio di saltare immediatamente ai capitoli 4 e 5: ti spiegano come gestire un evento online e come presentare in modo professionale, originale ed elegante.

Se invece hai un po' più di tempo, dedicalo a capire come si prepara davvero un evento online, come spiegato nel capitolo 3, per imparare quali trucchi nella fase di progettazione ti permettono di ridurre tantissimo i rischi e gli imprevisti.

Il capitolo 2 ti spiega alcuni principi teorici che fanno la differenza tra un buon evento e un evento online improvvisato.

Infine i capitoli 6 e 7 sono due piccole perle che ho voluto dedicare alle menti meno conformistiche e più spirituali (in particolare il capitolo sugli elementi segreti del public speaking online) oppure più pratiche e operative (la sfida dei 10 giorni).

Questa è la mappa concettuale del libro e spero che ti aiuti a orientarti in modo efficace.



Piccolo disclaimer

Il public speaking online non è, come del resto il suo progenitore più antico, una scienza esatta!

E quello che trovi in queste pagine, come in tutti i libri, è sicuramente *una* prospettiva, non *la* prospettiva!

Ho fatto leggere questo libro a una ventina di esperti di comunicazione, psicologia, public speaking, eventi online e agli allievi della nostra Webinar Academy. Certo non è un processo vero e proprio di peer review (ossia il processo di verifica e controllo tipico delle pubblicazioni scientifiche), ma mi ha permesso di smussare diversi angoli e ammorbidire alcune posizioni, ampliandone e chiarendone altre.

In alcuni casi non sarai d'accordo con quanto scrivo. Lo posso accettare. In altri casi ti sembrerà che ci sia troppo da fare, che presentare online sia una missione impossibile da compiere!

Ti sbagli.

Qui ho descritto come realizzare un evento di qualità superiore, qualcosa di memorabile ed eccellente! Ho descritto il livello massimo a cui puoi aspirare.

Ma nel viaggio puoi fermarti a metà, applicare solo gli aspetti più immediatamente associabili ai tuoi obiettivi e realizzare un buon evento di cui andare fiero!

In alcuni casi, per motivi di spazio ho dovuto limitare gli aspetti descritti, come nel caso della PNL o del neuromarketing. Mi spiace ma, per motivi di spazio, non potevo scrivere tutto quello che avrei voluto!

Infine, prima di lanciarti nella lettura, ti anticipo che lavoreremo insieme. Sì, hai capito bene!

Ti presenterò tutto quello che so, lavorando su tre dimensioni: teoria (poca!), pratica (tanta) e lavoro personale sul tuo modo di presentarti e di presentare.

Ecco, quando siamo nella terza dimensione, voglio che ci metti del tuo, che segui le mie indicazioni, che fai un po' di pratica e prendi nota di come applicare i miei consigli.

Ci saranno altre occasioni per approfondire tutto!

Ho creato un sito di supporto per il libro: publicspeakingonline.it

Visitalo e lascia il tuo commento.

E se vuoi una mano, mi trovi anche e soprattutto, su webinarpro.it

E ora, l'introduzione è finita.

Che il tuo viaggio abbia inizio!

Luca Vanin

Glossario

Nel libro ho usato alcuni termini tecnici e ho preferito spiegarveli. Quando trovi l'asterisco [*] la definizione del termine è soggettiva: una nostra interpretazione particolare oppure un nostro neologismo o, comunque, un termine che io ho utilizzato con una particolare accezione e che mi viene comodo per differenziarlo da altri simili, anche quando in inglese tale differenza non è così forte.

A volte distinguere significa comprendere e quindi usare meglio!

AUTOMATED WEBINAR [*]

Un evento online, generalmente distribuito con una marketing machine (EasyWebinar, WebinarJam, Webinar Ignition, ecc.) completamente automatico: l'evento viene registrato e distribuito in streaming online come se fosse dal vivo.

DESIGNER, WEBINAR DESIGNER [*]

È la figura professionale (o il ruolo) che si occupa di progettare l'evento online, elaborare i contenuti, sviluppare la serie di eventi online,

definire il progetto complessivo e integrarlo con altri strumenti e strategie di comunicazione, formazione e marketing tradizionali e non. Nella metafora del cinema, il Designer è lo sceneggiatore.

DIRECTOR, WEBINAR DIRECTOR [*]

È la figura professionale che si occupa della regia e della gestione dell'evento, con l'obiettivo di far funzionare correttamente tutto l'evento dal punto di vista tecnico e strategico, gestendo tutto il back office dell'evento dal vivo. Nella metafora del cinema, è rappresentato dal regista.

DOJO, WEBINAR DOJO [*]

Il dojo è un modello di coaching di gruppo che abbiamo sviluppato a WebinarPRO nell'ambito della ricerca e dello sviluppo di tecniche e strategie per presentare meglio. Il dojo online è un sistema molto efficace che permette a chi lo vive di mettere immediatamente in azione quanto apprende, in modo pratico e divertente, migliorando sensibilmente la propria performance dal vivo. Il Webinar Dojo è uno degli strumenti centrali della Webinar Academy.

EVENTO IBRIDO, O MISTO

Un evento dal vivo, ad esempio una conferenza, un congresso, un corso in aula, con partecipanti presenti in aula che viene ripreso e trasmesso anche online, in forma di streaming, con possibilità di partecipare e interagire da parte dei partecipanti a distanza.

FACILITATOR, WEBINAR FACILITATOR, TUTOR [*]

È la figura professionale che si occupa prevalentemente dei partecipanti, dell'interazione e della partecipazione, gestendo domande, dubbi, richieste che vengono solitamente avanzate dai partecipanti via chat o spazio delle domande. Questo ruolo è spesso coperto dal Director.

FLAME

Uno scambio acceso e conflittuale tipico di alcune community online, in cui si definiscono più fazioni e in cui le persone si scatenano... litigando online. Se ne parla nel paragrafo 5.5.

FOLLOW UP

Tutto ciò che avviene dopo un evento online: invio di email di ringraziamento, call to action, materiali, inviti, link di registrazione.

FUNNEL

Letteralmente il termine significa “imbuto”, o “indirizzare qualcuno verso qualcosa”. Nel marketing indica un percorso guidato che una persona, interessata all’argomento, deve seguire per diventare un cliente. Il Webinar Funnel è un percorso di questo tipo, interamente basato sui webinar. Se ne parla nel paragrafo 7.2.

HOOK

Letteralmente “gancio”, “amo”, l’hook è un’attività che riattiva e riavvia l’attenzione, riaccendendo la partecipazione e coinvolgendo i partecipanti. Se ne parla nel paragrafo 3.14

ISCRIZIONE, REGISTRAZIONE ALL’EVENTO

Nella maggior parte degli eventi online è necessario iscriversi, compilando un form che richiede nome, indirizzo email ed eventuali altre informazioni. Molte piattaforme webinar o servizi di registrazione, inviano automaticamente email con informazioni, link e reminder dell’evento.

LANDING PAGE

Letteralmente “pagina di atterraggio”, indica una pagina web che raccoglie informazioni relative a un prodotto, un servizio, un evento e ha il principale scopo di raccogliere prospect (potenziali clienti). Spesso si arriva a una landing page tramite qualche forma di advertising online e, in essa, si trovano tutte le informazioni per effettuare qualche tipo di azione, come registrarsi, scaricare un file, lasciare la propria email, ecc. La pagina di registrazione a un evento online può essere considerata una landing page.

LIVE WEBCAST [*]

Simile all’automated webinar, si basa sulla registrazione di un evento online che viene trasmessa in un sistema che permette comunque di interagire dal vivo con i partecipanti. La presentazione è registrata e quindi asincrona, ma l’interazione con le persone avviene dal vivo con uno spazio domande o una chat. Solitamente si utilizzano le marketing machine.

MARKETING MACHINE, WEBINAR MARKETING MACHINE [*]

Con questo termine indichiamo una piattaforma webinar che include

strumenti e funzioni di web marketing avanzato, come creazione di landing page accattivanti e personalizzabili, funnel automatici, follow up automatici, condivisione di promozioni e call to action durante l'evento. Esempi di webinar marketing machine sono Easy Webinar, WebinarJam, Webinar Ignition, ecc.

PIATTAFORMA

Il software o il servizio web (più frequente questo secondo caso) tramite cui viene trasmessa in streaming, ossia online, l'evento (webinar, webconference, webmeeting, ecc.), consentendo a chi la utilizza di svolgere diverse attività, oltre alla condivisione delle slide, della propria webcam e della propria voce. Se ne parla approfonditamente nel paragrafo 2.6.

PRESENTER, WEBINAR PRESENTER [*]

Durante un evento online è la persona che presenta, mostra le slide, tiene il discorso. Tutto il libro si concentra quasi esclusivamente sulla figura del presenter, del "public speaker online", del relatore, del docente online dal vivo. Nella metafora del cinema, il presenter è l'attore protagonista.

PROMOWEBINAR [*]

Abbiamo coniato il termine nel nostro libro Webinar Professionali (Hoepli, 2013) e rappresenta un webinar progettato e realizzato esclusivamente per lanciare, promuovere, vendere un prodotto o un servizio. Tutto il Webinar Marketing si basa su questa tipologia di eventi che ha una propria struttura e specificità rispetto a tutti gli altri tipi di eventi online.

PROP

In sintesi, gli oggetti di scena, ossia libri, oggetti, strumenti, modellini, modelli e rappresentazioni concrete di idee e metafore che usi durante un evento online. Se ne parla nel paragrafo 3.15.

REGISTRAZIONE

Ci sono due utilizzi del termine. Uno è la registrazione intesa come iscrizione all'evento online. L'altro significato fa riferimento alla registrazione dell'evento, ossia un file che può avere diversi formati, tipicamente audio/video (.avi, .mp4, .mov, ecc.) con tutto il contenuto dell'evento

online, utilizzato nel follow up per mostrare a chi non ha partecipato cosa è accaduto. La registrazione è un buon modo per raccogliere ulteriori partecipanti in differita (quindi in modalità asincrona) ed è la base degli automated webinar, del webcast e dei live webcast.

REPLAY

Il termine inglese che indica la registrazione del webinar, nel secondo significato indicato qui sopra.

SET UP TECNICO

È la fase in cui prepari, configuri e gestisci gli aspetti tecnici dell'evento online, configurando non solo il software ma anche gli altri strumenti come la webcam e il microfono. Se ne parla nel paragrafo 3.2.

SKYPATA

È un termine gergale per indicare la riunione e la chiamata via Skype, il noto sistema per chattare e fare video chiamate gratuitamente.

SQUEEZE PAGE

Un particolare tipo di landing page che ha il solo scopo di raccogliere indirizzi email e contatti di potenziali clienti.

TELESEMINAR

Anche se alcuni lo usano come sinonimo di Webinar, il TeleSeminar rappresenta una forma di audioconferenza, ormai poco diffusa, in Italia molto rara, in cui il messaggio è solo audio e diffuso per telefono o altre piattaforme.

TRAINER, WEBINAR TRAINER [*]

Trainer è sinonimo di formatore, allenatore, addestratore. Con questa figura facciamo riferimento a un formatore che utilizza il Webinar come strumento per erogare i propri contenuti e percorsi formativi.

TROLL

Il troll nel linguaggio di Internet fa riferimento a una persona che in una community online infastidisce, provoca, fa polemica e crea problemi. Se ne parla nel paragrafo 5.5.

VIDEO PILLOLA

Un video trasmesso online (ad esempio, via Youtube o Vimeo) della

durata di pochi minuti, tipicamente dai 3 ai 5 minuti, raramente più lunghe. Sono molto utilizzate per il marketing, per il marketing educativo (ossia per spiegare ai tuoi clienti la tua proposta commerciale, e non solo) e per la formazione.

VIDEOCONFERENZA [*]

Spesso usata come sinonimo di webinar, la videoconferenza è caratterizzata da una comunicazione uno/pochi-a-molti, con poco accento all'interazione con i partecipanti, spesso circoscritta a un momento finale di domande e risposte. Nella videoconferenza possono essere usate slide, condivisione dello schermo, webcam, voce, ecc.

WARMUP

Fase di riscaldamento iniziale dell'evento, con l'accoglienza dei partecipanti e la messa a punto del sistema, per capire se tutti vedono e sentono regolarmente. Questa fase è molto importante per mettere a proprio agio i partecipanti e creare un buon rapporto con essi.

WEBCAST

Indica la registrazione di un video con audio e la sua trasmissione via internet. Il webcast è esclusivamente asincrono.

WEBINAR

Nel libro *Webinar professionali* lo abbiamo definito come "Un evento pubblico che avviene online, accessibile quindi da chi vi è stato invitato o ne possiede una chiave d'accesso e che è collegato via internet. Il webinar è un'occasione in cui più persone si ritrovano via internet, mediante una piattaforma o un software, nello stesso momento (modalità sincrona) per discutere di un certo argomento: chi presenta o conduce l'evento può utilizzare diversi strumenti online, mostrando slide, filmati e confrontandosi in diretta con gli altri partecipanti, sia in forma scritta (tramite una chat) sia a voce (come se fosse una telefonata)". Il termine Webinar rappresenta la categoria più ampia in cui ci sono diverse tipologie di eventi.

Se ne parla... in tutto il libro! 😊

WEBINAR ACADEMY [*]

È la prima scuola online italiana interamente dedicata alla formazione di figure professionali specializzate nell'uso degli eventi online nella

formazione, comunicazione e promozione ed è stata progettata e realizzata da Luca Vanin e Fabio Ballor, insieme al team di WebinarPRO.it. La sua novità è la suddivisione nelle figure professionali con percorsi differenziati per assumere il ruolo di presentatore, regista, progettista, marketer e formatore specializzato nell'utilizzo del webinar come strumento di erogazione dei contenuti.

WEBINAR COACHING [*]

Una particolare forma di coaching, tipicamente uno-a-uno o con piccoli gruppi, in cui si lavora sulle tecniche di presentazione online. Con WebinarPRO abbiamo sviluppato una specifica metodologia che in pochissime ore permette al presentatore di ottenere risultati concreti e duraturi.

WEBINAR MARKETING

Un modello di marketing esclusivamente basato sul webinar come strumento di erogazione e dell'evento online come centro del processo. Il webinar viene utilizzato sia per promuovere altri webinar e servizi che come oggetto di marketing stesso.

WEBMEETING, RIUNIONE ONLINE [*]

La contrazione dei due termini indica una riunione online, con non più di 10-15 persone (di più diventa complicata) che interagiscono tra loro in modo collaborativo. Si tratta della forma di webinar più partecipativa e interattiva, molto usata ad esempio per sessioni in cui si creano nuovi prodotti o servizi, si fa brain storming, si discutono e prendono decisioni online dal vivo.

WEBTRAINING, WEBINAR TRAINING [*]

Generalmente col termine si fa riferimento all'e-learning e alla formazione online. Qui utilizziamo il termine per specificare degli eventi online formativi, erogati esclusivamente online appunto via webinar.

Capitolo Zero

Prima di compiere il primo passo, cammina!

STRICTLY CONFIDENTIAL

Mi guarda in modo preoccupato: «il problema è che non l'ho mai fatto! E ho sempre paura di ciò che non conosco!».

Sara è una bravissima manager di una delle tante multinazionali di Milano. Una splendida donna, sicura di sé, con alle spalle un MBA e anni di esperienza nella gestione delle risorse umane, capace di uscire viva e vincente da situazioni complesse e difficili, gestendo aule numerose, percorsi di formazione e selezione che definire tortuosi è decisamente un eufemismo.

Ha un limite: ha sempre fatto tutto di persona, vis à vis, come il suo lavoro le ha sempre richiesto. Usa Skype solo con amici e familiari, come fosse un surrogato gratuito del telefono, e se può evita con una scusa di accendere la webcam.

Sara è una mia amica da diversi anni, e solo in questa occasione sta chiedendomi aiuto, in qualità di “esperto dei webinar”.

Per me è sempre difficile capire questo tipo di paura, ma so che è molto

diffusa: l'ho vissuta dal vivo personalmente forse solo un paio di volte, momenti difficili in cui dovevo presentare a clienti molto importanti e che vivevo come performance ad alto tasso di ansia!

Maledetta prima volta!

Mi devo inventare qualcosa per sbloccarla e aiutarla, devo offrire a Sara una prima volta a basso impatto, qualcosa che le permetta di svolgere il suo compito e uscirne vincente!

Mi invento il suo Battesimo del fuoco.



Capitolo zero in pillole

1

Prima di capire cosa sono gli eventi online devi organizzarne uno. Prima la pratica e poi la teoria.

2

Sperimenta un piccolo evento online, usando una delle tante piattaforme gratuite disponibili nel web, raccogliendo qualche amico e presentando loro un'idea.

3

Prendi appunti su ciò che ti serve e sulle sensazioni che hai provato. Ti saranno utili nel corso delle prossime pagine.

4

Divertiti: gli eventi online sono momenti stimolanti e creativi, non vivere questo primo evento online con stress, ma con lo stato d'animo di un bambino che sperimenta un nuovo gioco.

Il tuo battesimo del fuoco

Se hai tra le mani queste pagine, sei già anni luce dalla maggior parte delle persone che sottovalutano il parlare in pubblico online e che pensano sia sufficiente avere una piattaforma, cliccare su un pulsante virtuale e via, si parte!

Parlare in pubblico, si sa, è forse una delle più diffuse paure del pianeta e, tra quelle sociali, legate alle relazioni con le altre persone, è sicuramente la più diffusa.

Tuttavia, la diffusione della tecnologia per realizzare eventi online sembra in parte aver tralasciato questa dimensione: passando dal parlare in pubblico al parlare in pubblico online, il timore scema e, in alcuni casi, si trasforma nel suo opposto!

Assurdo?

Non proprio, e nel corso del libro capirai perché parlare in pubblico online è meno angosciante e stressante rispetto al *public speaking* tradizionale e, allo stesso tempo, persino più pericoloso.

Un paradosso che risolveremo più avanti!



Sei pronto al tuo battesimo del fuoco? (@katemccarthy) [F]

Tu puoi rientrare in una di queste categorie:

- ◆ quelli che hanno paura di parlare in pubblico online
- ◆ quelli a cui non gliene frega nulla
- ◆ quelli che vivono la cosa con il giusto livello di tensione.

WEB IN TESTA



Acquistalo qui