**Polski ClickMeeting wśród czołowych globalnych komunikatorów, podsumowuje 2022 i sprawdza dobre praktyki. Statystyczny użytkownik zorganizował 82 wydarzenia w ciągu roku**

**ClickMeeting, który pojawił się w zestawieniu czołowych komunikatorów na świecie podsumowuje 2022 rok w najnowszym raporcie “State of online events”. Według danych z platformy korzystali głównie trenerzy i coachowie, średnio na jednym wydarzeniu w zeszłym roku uczestnicy spędzili już 74 minuty. Rekordowa konferencja w Europie na ClickMeeting dla coachingów (live) miała 881 sprzedanych biletów za 96 102 złote, a za 32 szkolenia online dla psychoterapeutów i psychologów uzyskano 686 808 złotych. Sama seria spotkań z mantrailingu, czyli pracy węchowej z psem sprzedała 444 bilety za 70 802 złote.**

**Najchętniej uczestniczymy w wydarzeniach online w środy, na które poświęcamy coraz więcej czasu**. W 2022 roku przeciętny użytkownik stworzył 82 wydarzenia, każde z nich **trwało średnio 109 minut, a przeciętny użytkownik** na każdym z nich spędził 74 minuty. [Dla porównania w 2021 roku](https://knowledge.clickmeeting.com/uploads/2022/03/state-of-online-events-2022_PL.pdf) spotkania online trwały średnio 66 minut, (10 minut więcej niż w 2020 roku), a webinary trwały średnio 98 minut (16 minut więcej niż w 2020 roku).

**Zmiany w organizacji wydarzeń**

Specjaliści ClickMeeting podkreślają, że aby odnieść sukces na rynku webinarowym, trzeba zadbać nie tylko o odpowiednią treść, ale również o najlepszą datę i godzinę dla swoich odbiorców. W ujęciu rocznym **największą aktywność platforma odnotowała w maju**, w pozostałych miesiącach roku ilość webinarów utrzymywała się na podobnie wysokim poziomie. W 2022 roku organizatorzy wydarzeń najchętniej wybierali środę, na drugim miejscu wtorek i na trzecim czwartek. Twórcy spotkań online najrzadziej decydowali się na dni weekendowe. Natomiast jeśli chodzi o dobór godziny, to najpopularniejszy był przedział **między 8:00 a 10:00 oraz między 15:00 a 17:00**. Dla porównania w 2021 roku dniem najchętniej wybieranym na webinar był wtorek, a tuż za nim środa i czwartek. Z kolei w przypadku najchętniej wybieranych godzin w zeszłym roku, na pierwszym miejscu znalazły się 15.00 i 16.00, ale część wydarzeń organizowano także o poranku – na trzecim miejscu znalazła się godzina 7.00.

Najczęściej wykorzystywaną funkcją platformy ClickMeeting była prezentacja, z której korzystano w przypadku 57 proc. wydarzeń. Na drugim miejscu znalazła się opcja dzielenia ekranem (17 proc. wszystkich wydarzeń), a na trzecim interaktywna tablica (6 proc.).

– *Myślę, że rosnąca popularność wydarzeń online wynika z niezwykłej dostępności monetyzacji wiedzy oraz większego zaangażowania uczestników w porównaniu z innymi treściami w sieci. Na przykład ClickMeeting w bardzo prosty sposób można połączyć z systemem płatności PayU i zacząć sprzedawać dostęp do swoich wydarzeń. Co ważne, w ten sposób można stworzyć wydarzenie na żywo, w formule automatycznej – wówczas webinar odbywa się o określonym czasie, ale bez konieczności bezpośredniego angażowania prowadzącego – lub na żądanie. W tym ostatnim przypadku widzowie sami wybierają moment, w którym chcą wziąć udział w szkoleniu czy wykładzie. Dzięki temu docieramy również do odbiorców, którzy mogliby zrezygnować z udziału w wydarzeniu na żywo z powodu np. niedogodnego terminu. Ponadto organizacja wydarzenia online jest łatwiejsza od przygotowania takiego samego spotkania w wersji stacjonarnej. A angażowanie uczestników, wywoływanie emocji i motywowanie do aktywnego uczestnictwa są możliwe dzięki umiejętnemu prowadzeniu webinaru* – komentuje **Martyna Grzegorczyk z ClickMeeting**.

**Dzięki płatnym wydarzeniom online specjaliści monetyzują swoją wiedzę**

Jak wynika z najnowszego raportu [“State of online events”](https://knowledge.clickmeeting.com/uploads/2023/01/pl_clickmeeting_raport_state_of_online_events_eksperci_branz%CC%87e_-i_liderzy_w_roku_2022.pdf) branża webinarowa mocno się profesjonalizuje, a zarobki, jakie osiągają użytkownicy platformy, pokazują, że można w ten sposób monetyzować swoją wiedzę. **W 2022 roku rekordzista w Europie zarobił na jednym wydarzeniu organizowanym na ClickMeeting ponad 95 tys. złotych.** Przykłady osiągnięć użytkowników polskiej platformy z zeszłego roku:

l konferencja dla coachingów wydarzenie live – 881 sprzedanych biletów za **96 102 złote** i wydarzenie na żądanie – 350 biletów za **38 184 złote**;

l szkolenia dla psychoterapeutów i psychologów: 32 wydarzenia – 7103 bilety za **686 808 złotych**;

l seria 31 szkoleń z rachunkowości w formule na żywo i na żądanie – 2198 biletów za **184 676 złotych**;

l seria 6 szkoleń z mantrailingu, czyli pracy węchowej z psem – 444 bilety za **70 802 złote**;

l webinar podnoszący kwalifikacje terapeutów – 580 biletów za **57 420 złotych**;

l szkolenie dla terapeutów poświęcone leczeniu zaburzeń odżywiania – 391 biletów za **38 709 złotych**;

l szkolenie medyczne dotyczące badań USG – 327 biletów za **32 373 złote**.

**ClickMeeting w rankingu czołowych komunikatorów na świecie**

Serwis [wirtualnemedia.pl](https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/komunikatory-najpopularniejsze-messenger-whatsapp-telegram) pod koniec zeszłego roku zrealizował badanie celem, którego było sprawdzenie popularności poszczególnych komunikatorów. Polski ClickMeeting z 1,44 mln odwiedzającymi i 5 proc. zasięgiem znalazł się w pierwszej dziesiątce najpopularniejszych platform do rozmów online obok takich gigantów jak Messenger, Google, czy WhatsApp. Według serwisu na platformie przybyło 534,8 tys. użytkowników, **co daje 59 proc. wzrost.** Co ciekawe według danych platformy w 2022 roku użytkownicy spędzili w wirtualnych pokojach ClickMeeting łącznie 1 086 426 dni, czyli 2976 lat.