

## Die Innovation für Ihren Marketing-Mix: Mit Webinaren Kunden finden, binden und begeistern

Webinare haben sich in den letzten Jahren zu einem wichtigen Baustein im Marketing-Mix entwickelt, der stetig an Bedeutung zunimmt. In den USA nutzen bereits 61% der Unternehmen, die Content Marketing verfolgen, Webinare. Damit zählen Webinare zu den Top-Instrumente für Content Marketing - Tendenz steigend.

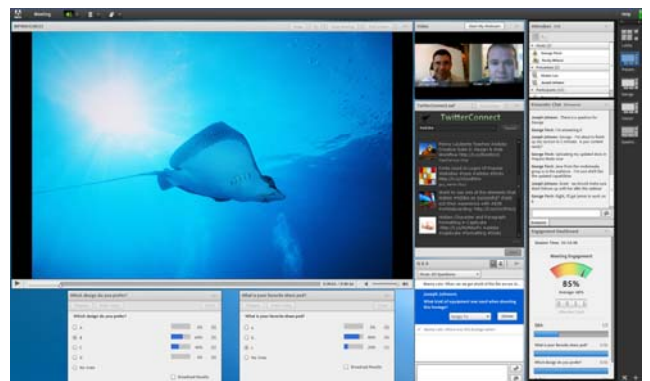
Dank der fortschreitenden technologischen Entwicklung sind praktisch alle Marktteilnehmer heute in der Lage, an virtuellen Veranstaltungen teilzunehmen, sofern die eingesetzte Plattform keine Installation benötigt und zusätzliche Möglichkeiten bietet, auch über Mobile Devices an einem Webinar dabei zu sein. Bandbreiten oder Leistungsfähigkeit der Hardware stellen heute keine Hürden mehr dar.

Dieses Whitepaper gibt Ihnen einen Überblick darüber, in welchen Bereichen Webinare erfolgreich eingesetzt werden und welche Wirkung Sie damit erzielen.

Webinare sind Live-Präsentationen oder -Schulungen, an denen das Publikum über das Internet teilnehmen kann. Während noch vor einigen Jahren viele Webinare reine Folienvorträge waren, bieten die dafür notwendigen Softwareplattformen heute zahlreiche Möglichkeiten für den Multi-Media-Einsatz und für Interaktionen mit dem Publikum.

Webinare werden in verschiedenen Kontexten eingesetzt:

- Leadgenerierung und -qualifizierung
- Content-Marketing
- Content-Vermarktung
- Vermarktungsangebot für Ihre Kunden



## Webinare zur Leadgenerierung und -qualifizierung

Viele Unternehmen veranstalten Webinare, um neue Kontakte zu knüpfen oder bereits existierende Interessenten weiter zu qualifizieren. Durch interessante Vorträge, die Einblicke in Produkte oder das eigene Leistungsspektrum geben, können sich Interessenten über das Angebot des Unternehmens informieren. Manche Anbieter bieten auch virtuelle Veranstaltungen an, in denen Kunden, die bereits mit dem Unternehmen kooperieren, Einblicke in die Arbeitsergebnisse und die Zusammenarbeit geben.

Diese Veranstaltungen sind in der Regel kostenlos, wobei sich die Teilnehmer für die Veranstaltung anmelden müssen. Dabei geben sie ihre Kontaktdaten an, die dann vom Anbieter für weitere Marketingzwecke genutzt werden. Beantwortet der Teilnehmer während der Veranstaltung Fragen, lädt er Dokumente herunter oder beteiligt sich in anderer Form an dem Event, dann werden auch diese Daten gespeichert und für die weitere Bearbeitung genutzt.

### Praxis-Tipp

Sie bieten ein Test-Programm für Ihre Produkte oder Services an?

Dann unterstützen Sie dieses, indem Sie kosten-freie Trainings anbieten. Denn ungenutzte Test-Zugänge oder -Produkte bedeuten eine verpasste Chance, einen "Tryer" zu einem "Byer" zu machen. (Britton, 2014)



Die Vorteile gegenüber anderen Marketinginstrumenten liegen auf der Hand:

- Sie erreichen mit einer Veranstaltung ein großes Publikum (Effizienz).
- Sie müssen keine Reisekosten und -zeiten aufbringen (Kostensparnis).
- Sie können auch Kunden aus anderen Regionen oder Ländern mühelos einbinden (Reichweite).

Zudem können Sie Ihre Veranstaltung aufzeichnen und dieses Recording anschließend als neuen Content in Ihre Marketing-Channels einspeisen.

## Webinare als zentraler Baustein einer Content-Marketing

Ziel des Content-Marketings ist es, potenzielle Käufer auf das eigene Unternehmen aufmerksam zu machen, indem interessante, beratende und unterhaltsame Inhalte aufbereitet und - meist über das Internet - verbreitet werden. Marketing-Experten gehen davon aus, dass Content-Marketing mittelfristig die bisherigen Push-Marketing-Instrumente ablösen wird. Bei der Verbreitung der Inhalte spielen Social Media eine zentrale Rolle.

Reichhaltige Informationsveranstaltungen, die in Form von Webinaren angeboten werden, sind ein perfekter Bestandteil einer Content-Marketing-Strategie:



Betrachtet man - ähnlich wie im Sales-Bereich - die zunehmende Annäherung eines Interessenten an das Unternehmen in Form einer Trichters, zählen Webinare zum mittleren Funnel-Abschnitt: Webinare geben durch die Persönlichkeit des Referenten dem Unternehmen und den Inhalten ein Gesicht. Aufgrund der Video- und Rich-Media-Unterstützung sind sie unterhaltsam und bieten Raum für Story-Telling und den persönlichen Erfahrungsaustausch.

Neben dieser mittleren Nähe, die sie zum Kunden erzeugen, haben sie eine weitere wichtige Funktion im Gesamtkontext des Content-Marketings: Sie können zur Vertiefung von Inhalten und Informationen dienen, sind dank der

entstandenen Daten z.B. in Form von Umfragen oder aufgrund der Aufzeichnung selbst wieder Ausgangspunkt für Meldungen über Twitter oder einen Blog-Artikel. Dieses "Schneeball-Prinzip" stellt die folgende Abbildung dar:

Damit sind Webinare Pflicht für Sie und Ihr Unternehmen, wenn Sie eine ganzheitliche Content-Marketing-Strategie verfolgen:

- Sie nutzen ein neues Format, auf das Sie Ihre Interessenten aus anderen Informationsbausteinen, z.B. Blog-Artikeln, verweisen können.
- Sie bieten Ihren Interessenten eine mittlere Informations- und Interaktionsstufe, die zugleich informiert und unterhält.
- Die aus dem Webinar gewonnenen Daten und Aufzeichnungen können zur weiteren Content Curation oder Content-Generierung genutzt werden (Schneeball-Prinzip).


## Webinare zur Content-Vermarktung

Sie haben Inhalte, die Sie bereits in anderer Form, z.B. Büchern, Zeitschriften oder Seminaren verkaufen? Dann öffnen Ihnen Webinare einen einfachen und vergleichsweise schnell realisierbaren Weg zu einer neuen Einnahmequelle.

Indem Sie diese Inhalte ergänzend zu ihrem bisherigen Angebot in Form von kostenpflichtigen Online-Veranstaltungen anbieten, multiplizieren Sie die Content-Nutzung und erschließen sich neue Zielgruppen, die Inhalte lieber videobasiert und digital konsumieren.

In diesem Fall bieten Sie Ihre Veranstaltungen in Form von Einzelereignissen oder Serien an, die Sie über Ihre Website buchbar machen. Dazu bieten manche Webinar-Plattformen Möglichkeiten, in existierende Systeme, z.B. Webshops, integriert zu werden. Andere Plattformen bringen einfache Bezahlmöglichkeiten direkt mit. Da die Vermittlung der Inhalte im Webinar selbst meist auf bekannten Content-Formaten wie Powerpoint-Folien basiert, ist die Aufbereitung der Inhalte nicht aufwändig.

### Praxis-Tipp



Manche Unternehmen bieten Ihren Käufern gegen einen Aufpreis ihres Abonnement- oder Mitgliedsbeitrags einen zeitlich oder mengenmäßig begrenzten, manchmal auch freien Zugang auf diese Inhalte.

Sie sollten dann über den Einstieg in Webinare nachdenken, wenn mindestens einer der folgenden Punkte auf Sie zutrifft:

- Sie möchten Zielgruppen erreichen, die Inhalte heute eher videobasiert oder digital konsumieren.
- Sie möchten die Inhalte schnell zur Verfügung stellen, ohne sich langwierig in eine neue Technologie einzuarbeiten.
- Sie möchten von den weiteren Vorteilen Effizienz, Kostenersparnis und Reichweite profitieren.

## Webinare als Vermarktungsangebot für Ihre Kunden

Wenn Ihr Unternehmen über den Zugang zu einer bestimmten Zielgruppe verfügt und dafür Vermarktungsangebote an Kunden vermittelt, sind Webinare ebenfalls ein interessantes Instrument. Anstatt Anzeigen, Newsletter-Beiträge oder Veranstaltungs-Slots zu verkaufen, verkaufen Sie zukünftig Webinarveranstaltungen.

Dieses Angebot kann z.B. die folgenden Bausteine umfassen:

- Organisation der virtuellen Veranstaltung
- Bereitstellung eines virtuellen Webinarraums
- Akquisition der Teilnehmer
- Aufbereitung sowie Bereitstellung der gewonnenen Leads

Dieses Paket lohnt sich für Sie insbesondere dann, wenn Sie eine größere Anzahl potenzieller Kunden haben, die an einem solchen Angebot interessiert sind.

Bedenken, dass nur ausgewählte Zielgruppen an einem solchen Angebot Interesse haben, sind nicht berechtigt: Mittlerweile nutzen auch viele Branchen oder Konsumenten, die nicht als internet affin gelten, Webinare, um sich zu Produkten und Lösungen zu informieren.

## Webinare: Wie starten Sie am besten

Wenn Sie für sich entschieden haben, Webinare als neues Marketinginstrument zu testen, kommen im nächsten Schritt die folgenden Fragen auf Sie zu:

- Welche Webinar-Plattform erfüllt Ihre Anforderungen?
- Welche Zielgruppen möchten Sie ansprechen?
- Wie wollen Sie Ihre Webinare vermarkten?
- Wie bereiten Sie Ihre Webinare vor und nach?
- Wie sind Ihre Webinare didaktisch aufgebaut?
- Wie messen Sie den Erfolg Ihrer Webinare?

Darüber hinaus sollten Sie sich bei anderen Anbietern einmal anmelden und einige Veranstaltungen auf sich wirken lassen. Zudem ist es sinnvoll, sich als Webinar-Einsteiger von erfahrenen Webinar-Profis beraten zu lassen, um von den Praxis-Erfahrungen zu profitieren.

### Checkliste

Wichtige Auswahlkriterien für eine Webinar-Plattform:

- Niedrige technische Hürden für Teilnehmer: Keine Installation, Einbindung von Telefon falls VoIP nicht möglich, Zugang auch für Mobile Endgeräte
- Großes Kino für Ihr Publikum: Einsatz von Interaktionen und Rich Media
- In Ihrem Look: Branding-Optionen
- Wenig Administrationsaufwand: Registrierung, Teilnahme und Auswertung in einer Plattform



### Quellen:

Content Marketing Institute (2014): B2B Content Marketing Research 2014, Brightcove.

Britton, Shelby (2014): The Content Marketer's Guide to Webinars, ebook unter: [https://onlineevents.adobeconnect.com/\\_a655548740/webinarguide/](https://onlineevents.adobeconnect.com/_a655548740/webinarguide/)

Montgomery, Sylvia (2014): Why Should Webinars Be a Part of Your B2B Content Marketing Strategy? Aufrufbar unter <http://www.hingemarketing.com/blog/story/why-should-webinars-be-a-part-of-your-b2b-content-marketing-strategy>

Die reflect AG ist offizielles **Adobe Connect Competence Center** und damit zentraler Ansprechpartner für Kunden, Interessenten und Partner in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Bereits seit 2006 sind wir als Adobe Solutions Partner tätig und beraten und begleiten Kunden wie Hapag-Lloyd, Deutsche Börse, Akademie Deutscher Genossenschaften und Haufe-Lexware bei der Implementierung, Anpassung, Integration und Nutzung von Adobe Connect.

Das **Adobe Connect Competence Center** berät und begleitet Sie gerne bei allen Fragen zu:

- Einsatzfeldern und Funktionsumfang
- Customizing und Erweiterungen
- Integrationsmöglichkeiten in Ihre IT-Umgebung
- Schulungen und Beratung
- Lizenz-Modellen