**Branża, która wzrosła kilka razy w czasie pandemii. Raport na temat światowych trendów w webinarach.**

**Jak wynika z najnowszego raportu ClickMeeting świat webinarów dzieli się na ten sprzed i po pandemii. Tylko w marcu tego roku liczba wydarzeń organizowanych na badanej platformie wzrosła czterokrotnie w porównaniu do ubiegłego roku i wyniosła 300 tys. W gronie użytkowników 36% z nich wykorzystuje narzędzie do celów edukacyjnych, co widać też po głównie wykorzystywanych funkcjach.**

Najbardziej spektakularny wzrost liczby wydarzeń organizowanych na platformie w marcu br. odnotowano w Polsce. Wyniósł on 1156%. Niemniej jednak odnotowano również wzrost zainteresowania spotkaniami online poza granicami naszego kraju. Na przykład liczba webinarów w Niemczech w tym samym okresie zwiększyła się o 519%, w Grecji o 868%, a we Francji o 423%.

Pandemia wymusiła zmianę wielu zachowań, a narzędzia do webinarów, takie jak polski ClickMeeting stanęły przed nie lada wyzwaniem. W marcu z dnia na dzień przybywało użytkowników naszej platformy - i w efekcie w tym miesiącu ich łączna liczba wyniosła 3 203 034, czyli prawie 1/3 całkowitej liczby spotkań w 2019 roku. To spowodowało, że musieliśmy zwiększyć zasoby naszej platformy o 90%. W okresie pandemii zaobserwowaliśmy też wiele nowych trendów, jeśli chodzi o sposoby wykorzystania webinarów, do których musieliśmy się adaptować. - mówi Dominika Paciorkowska, Dyrektor Zarządzająca ClickMeeting

Więcej krótszych spotkań, najczęściej we wtorki

Według danych badanej platformy średnia dzienna liczba spotkań organizowanych online w marcu tego roku wzrosła ponad 4 razy. Wyniosła ona średnio 7908 wydarzeń dziennie, podczas gdy rok temu było ich 1918. Natomiast, najpopularniejszym dniem spotkań użytkowników jest wtorek i ten dzień niezmiennie utrzymuje się na pozycji lidera od kilku lat.

Co ciekawe pandemia wpłynęła na to ile trwają spotkania online. Z jednej strony średni czas trwania wydarzenia skrócił się z 85 do 77 minut, natomiast z drugiej strony średni czas, który uczestnicy spędzili na oglądaniu i słuchaniu webinaru, zwiększył się z 53 do 56 minut. Co pokazuje, że organizujemy krótsze konferencje, ale jesteśmy w stanie dłużej w nich uczestniczyć.

Od freelancerów po korporacje

Webinary głównie wykorzystywane są do celów edukacyjnych. Szkoły i uniwersytety to 26% użytkowników, natomiast szkolenia i kursy online odpowiadają za 10% całości. Dodatkowo na tle innych grup wyróżniają się branże marketingowa i PR oraz IT odpowiednio z 17% i 10% udziałem w gronie użytkowników.

Jeśli chodzi o wielkość organizacji, które wykorzystują platformę nie ma tu lidera, ponieważ korzystają z niej wszyscy. Według badania freelancerzy to 18,66%, organizacje do 10 osób to 14,89%, od 10 do 50 osób to 22,91%, od 51 do 200 osób to 22,59%, a a firmy i instytucje powyżej 200 osób to 20,95%. Warto zauważyć, że 8 na 10 respondentów deklaruje, że kiedy sytuacja na świecie się uspokoi nadal będzie korzystało z tego rozwiązania.

Automatyzacja webinarów liderem

Największym liderem okazał się zestaw funkcji do automatyzacji, ponieważ pozwalają one zaoszczędzić użytkownikom czas. Wykorzystanie webinarów na żądanie, czyli rodzaju wcześniej nagranego wydarzenia, które umożliwi uczestnikom dołączenie do niego gdziekolwiek i kiedykolwiek zechcą, jest większe o 1100%. Automatyczne webinary , czyli te nagrane wcześniej, które mają mieć miejsce o wyznaczonej godzinie, są popularniejsze o 164%. Natomiast zainteresowanie automatycznymi wiadomościami przesyłanymi po spotkaniu i automatycznie wysyłane zaproszenia na nadchodzące wydarzenia wzrosły kolejno o 840% i 1310%.

Funkcje zyskujące na popularności

W czasie pandemii spotkania musiały odbywać się przede wszystkim online, dlatego funkcje: współpracy, pracy nad projektami i przekazywania informacji w trakcie spotkań cieszyły się jeszcze większym zainteresowaniem. Popularność opcji prezentacji w czasie pandemii wzrosła o 545%. Użytkownicy częściej o 726% używają też funkcji tablica, która pozwala na notowanie i pisanie. Chętnie stosowane są również: udostępnianie pulpitu czy materiału na Youtube. Tu widoczne są wzrosty kolejno o 780% i 477%.

Warto wspomnieć też o opcji wydania certyfikatu po ukończeniu spotkania. To nowa funkcja, która była potrzebna, ponieważ zainteresowanie kursami online w czasie pandemii jest znacznie większe, a uczestnicy oczekują, że dostaną dokument, który potwierdzi ich udział w wydarzeniu. W tym wypadku zainteresowanie jest wyższe o 995%. W czasie pandemii wzrosło również znaczenie funkcji umożliwiających interakcję z użytkownikiem. Są to na przykład: ankiety i testy, Q&A - tryb pytań i odpowiedzi czy Call-To-Action - zachęcenie do działania, a ich wzrost to średnio 600%.