**Webinary 2022 – podsumowanie branży, która się profesjonalizuje. Rekordzista wygenerował ponad 95 tys. złotych przychodu na jednym wydarzeniu online**

**W 2022 roku użytkownicy polskiego ClickMeeting na wydarzeniach online w sumie spędzili 1 086 426 dni. Średni czas każdego spotkania to 109 minut. Padł też nowy rekord dotyczący przychodu z jednego wydarzenia online, który wynosi ponad 95 tys. złotych. Specjaliści ClickMeeting podkreślają, że w ubiegłym roku mocno dało się zauważyć, że rynek zdecydowanie ulega profesjonalizacji, co oznacza, że z wirtualnych spotkań i webinarów coraz częściej korzystają specjaliści, którzy budują na nich swoje marki oraz rozwijają biznesy.**

Statystyczny użytkownik ClickMeeting polskiej platformy do wideokonferencji w 2022 roku zorganizował 82 wydarzenia online. Przeciętne spotkanie trwało 109 minut i brało w nim udział 12 osób. Sesje trwały zazwyczaj po 74 minuty, a co ważne goście uczestniczyli przez 68 proc. czasu ich trwania.

[TUTAJ](https://knowledge.clickmeeting.com/uploads/2023/01/pl_clickmeeting_raport_state_of_online_events_eksperci_branz%CC%87e_-i_liderzy_w_roku_2022.pdf) pełna treść raportu.

**Co 3 wydarzenie online prowadzone jest przez szkoleniowców, trenerów i consultingowców**

ClickMeeting analizując tematy, jakich podejmują się jego użytkownicy, wyróżnił sześć najpopularniejszych kategorii. Są to kolejno: szkolenia i consulting (to aż 31 proc. wszystkich wydarzeń organizowanych na platformie), marketing i sprzedaż (24 proc.), spotkania biznesowe (16 proc.), edukacja (12 proc.), medycyna (12 proc.). Pozostałe 5 proc. wydarzeń zostało zakwalifikowanych do grupy inne.

– *Rok 2022 nazwaliśmy rokiem ekspertów. Analizując działania naszych klientów, bardzo mocno widzimy, jak nasza branża się profesjonalizuje. Coraz więcej ekspertów docenia spotkania online i webinary oraz dostrzega w nich możliwość rozwoju swojej marki oraz firmy. Jeszcze do niedawna wydarzenia online były kojarzone głównie z edukacją, która w czasach pandemicznych była zmuszona przenieść się do świata wirtualnego. Dziś z ClickMeeting najczęściej korzystają szkoleniowcy, trenerzy i osoby zajmujące się consultingiem, ale coraz częściej spotykamy wśród naszych użytkowników również przedstawicieli branży medycznej, prawnej i finansowej* – komentuje **Dominika Paciorkowska z ClickMeeting.**

**Marketing na spotkaniach online generuje leady, a medycy udzielają porad**

Specjaliści ClickMeeting dostrzegają również tendencje w rodzajach spotkań online w zależności od konkretnych branż. I tak **specjaliści coachingu i consultingu** najchętniej wybierają bezpośrednie sesje szkoleniowe 1 na 1 lub w małych grupach, webinary otwarte, promocyjne, płatne wydarzenia, warsztaty oraz treningi indywidualne. **Marketingowcy i osoby zajmujące się sprzedażą** również stawiają na webinary otwarte, jednak skupione na generowaniu leadów i prezentacji produktu oraz na wydarzenia dla aktualnych klientów, onboarding klientów, dni otwarte i zajęcia pokazowe.

**Wydarzenia biznesowe** najczęściej polegają na spotkaniach wewnętrznych zespołów, zarządów oraz sesje robocze w różnego typu firmach i instytucjach. W **branży edukacyjnej** niezmiennie najczęściej odbywają się lekcje w szkołach publicznych i prywatnych, ćwiczenia, wykłady dla dużych grup studentów oraz korepetycje. Natomiast jeśli chodzi o **specjalistów medycznych**, najczęściej za pomocą platformy ClickMeeting udzielają oni terapii online, konsultacji medycznych (szeroko rozumiana telemedycyna), prowadzą również szkolenia przedstawicieli zawodów medycznych oraz konferencje i sympozja.