

8 x W wie Webinar.

Der definitive Leitfaden für
erfolgreiche Online-Seminare.

8 x W wie Webinar.

1 Wer kann Webinare sinnvoll nutzen?	4
2 Warum sind Webinare heute so wichtig?	6
3 Was ist ein Webinar?	8
4 Wie funktioniert ein Webinar?	10
5 Wofür setze ich Webinare ein?	12
6 Weshalb ist ein Webinar nützlich?	14
7 Worauf muss ich bei der Wahl einer Webinarlösung achten?	17
8 Wann tut man was? Die Durchführung eines Webinars	22
Auf einen Blick!	32
Über Netviewer	34



1 Wer kann Webinare sinnvoll nutzen?

Willkommen in der spannenden Welt der Webinare! Dieses neue Instrument kann in vielerlei Hinsicht interessant für Ihre Arbeit und die Kommunikation Ihres Unternehmens sein. Man könnte auch einfach sagen: Wenn eines der folgenden Themen für Sie relevant ist, dann kommt eine Webinar-Lösung definitiv für Sie in Frage:

- innovative Neukundengewinnung
- systematische Qualifizierung von Kontakten
- Kundenbindung durch zusätzlichen Service
- mehr Kundennähe
- flexible Schulungsmodelle für Mitarbeiter, Kunden und Partner
- Bereitstellung aktueller Informationen für Medien bzw. Journalisten und andere Meinungsbildner

Wir jedenfalls wünschen Ihnen viel Vergnügen und viele Aha-Erlebnisse beim Entdecken dieses nützlichen Werkzeugs – und natürlich eine erfolgreiche Webinar-Zukunft als Bestandteil einer neuen Online-Meeting-Kultur in Ihrem Unternehmen!

2 Warum sind Webinare heute so wichtig?

Sie erfahren es jeden Tag selbst: Sinkende Budgets, immer feiner segmentierte Zielgruppen, der Bedeutungsverlust klassischer Medien, steigende Werbekosten und die unzähligen Möglichkeiten im Web 2.0: Nie war es für Vertrieb und Marketing schwieriger als heute, sich qualifizierte Kundenkontakte zu erschließen.

Aber: **Schon heute haben sieben von zehn B2B-Geschäften ihre Wurzeln im Internet.**

So setzen beispielsweise B2B-Einkäufer in den USA bei der Suche nach Lieferanten vor allem auf das Web, so die Untersuchung „Business Technology Buyer Survey“ von MarketingSherpa und TechWeb im Juli 2009. Maßnahmen zur Neukundengewinnung müssen deshalb am besten hier ansetzen!

Viele US-Unternehmen nutzen daher schon seit einigen Jahren so genannte Webinare zur Akquise und erzielen damit beachtliche Erfolge. Was sich hinter diesem neuen Instrument verbirgt, wollen wir Ihnen hier näherbringen.

Webinare machen reduzierte Reisebudgets wett!

Webinare sind die Gewinner in Zeiten reduzierter und gestrichener Reisebudgets! Die Nutzung virtueller Messen und Events im Netz ist in den USA im ersten Halbjahr 2009 um fast ein Drittel gestiegen. Mehr als 30 % der befragten professionellen Einkäufer gaben hingegen an, Messebesuche seltener als Informationsquelle zu nutzen. Für die Untersuchung wurden in den USA fast 1.500 Einkäufer von komplexen Produkten bzw. einem Einkaufsvolumen von mehr als 25.000 US-Dollar befragt.

Quelle: „Business Technology Buyer Survey“ von MarketingSherpa und TechWeb, Juli 2009

Webinare im Marketing attraktiv

Bei einer Online-Befragung von 317 Marketing Managern im Januar 2009 gaben 46 Prozent der Befragten an, dass sie die Investitionen in Webinare steigern wollen.

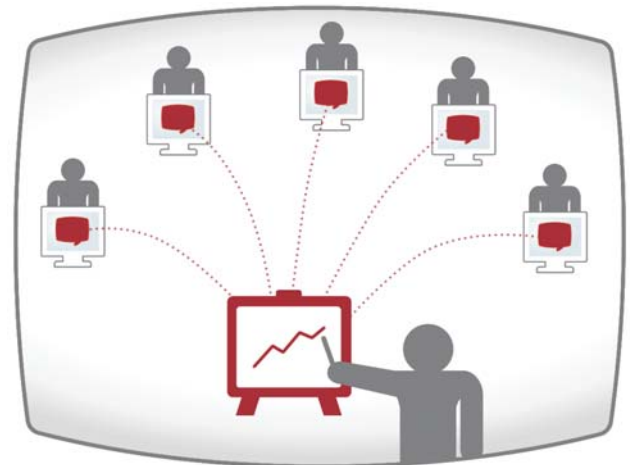
Quelle: Sean Callahan in BtoB Media Business, Juli 2009



3 Was ist ein Webinar?

Webinare – das sind ganz einfach Online-Präsentationen: Ein Referent hält einen Vortrag über das Internet. Dabei überträgt eine professionelle Webkonferenz-Software den Bildschirminhalt, die Stimme und häufig auch ein Video des Referenten live auf die Bildschirme der Seminarteilnehmer.

So erhält eine große Zahl an Teilnehmern gleichzeitig Informationen mit hohem Nutzwert – sei es zu Produkten, Services, neuen gesetzlichen Regelungen oder Branchentrends.



Ein Webinar – der ideale virtuelle Seminarraum.

4 Wie funktioniert ein Webinar?

Einfach! Sie als Veranstalter laden die zukünftigen Teilnehmer zum Webinar ein. Interessenten melden sich über eine Internetseite an und erhalten automatisch einen Zugangslink zum Webinar. Alle Teilnehmer folgen Ihrer Präsentation dann vor ihren jeweils eigenen Rechnern.

In der Regel besteht ein Webinar aus einer normalen Präsentation von Folien (etwa mit Powerpoint) – es kann aber auch Online-Demonstrationen einer Software enthalten.

Während des Webinars sind Sie als Referent über eine Webcam zu sehen, und die Teilnehmer können in einer Fragerunde Fragen zum Inhalt stellen.

Ein enorm wichtiger Effekt für Sie als Veranstalter: **Der gesamte Anmeldeprozess lässt sich über die Webinar-Lösung abbilden.**

Und ab dem Zeitpunkt der Anmeldung sind zumindest der Name und die E-Mail-Adresse des Interessenten bekannt.

Diese Anmeldeinformationen stehen anschließend für die nachfolgende Kontaktaufnahme durch Vertrieb oder Marketing zur Verfügung.

Die technischen Voraussetzungen für ein Webinar sind denkbar einfach:

- herkömmlicher PC oder Mac Rechner mit Internetzugang (für Moderatoren wird ein Breitbandzugang empfohlen)
- Telefon oder Computer-Headset bzw. Lautsprecher
- Gegebenenfalls eine Webcam
- Und **nur** für den Webinar-Anbieter: die Lizenz einer Webinar-Lösung

1 Teilnehmer einladen

2 Teilnehmer registrieren sich

3 Teilnehmer erhalten Zugangsdaten

4 Teilnehmer erhalten Erinnerungsmails

5 Durchführung Webinar

6 Webinar-follow-up

5 Wofür setze ich Webinare ein?

Webinare werden meist im **Marketing** zur Generierung von qualifizierten Kontakten oder im **Vertrieb** für Präsentationen eingesetzt. Sie beinhalten zum Beispiel die Vorstellung neuer Produkte oder Services, den Bericht eines innovativen Referenzkunden, die Behandlung eines branchenaktuellen Themas und vieles mehr – Ihrer Kreativität sind hier wirklich keine Grenzen gesetzt.

Zudem lassen sich Webinare natürlich auch zu **Schulungszwecken** einsetzen. Wenn Sie beispielsweise Ihre Vertriebsmitarbeiter über neue Prozesse informieren oder Kunden den Einsatz einer Software-Lösung für bestimmte Zwecke erklären möchten. Hier ist ein Webinar ideal, um in kurzer Zeit ortsunabhängig eine große Zielgruppe zu bedienen.

Webinare eignen sich darüber hinaus für die **interne wie externe Kommunikation**. Unternehmen können Pressekonferenzen live über das Internet übertragen oder Ansprachen der Geschäftsleitung im Rahmen von Betriebsversammlungen zeitgleich an Mitarbeiter an verschiedenen Standorten übermitteln.

Alles in allem kann man es so auf den Punkt bringen:

Ein Webinar kombiniert die Schnelligkeit des Internets mit den Vorteilen der persönlichen Kommunikation.

Der konkrete Nutzen für Sie:

- Mit Webinaren zur **Kundenakquise** erreichen Sie neue Zielgruppen und gewinnen kostengünstig hochwertige Vertriebskontakte.
- Die problemlose Möglichkeit **kontinuierlicher Schulungen** von Vertrieb und Partnern sorgt für bessere Vertriebsergebnisse. Besser informierte Kunden haben weniger Support-Anfragen!
- **Online-Pressekonferenzen** erzielen eine höhere Reichweite und mehr teilnehmende Journalisten.
- Bei **Hauptversammlungen** ist die Teilnahme für Aktionäre auch ohne Anreise möglich.
- Bei **Betriebsversammlungen** können Mitarbeiter zeitgleich und einheitlich an allen Standorten informiert werden.

6 Weshalb ist ein Webinar nützlich?

Sie und Ihre Kunden oder Interessenten profitieren von einem Webinar gleichermaßen: Sie generieren und qualifizieren neue Kontakte, Sie begeistern Ihre Kunden persönlich für Produkte, Neuerungen oder Upgrades, und: **Sie erreichen Ihre Zielgruppen direkt, in Echtzeit und interaktiv!**

Umgekehrt erhalten die Webinar-Teilnehmer relevantes Wissen fürs tägliche Geschäft, ohne ihr Büro überhaupt verlassen zu müssen. Die Teilnahme ist unverbindlich, weitgehend anonym und die Bedienung einfach – nicht einmal die Installation einer speziellen Software ist nötig.

Hohe Zeit- und Kostenersparnis


Dazu kommt: Mit einem Webinar erreichen Sie Ihre Zielgruppe direkt, ohne Reisekosten und

Zeitverluste – egal, ob Sie ein kleines, interaktives Seminar mit zehn Teilnehmern veranstalten oder mehrere hundert Interessenten für Ihr Portfolio begeistern möchten.

Übrigens: In Webinare können auch Blitzumfragen eingebaut werden – sei es für ein direktes Feedback zum Seminar oder die weitere Qualifizierung von Kontakten.

10 Vorteile von Webinaren:

- Effektiver Türöffner bei potenziellen Kunden
- Schnell & günstig hochwertige Vertriebskontakte generieren
- Persönliche Kundenkommunikation pflegen und intensivieren
- Mit Online-Events Zeit & Kosten sparen
- Mit aktuellen Themen neue Zielgruppen erreichen
- Kundenbedarf zielsicher ermitteln und Neukontakte schneller wandeln
- Mit besser qualifizierten Kontakten mehr Umsatz generieren
- Journalisten und Analysten ohne Zeitverlust erreichen & informieren
- Mitarbeiter unmittelbar & standortunabhängig informieren
- Registrierungen & Teilnehmer einfach verwalten und automatisiert nachverfolgen



Hat Ihr Vertrieb auch
schon den Fuß in der Tür?

7 Worauf muss ich bei der Wahl einer Webinarlösung achten?

Hier nun ein paar wertvolle Hinweise, was Ihre zukünftige Webinar-Lösung unbedingt leisten sollte.

Wichtig für die Planung und Organisation rund um das Webinar:

Die Webinar-Planung

Achten Sie auf eine einfache, gut strukturierte Planungsmöglichkeit (z. B. mit mehreren Planungsschritten).

Die Anmeldeseite

Sie sollte alle Informationen über das Webinar beinhalten und individuell gestaltbar sein (idealerweise mit Logo und Photo des Webinar-Anbieters). Die Anmeldefelder sollten wählbar und nicht fest vorgegeben sein, damit Sie die für Sie wichtigen Informationen abfragen können.

Übersicht über angemeldete Teilnehmer

Wichtig, um die Resonanz auf die Einladung abschätzen zu können. Zusätzlich auch Basis, um weiter Werbung zu machen, das Webinar ggf. abzusagen oder auch, um unerwünschte Teilnehmer auszuschließen.

7 Worauf muss ich bei der Wahl einer Webinarlösung achten?

Automatisierte, anpassbare E-Mails

Einladung, Anmeldebestätigung, Erinnerungsmail, Webinarabsage und Danke-E-Mail mit frei definierbarem Versandzeitpunkt und Inhalt.

Ausgereiftes Reporting

Es sollte die Ableitung von Marketing-Kennzahlen ermöglichen und Informationen zur tatsächlichen Anwesenheit sowie Dauer der Teilnahme beinhalten. Bei Schulungen sollte es auch zur Anwesenheitskontrolle dienen können. Desweiteren sollte es exportierbar sein.

Verfügbarkeit einer Aufzeichnung

Diese kann nach dem Webinar Teilnehmern, verhinderten Teilnehmern oder allen Webseiten-Besuchern zur Verfügung gestellt werden.

Wichtig für die Durchführung des Webinars:

Möglichkeit zur Arbeit mit einem Co-Moderator

Gewährleistet einen flexiblen Ablauf. Er kann sich um die Technik kümmern, im Chat reagieren oder das Zusammenspiel mehrerer Referenten moderieren.

Desktop oder Application Sharing Funktion

Bei Software-Demonstrationen ist es wichtig, neben der Präsentation auch den Desktop und damit die Software-Anwendung selbst übertragen zu können.

Personalisierung durch Webcam-Übertragung

Um eine persönliche Note in das Webinar zu bringen. Alternativ sollte man zumindest ein Photo anzeigen können.

Audio- und VoIP-Lösung

Beide Kommunikationswege sollten in guter Qualität zur Verfügung stehen.

7 Worauf muss ich bei der Wahl einer Webinarlösung achten?

Umfragefunktion

Meinungs- oder Feedbackumfragen liefern wertvolle Informationen und bringen mehr Interaktion ins Webinar.

Whiteboard

Das Whiteboard bietet vor allem dem Referenten die Möglichkeit, Schaubilder und Skizzen wie in einem realen Seminarraum anzufertigen.

Event-Modus

Die Kernelemente des Webinars sollten für alle Beteiligten im Mittelpunkt des Geschehens auf dem Monitor stehen.

Chat an Moderatoren

Teilnehmer sollten die Möglichkeit zum Chat mit dem Moderator des Webinars haben.

Wichtig aus technologischer Sicht:

Mehrsprachige Programme

Die Webinar-Lösung sollte in einer Sprache verfügbar sein, die man problemlos beherrscht. Idealerweise gibt es die Kombinationsmöglichkeit mit anderssprachigen Teilnehmer-Programmen.

Plattformunabhängigkeit

Windows und Mac

Ohne Software Installation

Allgemeine Anforderungen:

- einfache & selbsterklärende Bedienung
- „Branding“ Lösung: Anmeldeseiten und virtueller Seminarraum in den eigenen Unternehmensfarben
- attraktives & passendes Lizenzmodell
- einführende Online-Schulungen für Referenten durch den Lösungsanbieter
- persönlicher 24/7 Support des Herstellers

8 Wann tut man was?

Die Durchführung eines Webinars

Vor dem Webinar: Überlassen Sie nichts dem Zufall!

Die Teilnehmer: Ihre Zielgruppe ist das Wichtigste

Ihre Zielsetzung definiert den Teilnehmerkreis und die Inhalte! Geht es um Neukundengewinnung, Basiswissen oder die Erstqualifizierung neuer Kontakte? Oder möchten Sie das Up- und Cross-Selling bei bestehenden Kunden fördern? Laden Sie zielgenau ein!

Ihr Team. Wer ist dabei?

Präsentieren Sie Ihr Webinar im Dialog: Ein Moderator führt das Gespräch, ein Referent trägt das Thema vor. Letzterer kann ein Kollege, ein externer Experte oder ein begeisterter Kunde sein. Wichtig sind Praxisbezug und Glaubwürdigkeit!

Vor allem für „Anfänger“ ist es sinnvoll, einen technischen Assistenten zu bestimmen, der vor Beginn des Webinars für die Teilnehmer da ist und einen Soundcheck durchführt. Dieser Kollege sollte in einem anderen Raum sitzen und telefonisch für Rückfragen erreichbar sein. Mit etwas Routine halten Sie aber bald auch alleine ein professionelles Webinar ab.

Thema und Titel. Machen Sie's spannend.

Wählen Sie ein Thema, das Ihre Zielgruppe wirklich interessiert. Eine reine Werbeveranstaltung zu Ihrem Portfolio wird nur wenige oder gar keine Teilnehmer anlocken! Ihr Thema muss aktuell, branchenspezifisch und interessant sein. Dazu gehört auch ein griffiger Titel.

Der Termin. Gutes Timing ist unschlagbar.

Nicht zu früh und nicht zu spät: Termine vor 9:00 Uhr und nach 17:00 Uhr (freitags bereits nach 14:00 Uhr) sind nicht geeignet. Sparen Sie auch die Mittagspause zwischen 12:00 und 14:00 Uhr aus und behalten Sie Feiertage, Brückentage, Ferienzeiten und Messeterminen im Auge. Idealerweise stellen Sie für ein Webinar mindestens zwei Termine zur Auswahl – das erhöht die Quote. Und: Denken Sie bei internationalen Webinaren auch an unterschiedliche Zeitzonen. 09:00 Uhr CET ist 08:00 Uhr in London und mitten in der Nacht in den USA!

Die Einladung. Alle Kanäle nutzen!

Machen Sie Ihr Webinar publik: Die erste Ankündigung sollte einen Monat vor dem Termin erscheinen. Als Kanäle bieten sich Ihre Homepage, Ihre E-Mail-Signatur, gezielte Mailings, Newsletter und natürlich auch die regulären Vertriebsgespräche und Telemarketing an.

8 Wann tut man was? Die Durchführung eines Webinars

Regelmäßige Zwischenchecks. Sind genügend Teilnehmer da?

Prüfen Sie regelmäßig den Anmeldestand zu Ihrem Webinar. Erfahrungsgemäß meldet sich 5 Tage nach einem Einladungsmailling niemand mehr an. Wird das Webinar auf den Unternehmenswebseiten prominent angekündigt, können aber auch ganz kurzfristig noch Anmeldungen eintrudeln. Es gilt also abzuwägen, ob die Teilnehmerzahl ausreicht oder ob Sie bei der Werbung nachlegen müssen. Bedenken Sie auch, dass meist nur 50–70% der angemeldeten Teilnehmer zum Webinar erscheinen.

Der Reminder: Bringen Sie sich in Erinnerung!

Zwei bis drei Tage vor dem Seminar sollten Sie einen automatisierten Reminder versenden und sich damit wieder ins Gedächtnis Ihrer Teilnehmer rufen.

Der Vortrag. Auf den Punkt gebracht.

Um den Vortrag optisch zu unterstützen, bietet sich eine Software wie Powerpoint an. Achten Sie bitte bei der Konzeption auf den klaren, unterstützenden Aufbau und sorgen Sie für Bewegung auf dem Bildschirm (zum Beispiel mit aktiven Grafiken und Stichworten, die erst dann erscheinen, wenn sie im Vortrag auch tatsächlich genannt

werden). Bringen Sie das Wichtigste auf den Punkt, arbeiten Sie mit Visualisierungen statt endlosen Aufzählungen und achten Sie auf ein angemessenes Tempo, damit sich Ihre Teilnehmer weder langweilen noch den roten Faden verlieren.

Auch wichtig: die Zeit! In der Regel sollte ein Vortrag höchstens 60 Minuten dauern.

Die Location: Selbst ein Webinar braucht einen (guten) Veranstaltungsort.

Sorgen Sie dafür, dass Sie während des Webinars ungestört arbeiten können. Neben Ruhe brauchen Sie auf jeden Fall einen zuverlässigen Internetzugang (kein W-LAN), einen Computer, ein Telefon mit Headset oder ein VoIP-Mikrofon, alle wichtigen Unterlagen und Dateien sowie etwas zu trinken. Wenn Sie mit Webcam arbeiten, kann auch ein dekorativer (aber ruhiger) Hintergrund mit Logo nicht schaden. Achten Sie auf die Lichtverhältnisse und richten Sie die Webcam nicht ins Gegenlicht.

8 Wann tut man was? Die Durchführung eines Webinars

Telefonkonferenz oder Voice-over-IP. Wie sprechen Sie mit den Teilnehmern?

Die Art der Audio-Übertragung muss Ihrer Zielgruppe angepasst sein: Audiokonferenzen per VoIP sind für alle Beteiligten am kostengünstigsten. Allerdings gibt es hier auch manchmal Tücken bei den technischen Einstellungen. Bei weniger computeraffinen Zielgruppen empfiehlt sich daher statt VoIP eine klassische Telefonkonferenz.

Die Generalprobe. Seien Sie auf alles vorbereitet.

Üben Sie! Wenn das reguläre Procedere sitzt, können Sie auf überraschende Situationen besser reagieren. Spielen Sie deshalb ein bis zwei Tage vor dem Termin das ganze Webinar einmal unter Live-Bedingungen durch – inklusive möglicher Pannen. Am besten binden Sie ein paar Kollegen als Zuschauer mit ein, die gleichzeitig Feedback zum Vortrag und zur Präsentation geben können.

Kurz vorher. Die Spannung steigt.

Starten Sie das Webinar 15 Minuten vor Beginn mit einer Begrüßungsfolie und machen Sie einen ersten Audio-Check mit Kollegen. Dann, etwa 5 Minuten vor Webinar-Beginn, können Sie im Chat oder per Umfrage nachfragen, ob Sie von allen Teilnehmern gehört werden. Übermitteln Sie ebenfalls per Chat Hinweise, was die Teilnehmer tun sollen,

die nichts hören. Denken Sie auch daran, störende Programme wie Outlook und Skype zu schließen, Mobiltelefone abzuschalten und bei VoIP-Nutzung das Telefon umzuleiten. Ein einfaches Schild an der Bürotür, dass hier gerade ein Webinar läuft, ist auch hilfreich.

Während des Webinars. Ihr Auftritt, bitte.


Der Start: Am besten punktgenau.

Anders als bei Präsenzseminaren fällt es beim Webinar schnell auf, wenn es nicht pünktlich startet – denn es gibt während der Wartezeit nichts zu tun. Starten Sie aber zu früh, verlieren Sie eventuell Teilnehmer, die sich erst in letzter Minute einwählen. Deshalb startet ein Webinar wirklich, wirklich pünktlich!

Die Begrüßung. Kurz, aber sympathisch!

Machen Sie am Anfang keine großen Worte, sondern fassen Sie sich kurz. Eine nette Begrüßung, eine kurze Vorstellung des Themas und des Teams und ein paar organisatorische Hinweise (zum Beispiel auf eine Frage-und-Antwort-Runde am Ende) reichen völlig aus.

Ein Tipp: Moderieren Sie im Stehen, gestikulieren Sie mit den Händen und setzen Sie Mimik ein – die Teilnehmer werden das „hören“ können!



Bitte nicht
stören!
Webinar.


netviewer

8 Wann tut man was? Die Durchführung eines Webinars

Aufmerksamkeit. Bleiben Sie im Mittelpunkt.

Ihr Vortrag sollte stets eng am Thema bleiben. Zusätzliche Lebendigkeit schaffen Sie durch den Dialog zwischen Moderator und Referent – ein paar Zwischenfragen lassen sich vorher gut absprechen. Nutzen Sie hierfür die Co-Moderatoren-Rolle und spielen Sie sich gegenseitig die Bälle zu.

Zusätzlich sollten Sie jede Ablenkung Ihrer Teilnehmer vermeiden. Gerade bei größeren Runden ist es sinnvoll, die Teilnehmer während des Vortrags stumm zu schalten, damit eventuelle Hintergrundgeräusche nicht stören.

Die Fragerunde. Kommen Sie ins Gespräch.

Geben Sie Ihren Teilnehmern auf jeden Fall die Chance, eigene Fragen zu stellen – idealerweise gebündelt am Ende des Vortrags. Zur Sicherheit hat ein guter Moderator immer zwei, drei Fragen in der Hinterhand. Für die Teilnehmerfragen empfiehlt sich aus Organisationsgründen der Chat.

Nie mehr im Webinar gestört werden!

Laden Sie sich dieses schicke Türschild herunter:
www.netviewer.com/webinar-checkliste

8 Wann tut man was? Die Durchführung eines Webinars

Das Goodie. Kommt gut, geht gut, bleibt im Gedächtnis.

Denken Sie sich als Abschluss Ihres Webinars ein kleines Dankeschön aus. Die Präsentation etwa können Sie schnell über den Dateitransfer der Webinar-Lösung bereitstellen und herunterladen lassen. Dazu könnten Sie auch einen kostenlosen Test Ihrer Leistungen und Produkte anbieten, ein besonderes Angebot für einen begrenzten Zeitraum oder ein kleines, interessantes Giveaway auf Anforderung – wichtig ist, dass Ihre Teilnehmer jetzt aktiv werden!

Der Mitschnitt. Für alle, die's doch nicht geschafft haben.

Nicht enttäuscht sein, wenn von 100 angemeldeten Teilnehmern nur 60-70 dabei sind – das sind die üblichen Erfahrungswerte. Sie können Ihr Webinar aber aufzeichnen und auf Anfrage versenden oder sogar auf Ihrer Webseite zum Download bereitstellen. Aber verraten Sie das niemals vorher! Denn live haben Sie natürlich dank der Interaktivität die besseren Karten.

Nach dem Webinar. Bleiben Sie dran.

Internes Feedback: Was Ihnen aufgefallen ist.

Nutzen Sie die Chance für ein kurzes Feedback-Gespräch mit allen internen Beteiligten, solange die Erinnerung noch frisch ist. Das hilft, die nächsten Webinare noch besser zu gestalten und Ihre Teilnehmer optimal abzuholen.

Externes Feedback: Was Ihren Teilnehmern aufgefallen ist.

Nach dem Webinar können Sie per Telefon-, Online- oder E-Mail-Befragung außerdem Ihre Kunden befragen, wie es ihnen gefallen hat und welche Verbesserungsvorschläge sie haben. Wie bei jeder Umfrage gilt: Nur nicht zu viel, sonst schwindet die Motivation.

Follow-up. So werden aus Teilnehmern Kunden.

Der erste Schritt ist getan, jetzt kommt das Wichtigste: das Nachfassen. Ihr Vertrieb sollte sich nun möglichst schnell bei den Teilnehmern melden und damit den Sales Cycle weiterführen.



Auf einen Blick!

Kein Zweifel: eine ausgereifte und umfangreiche Webinar-Lösung **kann Sie und Ihr Unternehmen in vielfacher Hinsicht unterstützen** – sei es bei der Neukundengewinnung, der Qualifizierung von Kontakten, bei der Kundenbindung, als Schulungs-Werkzeug oder bei der externen und internen Kommunikationsarbeit!

Sie sparen dabei aber nicht nur eine Menge Zeit und Kosten, sondern schaffen sich ein innovatives Medium, mit dem Sie Ihre Kunden und Interessenten **weit besser, aktueller und persönlicher informieren können** – dadurch erreichen Sie eine höhere Identifikation mit Ihrer Marke und mehr Kundenähe!

Webinar-Checkliste

Damit Sie sich in Ruhe auf das Wesentliche konzentrieren können, haben wir Ihnen eine ausführliche Checkliste zur Durchführung von Webinaren zusammengestellt.

Laden Sie diese Checkliste gleich herunter und bereiten Sie Ihre Webinare entspannt vor:

www.netviewer.com/webinar-checkliste

Über Netviewer



Die 2001 in Karlsruhe gegründete Netviewer AG (www.netviewer.com) ist der führende europäische Hersteller und Anbieter von Webkonferenz-Lösungen. Sie versetzen Mitarbeiter in die Lage, trotz räumlicher Distanzen so zusammenzuarbeiten, als säßen sie im selben Raum. Webkonferenzen erleichtern nicht nur Meetings, Schulungen und technischen Support. Sie ermöglichen auch die Durchführung von Webinaren, erleichtern Akquise-Gespräche und dienen der Vertriebsunterstützung.

Durch die visuelle Echtzeitkommunikation über das Internet lassen sich Reisezeiten und Kosten erheblich reduzieren und die Produktivität erhöhen. Die Nutzer leisten so einen aktiven Beitrag zum Klima- und Umweltschutz. Die Vorteile von Netviewer-Webkonferenzen nutzen bereits mehr als 16.000 Konzerne und mittelständische Unternehmen aus 68 Ländern, darunter Bayer, BMW, Deutsche Post, SAP, Siemens und Swisscom. Rund 200 Mitarbeiter sind derzeit für das Unternehmen tätig – Tendenz steigend.

Mehr Informationen anfordern unter:

0721 35 44 99 400 oder

www.netviewer.com