

MODULE

> COMMUNICATION

THÈME 25

**> WEBINAIRES OU COMMENT ENTRER EN INTERACTION
AVEC SES CLIENTS**



- 1. Qu'est-ce qu'un séminaire ?**
- 2. Avantages**
- 3. Etapes**
- 4. Conseils pour un séminaire réussi**
- 5. Points à retenir...**

WEBINAIRE

- Abréviation des mots *web* et *seminar* = séminaire professionnel interactif, retransmis sur le web soit en mode vidéo ou sous forme d'une présentation visuelle (diaporamas)
- Séminaire d'informations ou de formations
- Diffusé en direct ou en différé
- Participants peuvent échanger avec le ou les intervenants, experts dans un domaine
- Possibilité de poser des questions par *chat* ou courrier électronique (si la transmission n'est pas en direct)
- Utilisé particulièrement dans les relations BtoB (présentation produits...)

Outil de promotion/
communication/
marketing
internet instantané



- Un webinaire peut être enregistré, mis sur site web, ou sur youtube pour toucher plus de contacts
- Création de contenu qui peut être partagé
- Interactivité

Outil
de génération
de leads qualifiés

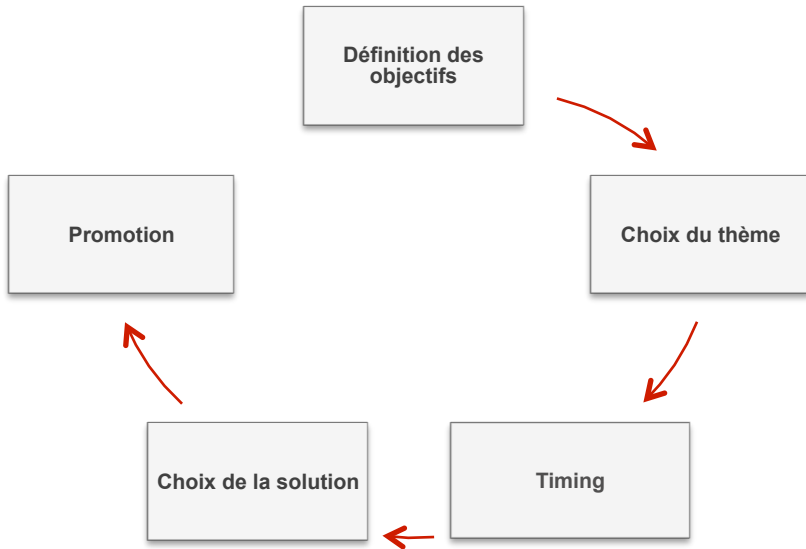


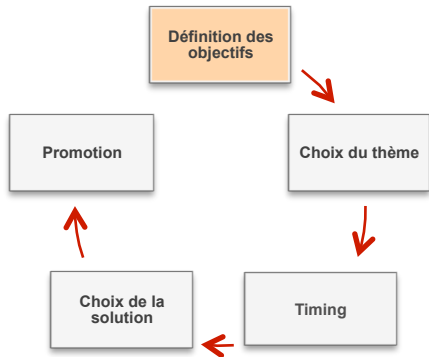
- Le processus d'inscription permet de collecter des informations sur les participants
- Création de liens plus forts avec ses cibles et possibilité de conversion

Logistique



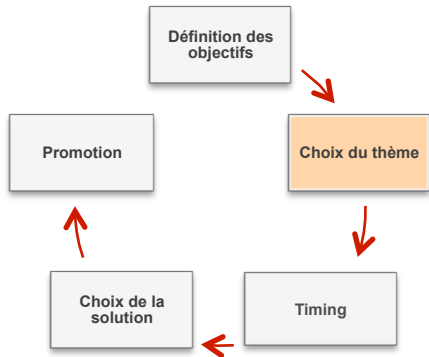
- Simplification : moindres frais (location de salle, petits-déjeuners, cocktails...)
- Audience potentielle illimitée (vs nombre de places d'une salle)
- Intervenants peuvent être à distance





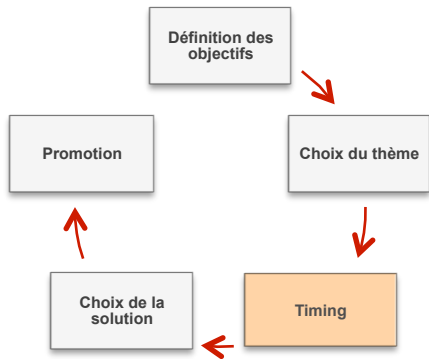
Objectifs

- > Définit les objectifs poursuivis : fidélisation des clients, promotion de produits/services...
- > Définir les cibles



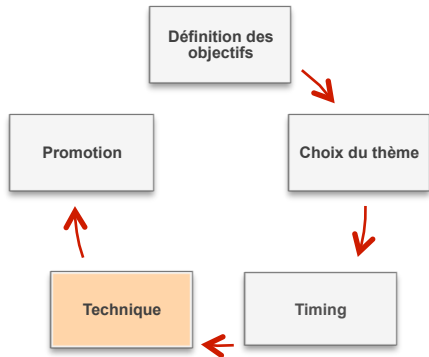
Contenu

- > Déterminer un thème percutant, accrocheur qui intéressera votre cible
- > Préparer un contenu de qualité, illustré



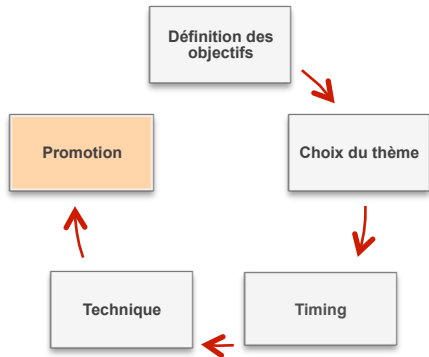
Timing

- > Choisir la bonne date et le bon horaire pour attirer le maximum de personnes ciblées
- > Mardis et jeudis sont généralement des journées indiquées



Solution

- > Avant de choisir la solution qui convient, connaître les fonctionnalités : diffusion libre, accès par Internet et téléphone, partage d'écran, chats et enregistrements
- > Outils gratuits ou payants pour organiser des webinaires comme GoToWebinar, Webiko, Google Hangouts (10 participants maximum), clickwebinar, Uberconference...
- > Le webinaire doit disposer d'une landing page, une page dédiée (pour le présenter, en faire la promotion et permettre aux internautes de s'inscrire) – solutions de création de « landing pages » : leadPages, Unbounce...
- > Une fois ces pages créées, s'assurer de la mise en forme et tester
- > Enregistrer son webinaire et envoyer aux prospects



Mise en ligne

- > Promotion sur les réseaux sociaux : créer des hashtag sur Twitter, communiquer sur facebook, etc.
- > Envoyer des mails d'invitation
- > Associer à son projet, quand c'est possible, des influenceurs qui parleront du webinaire
- > Prévoir environ 2 et 4 semaines pour permettre aux participants de s'enregistrer

Entretenir les relations en fournissant des informations...

Ciblage

- > Quelles sont les personnes ciblées ?
- > Clients ?
- > Prospects ?
- > Caractéristiques ?

Contenu

- > Choisir un titre et une accroche pertinents pour inciter les participants à s'inscrire, à assister et à suivre
- > Proposer un contenu utile
- > Mettre un peu d'humour
- > Multiplier les intervenants

Promotion

- > Choisir les bons canaux de communication pour toucher vos cibles

Définition

- > Abréviation web et seminar
- > Séminaire d'informations ou de formation interactif (en ligne)
- > Format vidéo/ présentation slides...

Avantages

- > Outil de promotion, communication et marketing
- > Outil de génération de leads qualifiés
- > Optimisation de la logistique

Etapes

- > Définition d'objectifs
- > Choix du thème
- > Timing
- > Choix de la solution
- > Promotion

Conseils pour un webinar réussi

- > Cibles
- > Qualité du contenu
- > Promotion