**Ponad 1,9 mln wydarzeń online. Wzrost o ponad 320 proc. w stosunku do okresu sprzed pandemii – ClickMeeting podsumowuje 2021 rok**

**Wydarzenia, webinary i spotkania online na stałe wpisały się w nową rzeczywistość. Jak wynika z raportu „State of Online Events 2021” przygotowanego przez polski ClickMeeting, w minionym roku na platformie odbyło się ponad 1,9 mln wydarzeń online, w których wzięło udział 26,6 mln uczestników. Średnia liczba wydarzeń w tygodniu wyniosła ponad 39 tys., co według danych platformy oznacza wzrost o 320 proc. w stosunku do roku 2019 - okresu sprzed pandemii.**

**Cele wydarzeń online w roku 2021. Edukacja i wsparcie sprzedaży**

W roku ubiegłym, podobnie jak w roku 2020, największą popularnością według danych ClickMeeting cieszyły się inicjatywy związane z edukacją – stanowiły one ponad 41 proc. wszystkich, które odbyły się na platformie w roku 2021. W tej kategorii znalazły się również szkolenia, w tym m.in. zajęcia językowe czy treningi zawodowe (11 proc. wszystkich wydarzeń).

W związku z przeniesieniem wielu działań i procesów w firmach do sfery cyfrowej, zintensyfikowały one również działania związane z promocją i sprzedażą produktów online. I w tym przypadku na popularności, szczególnie po wybuchu pandemii, zyskały narzędzia takie jak webinary. **Okazuje się, że niemal 20 proc. wydarzeń na ClickMeeting stanowiły te o charakterze marketingowym i PR-owym, a 16 proc. wspierało bezpośrednią sprzedaż.**

Ponadto platforma była również miejscem, w którym przeprowadzano także spotkania online, w tym m.in. wszelkiego rodzaju spotkania zespołów, biznesowe negocjacje, spotkania zarządów, a także te organizowane przez placówki oświatowe, takie jak zebrania z rodzicami czy rady pedagogiczne (12 proc. wszystkich wydarzeń).

– *ClickMeeting to miejsce zarówno dla nauki zdalnej, webinarów, jak i również wideokonferencji. W ubiegłym roku za pośrednictwem platformy zorganizowano ponad 1100 takich wydarzeń na dużą skalę, wykorzystujących technologię webcastingu umożliwiającą uczestnictwo w wydarzeniu nawet 10 000 odbiorcom z całego świata, a także jego organizację również w formacie hybrydowym. Dla porównania, w roku 2020 było ich ponad 840. Wydarzenia w tej formie na stałe wpisują się w nową rzeczywistość* – **mówi Dominika Paciorkowska, Dyrektor Zarządzająca i Członkini Zarządu ClickMeeting.**

**Czas trwania webinarów i spotkań. Wtorek najpopularniejszym dniem do organizacji wydarzeń online**

Mimo iż ludzie na całym świecie zdają się być zmęczeni codziennymi spotkaniami online, to w ubiegłym roku ClickMeeting zaobserwował wydłużenie średniego czasu sesji w stosunku do roku 2020. W przypadku spotkań online, które trwały średnio 66 minut, czas ten wydłużył się o 10 minut, a webinarów, które trwały średnio 98 minut – aż o 16 minut.

A w jakie dni i godziny najczęściej organizowano wydarzenia online w roku 2021? Z danych płynących z raportu ClickMeeting wynika, iż największą popularnością cieszył się wtorek, a tuż za nim uplasowały się środa i czwartek. Z kolei w przypadku najchętniej wybieranych godzin, na pierwszej pozycji uplasowały się te popołudniowe – 15.00 i 16.00, ale część wydarzeń organizowano także o poranku – na trzecim miejscu podium znalazła się godzina 7.00.

– *Nie da się ukryć, że to rok 2020 zdecydowanie przyspieszył tempo digitalizacji komunikacji, jednak ubiegły rok pokazał, iż wszelkie wydarzenia online – w tym spotkania i webinary – na stałe wpisały się w naszą codzienność. Zarówno organizatorzy, jak i uczestnicy wydarzeń online, w roku 2021 stali się również zdecydowanie bardziej świadomi swoich potrzeb i oczekiwań względem technologii* – **mówi Dominika Paciorkowska, Dyrektor Zarządzająca i Członkini Zarządu ClickMeeting**. – *Co więcej, w skali globalnej, w czasie pandemii zaobserwowaliśmy o ponad 300 proc. większą liczbę wydarzeń oraz uczestników*.