

9 TIPS DIE VAN JOUW WEBINAR EEN SUCCES MAKEN

8 WEKEN VOOR START

FASE 1: GRAVEN

Een effectief webinar vraagt om een goede planning en een goed verhaal. Onderzoek eerst wat je wil bereiken, voor wie je het webinar organiseert en met welk onderwerp jij jouw kijkers tot actie aanzet. Graven noemen wij dat. Het resultaat? Een helder, resultaatkrachtig en onderscheidend verhaal waarmee je je doelgroep raakt.

6 WEKEN VOOR START

FASE 2: GRONDEN

Hoe zet je de doelgroep aan tot actie? Hoe zorg je ervoor dat de juiste mensen zich aanmelden? In deze fase komt promotie om de hoek kijken. Breng de strategie in kaart en integreer marketing, communicatie en PR. Dit is ook de periode waarin je gaat oefenen. Niet iedereen is een geboren presentator, maar je kunt het zeker leren. Houd je verhaal kort en gefocust.

GO LIVE & FOLLOW-UP

FASE 3: GROEIEN

Je verhaal staat. Je weet wie je kijker is en vooral wat je wil bereiken. Je bent er gewoon klaar voor! Have fun, voor je het weet is het voorbij. Maar je bent nog niet klaar. Je wil natuurlijk dat zoveel mogelijk mensen je webinar kunnen (terug)zien, er moet nog worden geëvalueerd, en vergeet vooral de follow-up van de leads niet!

1 PLANNING

- Begin 8 weken voor het webinar
- Kies een datum en tijdstip voor het webinar waarop jouw doelgroep beschikbaar is
- B2B: dinsdag t/m donderdag tussen 11:00 en 16:00 uur
- B2C: maandag t/m donderdag 's avonds
- Stel een team samen: de presentator, de organisator en de marketeer



4 PROMOTIE

- Begin 6 weken voor het webinar met uitnodigen en promoot vooral in de laatste week. Dat is het moment waarop de meeste mensen beslissen
- Creëer een landingspagina met de agenda van het webinar en een duidelijke aanmeldlink
- Bepaal via welk kanaal jouw doelgroep bereikbaar is en stel een goede promotiemix samen
- Zorg voor copy en visuals die het webinar verkopen
- Stuur mailings naar je eigen (klant)database, plaats een item in de nieuwsbrief en gebruik je eigen socialmediakanalen
- Vraag ook zeker je collega's om het te delen

7 WEBINAR GO LIVE!

- Ben ruim op tijd aanwezig
- Doe een test run
- Vergeet niet, het is leuk om te doen!



8 MAXIMALISEER DE CONVERSIE

- Maak het webinar online beschikbaar (on demand)
- Stuur een e-mail naar de deelnemers met een link naar het webinar
- Zorg voor de nodige reuring om het webinar onder de aandacht te brengen

2 DOELSTELLING & DOELGROEP

- Bepaal wat je met het webinar wil bereiken en koppel daar een call-to-action* aan
- Bedenk voor wie je het doet, en baken de doelgroep af
- Maak je doelstelling specifiek en meetbaar

3 ONDERWERP

- Het webinar gaat maar over één ding, dat houdt het duidelijk
- Beloon je kijker met content die er toe doet: waarover praat hij?
- Kies een onderwerp waarover je veel voorbeelden en inzichten kunt geven
- Maak het concreet, specifiek en vooral urgent

EN DOOR...

5 PRESENTATIE & INTERACTIE

- De presentator vertelt het verhaal, de slides zijn ter ondersteuning
- Max. 1 onderwerp per slide, 3 bullets per onderwerp
- Gebruik visuals
- Maak het interactief: met een poll, laat kijkers vragen stellen

6 OEFENEN

- We kunnen het niet vaak genoeg zeggen: oefen, oefen, oefen!
- Time je presentatie
- Laat voldoende tijd over voor vragen
- Neem je webinar op en bekijk of er nog verbeterpunten zijn

9 FOLLOW-UP

- Beantwoord de vragen van deelnemers
- Bekijk de statistieken
- Evalueer het webinar met het hele team
- Last but not least: neem contact op met deelnemers en zorg voor een snelle follow-up!

NU ZOU HET MOETEN LUKKEN!

Toch liever wat hulp? Mail: Vertel@baggr.nl

*Een call-to-action (oproep tot actie) is een begrip dat in marketing wordt gebruikt om een bezoeker over te halen een handeling onmiddellijk uit te voeren, zoals zich inschrijven voor een nieuwsbrief, het downloaden van een whitepaper of het bellen van een telefoonnummer.