



LES SECRETS DE LA RÉUSSITE DE VOS WEBINARS EN 6 ARTICLES CLÉS !



“

Merci d'avoir téléchargé ce livre blanc. C'est une récompense pour notre équipe qui s'anime au quotidien pour améliorer l'expérience des audiences en vidéo Live. Puisque c'est bien de cela qu'il s'agit : tous les participants doivent être au centre de notre attention pour qu'un lien fort se crée entre vous et eux.

Avec les webinars, vous avez à votre disposition un outil fantastique pour communiquer et interagir avec vos clients, vos salariés, vos réseaux...

Pour vous aider à vous lancer ou à améliorer vos pratiques, nous avons sélectionné pour vous les meilleurs articles de notre blog et partageons ainsi notre expérience et nos trucs et astuces.

Vous verrez, un webinar c'est spécial, parce que c'est en live ! Lancez-vous !

Bonne lecture,

Twitter : @laurentjanolin
Linkedin : /laurentjanolin/



Laurent Janolin
Fondateur de Live Session

”



SOMMAIRE

LES ÉVÉNEMENTS VIRTUELS, LE FUTUR DE L'ÉVÉNEMENTIEL ? p.4

METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DE WEBINAR POUR MON ENTREPRISE p.7

CHOISISSEZ VOTRE MODE DE DIFFUSION POUR VOS WEBINARS p.10

LES 5 SECRETS POUR RÉUSSIR VOS WEBCASTS p.13

10 MEILLEURES PRATIQUES POUR AUGMENTER LA PARTICIPATION À VOS WEBINARS p.16

MYLIVESESSION WEBINAR : VOTRE INTERFACE CLIENT p.19





ARTICLE 1

LES ÉVÉNEMENTS VIRTUELS, LE FUTUR DE L'ÉVÉNEMENTIEL ?

Webinar, webcast, diffusion live... les possibilités de participer à un événement à distance se multiplient ces dernières années. Est-ce le signe du déclin de l'événementiel physique, des salons, des congrès ? Ou le virtuel offre-t-il simplement une nouvelle dimension à l'événement ? Live Session vous livre son point de vue sur la question.

LES AVANTAGES DES ÉVÉNEMENTS VIRTUELS

Les événements virtuels, que ce soit des diffusions en direct d'un événement physique ou des diffusions 100% virtuelles comme des webinars ou des webcasts, possèdent de nombreux avantages. Les trois principaux sont l'acquisition d'une audience plus étendue, un retour sur investissement maximisé et un effort d'organisation amoindri.

> **Audience** : Il peut être délicat d'être présent physiquement à un événement, à cause de contraintes telles que la distance ou le manque de temps (ou une grève SNCF par les temps qui courent !). La possibilité d'assister à l'événement de façon virtuelle, à distance, augmentera votre audience. Un événement en présentiel qui aurait reçu trente personnes peut facilement en accueillir une centaine de plus à distance, qui n'auraient pas pu se déplacer.

> **Retour sur investissement** : Du fait de l'audience étendue, votre retour sur investissement est optimisé. En organisant un seul événement physique, vous touchez une audience nationale voire internationale grâce à sa diffusion live. De plus, ce sont des personnes qui n'auraient certainement pas manifesté leur intérêt si l'événement ne leur était pas accessible. Vous pouvez ainsi identifier de nouvelles cibles potentielles, intéressées par ce que vous proposez.

> **Organisation** : L'organisation d'un événement physique est coûteux, en budget comme en temps de préparation. L'événement virtuel permet de faciliter l'organisation d'un événement, en réduisant les coûts et les moyens humains. Cela permet également d'éviter, pour toucher une audience nationale, de réaliser des événements dans plusieurs villes, grâce à la diffusion en direct d'un événement central. En mixant les formats (physique et virtuel), vous atteindrez un retour sur investissement maximal.

COMMENT RÉALISER UN ÉVÉNEMENT VIRTUEL ?

L'organisation d'un événement virtuel ne se fait pas en un claquement de doigts, même si elle demande moins d'efforts qu'un événement physique. Que ce soit pour une diffusion live ou un webinar, des technologies de qualité sont nécessaires.

Chez Live Session, nous proposons notamment une solution globale pour faciliter la réalisation d'un événement : la création d'un site web d'inscription, un accompagnement concernant le contenu et les animateurs, des solutions de streaming interactives, ainsi qu'un équipement de pointe. La diffusion peut se faire chez notre client (le cas le plus fréquent car il simplifie la vie des équipes clients), dans un lieu tiers (studio, hôtel, centre de conférence) ou dans notre studio.

Pour assurer une belle qualité de réalisation nous utilisons une régie mobile qui fournit un niveau de qualité vidéo très élevé, de bonnes prises son, des caméras avec cadrages multiples pour des réalisations multiplans et des solutions pour sécuriser la qualité de connexion (routeurs 4G ou connexions satellites).

Notre matériel est optimisé et performant, mais tout de même assez lourd : nous nous déplaçons souvent avec plus de 50 kilos de matériel pour chaque captation !

LE VIRTUEL VA T-IL REMPLACER LES ÉVÉNEMENTS PHYSIQUES ?

Notre point de vue va sans doute vous étonner, mais nous pensons que les événements physiques sont indispensables, et que le format virtuel ne les remplacera pas. Le contact humain est nécessaire et il est important de pouvoir régulièrement vivre des événements ensemble (et puis c'est toujours agréable de discuter autour d'un petit four et d'un bon verre de vin !).

Les événements physiques vont donc continuer leur développement, certainement de façon plus participative, personnalisée et engageante pour les personnes présentes.

En parallèle, le nombre d'événements virtuels va augmenter pour répondre au besoin de communiquer plus souvent et en direct avec des personnes contraintes par la distance. L'objectif aujourd'hui est de multiplier les événements live pour répondre à la demande des personnes, dans un format très interactif.

Les deux modalités peuvent être totalement complémentaires car elles répondent aux contraintes multiples et variées de vos cibles. De plus, le virtuel n'est pas un frein à la relation humaine : une diffusion live doit être un moment d'échange et de partage et elle est, dans les entreprises, souvent l'occasion de se réunir, "en vrai", pour la regarder ensemble.



ARTICLE 2

METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DE WEBINAR POUR MON ENTREPRISE

Plus puissant que la vidéo, le webinar permet une véritable interaction entre l'animateur et les participants. C'est une nouvelle modalité qui a parfaitement sa place au sein de votre stratégie de communication !

LES WEBINARS, NOUVELLE TENDANCE AU SEIN DES ENTREPRISES

Les webinars sont une modalité de plus en plus utilisée par les entreprises : elle est facile d'accès, sur n'importe quel support (ordinateur, tablette, mobile) et de n'importe quel endroit. Cela permet de réduire les coûts des entreprises liés à la logistique et les collaborateurs apprécient généralement les webinars et leur interactivité.

Généralement, les webinars en entreprise sont mis en place pour un usage interne. L'équipe de direction peut souhaiter : faire le bilan de l'année passée, remercier ses collaborateurs, exposer les perspectives pour le semestre à venir, présenter une nouvelle offre aux commerciaux, faire des points réguliers avec des collaborateurs en mobilité sur le terrain (commerciaux, délégués, etc).

Les webinars en usage externe permettent de communiquer sur de nouvelles offres, de nouveaux services et de mieux connaître sa cible. Ils sont souvent à destination de clients déjà acquis. Ces webinars externes sont moins fréquents (un ou deux par an) et tournent autour des sujets de l'entreprise.

LA STRATÉGIE DE WEBINAR MISE EN PLACE PAR LES ENTREPRISES

Plusieurs raisons peuvent pousser les entreprises à se tourner vers les webinars pour communiquer. Souvent, la mise en place d'une stratégie de webinars se fait dans un contexte de réorganisation de l'entreprise, qui entraîne un besoin de communiquer à ce sujet aux collaborateurs. C'est cette raison qui a poussé un de nos clients, leader mondial du conseil numérique, à mettre en place des webinars, et cela a été un succès auprès des chefs de projet qui ont apprécié ce support : aujourd'hui, cette entreprise en programme régulièrement autour de sujets variés.

Le fait d'avoir des filiales à l'étranger ou réparties sur le territoire est également une raison majeure pour la mise en place de webinars, afin de créer du lien entre les équipes et de rester en contact malgré la distance.

Par ailleurs, un célèbre groupe brassicole a décidé de mettre en place des webinars en interne afin de communiquer sur un programme commercial, afin de faire régulièrement le point sur les résultats. Les webinars complètent donc les séminaires en présentiel organisés à cette occasion.

Contrairement aux précédents exemples, la compagnie pharmaceutique avec laquelle nous collaborons a créé une stratégie de webinars à destination des professionnels de santé. Elle diffuse ainsi des webinars sur des sujets d'actualité dans le domaine médical.

Dans l'absolu, les webinars se passent bien pour nos clients et ces derniers ont de bons retours de leur cible, qu'elle soit interne ou externe. Nous peaufinons au fur et à mesure les webinars, afin de les rendre les plus pertinents et interactifs possibles.

L'ACCOMPAGNEMENT STRATÉGIQUE DE LIVE SESSION

Chez Live Session, nous ne fournissons pas de stratégie à proprement parler, mais nous délivrons régulièrement des conseils à nos clients, en terme d'animation, d'activités, de durée, de satisfaction... Nous les accompagnons afin que leur événement digital soit le plus efficace.

Voici nos principaux conseils, que nous vous exposons en exclusivité :

- > **Durée** : évitez de dépasser une heure de webinar, au risque de voir votre taux de connexion baisser. Nous conseillons une durée de 45 à 60 minutes.
- > **Plage horaire** : en général, préférez programmer vos webinar vers 11h ou en début d'après-midi, plutôt en milieu de semaine si vous souhaitez avoir un bon taux de participation. Bien sûr, connaître sa cible est le plus important, afin de savoir exactement quand elle est disponible. Les webinars le soir sont généralement à proscrire, mais pour des audiences peu disponibles en journée (des médecins par exemple) ce peut être un très bon choix.
- > **Animation** : essayez d'utiliser des supports vidéo ou de faire des démonstrations en live afin de rendre le webinar attractif. Le fait d'avoir deux animateurs peut rendre le webinar beaucoup plus dynamique.
- > **Interaction** : Les logiciels de webinar proposent des quiz et des sondages, nous conseillons de les utiliser pour faire interagir votre audience, en début ou milieu de webinar. Si le webinar apporte des informations spécifiques, n'hésitez pas à tester la compréhension de vos collaborateurs afin d'apporter, si besoin, des éléments complémentaires après le quiz.
- > **Questions/réponses** : prenez un temps spécifique, au milieu ou à la fin de votre webinar, pour répondre aux questions de votre audience. Cela vous évitera de vous perdre durant votre présentation.
- > **Évaluation** : Live Session peut vous fournir un questionnaire d'évaluation à intégrer directement dans la salle virtuelle ou sous forme de lien cliquable. N'hésitez pas à l'ajouter également à votre e-mail de remerciements, afin d'avoir les retours des participants à chaud et à froid.



ARTICLE 3

CHOISISSEZ VOTRE MODE
DE DIFFUSION POUR VOS
WEBINARS

Nous en parlions dans un précédent article, nous avons mis au point une interface pour faciliter l'administration de vos webinars -> Mylivesession Webinar. En plus de l'administration de votre événement et son organisation, il y a aussi sa diffusion à prendre en compte. La question est simple, vous voulez faire un webinar, mais sur quel support votre audience va-t-elle voir le live ?

1. DIFFUSION VIA L'INTRANET

Pour des webinars en interne avec une audience importante, la solution de diffusion c'est l'intranet ! Il permet de ne pas utiliser la bande passante de l'accès Internet de l'entreprise pour la diffusion du live qui est souvent bien moins importante que le débit de votre intranet mais aussi d'avoir un event ultra sécurisé puisque tout est géré en interne.

> **Contraintes ?** Ce type de diffusion nécessite une équipe IT et de développement au sein de l'entreprise qui puisse gérer l'intégration et le réseau.

Attention ! Vous restez aussi seul responsable de la qualité de la diffusion.

L'intervention de LI>E SESSION

Nous proposons de mettre à disposition de votre équipe IT, le flux vidéo de l'événement au format RTMP ou HDMI avec des niveaux de résolutions adaptés à la performance de votre réseau interne. Il ne restera plus qu'à intégrer ce flux sur l'une des pages de votre Intranet. Nos experts vous fournissent le matériel nécessaire et vous restez maître de l'usage de votre réseau.

2. DIFFUSION VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX

Vous souhaitez faire un webinar public avec une diffusion très large ? Les réseaux sociaux peuvent être la solution. C'est l'occasion d'impressionner votre audience en utilisant des outils en vogue pour vos communications. Il est même possible de diffuser votre live sur plusieurs réseaux en même temps !

> **Contraintes ?** Avec une audience répartie sur plusieurs plateformes, le contrôle et la modération des interactions requièrent une mobilisation importante et une coordination aux petits oignons !

Si la diffusion se fait via Facebook, elle pourra se faire uniquement sur le site événementiel et sur ce réseau. Il n'est en effet pas possible de le faire sur d'autres réseaux lorsque l'on passe par Facebook.

L'intervention de LI>E SESSION

Nous vous proposons une technologie à intégrer sur les réseaux sociaux pour lancer des diffusions directement dessus et sur plusieurs interfaces en même temps.

3. DIFFUSION VIA UNE PLATEFORME MÉTIER

On entend par plateforme métier, un site déjà existant sur lequel une audience a l'habitude de naviguer (par exemple votre site distributeur). Cette diffusion est intéressante pour s'adresser à une cible spécifique. Elle requiert un développement léger de votre part puisque notre solution simplifie l'intégration des composantes du webinar.

> **Contraintes ?** Vous ne disposez pas de toutes les fonctionnalités de notre interface Mylivesession Webinar pour faciliter la publication et l'accès au replay, par exemple.

L'intervention de LI>E SESSION

Nous vous mettons à disposition en format iframe, l'ensemble des composantes du live (player, tchat interactif) et le formulaire d'inscription. Les emails de notifications et la console de pilotage sont gérés par notre solution.

Parce que nous vous réservons le meilleur pour la fin, voici, selon nous, la meilleure solution pour la diffusion de vos webinars !

4. DIFFUSION VIA UN SITE ÉVÉNEMENTIEL

C'est la première solution que nous vous proposons lors d'un projet webinar ! La création de votre propre mini-site via notre interface Mylivesession Webinar vous permet de créer un événement unique ou plusieurs dans l'année selon vos besoins, de manière sécurisée et simplifiée.

L'intervention de LI>E SESSION

L'interface Mylivesession Webinar et le mini site sont faciles et fonctionnels. Ils ne nécessitent aucune ressource techniques de votre part : ce sont nos experts qui s'occupent de tout ! C'est la solution la plus rapide à mettre en oeuvre pour déployer une offre qui étonnera votre audience !

> **Contraintes ?** Pour être franc, on cherche encore ! Mais si vous voulez tester notre solution et nous dire si vous en voyez, nous sommes à votre écoute ?

Si vous voulez en savoir plus sur notre offre webinar vous pouvez vous rendre sur notre page dédiée. Et si vous voulez voir à quoi ressemble un webinar, rendez-vous sur notre site dédié.



ARTICLE 4

LES 5 SECRETS POUR RÉUSSIR VOS WEBCASTS

L'équipe de Live Session partage ses expériences et vous livre ses tips pour réussir vos webcasts, dès votre premier événement. Cette technologie vous semble compliquée, vous ne savez pas vraiment ce qu'est un webcast ? Quand vous aurez découvert nos cinq secrets, vous verrez que tout est faisable !

QU'EST-CE QU'UN WEBCAST ?

Tout d'abord, l'interface du webcast est composée d'un flux vidéo diffusé en live avec des diapositives, et d'un flux d'échanges dans lequel les internautes peuvent poser leurs questions, répondre à des sondages, etc.

Vous vous demandez peut-être quelle est la différence entre webcast et webinar. Il faut savoir que le webcast est la diffusion par le web d'événements, en haute qualité, avec la diffusion d'un message descendant, dont le challenge est de le rendre interactif. La première entreprise à avoir mis en place les webcasts est Apple, qui diffusait en streaming ses conférences. Le webinar est la contraction de "web-seminar", c'est-à-dire une conférence par internet avec des outils de web-conférence. Cela permet d'avoir un format très interactif, avec des moyens instantanés d'échanges, de partages, de collaborations.

Avec le webcast, un replay est disponible tout de suite après l'événement. Il est complémentaire au live, car il permet d'étendre l'audience du webcast pendant les mois qui suivent l'événement.

COMMENT RÉUSSIR UN WEBCAST ?

Secret n°1 : Une organisation sans faille

Un webcast est avant tout un événement de communication, même s'il est diffusé sur le web. Il est donc important de gérer tous les détails, que ce soit sur le déroulé de l'inscription, la répartition des rôles le jour J, le message à faire passer à l'audience, les différentes interventions, etc. Tout doit être préparé et nécessite une grande organisation. Nous vous conseillons de désigner une personne de votre équipe qui sera dédiée à la gestion du projet et la mise en place de cet événement. Les intervenants ne doivent pas être oubliés : il est nécessaire de bien les briefer, de faire des répétitions, de s'assurer de leur confort afin que leur intervention soit réussie. Votre planning de communication et votre processus d'inscription doivent être sans faille pour vous assurer un bon taux de participation. Avec une organisation parfaite, votre événement sera réussi du premier coup !

Secret n°2 : Une mobilité de tous les instants

Pour que tout le monde se sente à l'aise, il est important d'organiser la diffusion dans un lieu agréable. Certes, un studio fournit une grande qualité, mais peut mettre la pression aux intervenants lors du webcast. Il vaut mieux réaliser le tournage dans un endroit que vous connaissez, dans lequel vous avez vos repères et où vous pouvez facilement réunir vos équipes. Le lieu de tournage doit être confortable pour tous. Votre solution technique doit donc permettre cette mobilité, avec une bonne connexion internet, une technologie légère (et tout de même performante !), un audio et une vidéo de qualité.

Secret n°3 : Permettre l'intervention d'experts à distance

Tout l'intérêt d'un webcast réside dans le choix des intervenants. L'audience vient pour les écouter, votre choix ne doit donc pas être fait en fonction de contraintes logistiques. La technologie Duplex, utilisée par Live Session, permet des échanges avec des intervenants à distance. Cela enlève le frein à la participation d'experts, qui n'auraient pas pu se déplacer pour votre événement. Leur présence à distance apportera une vraie valeur ajoutée à votre webcast.

Secret n°4 : Jouer du contenu enrichi

La richesse d'un webcast réside dans sa capacité à être en contact avec les intervenants. Plusieurs outils peuvent être mis en place pour faciliter l'interactivité : des sondages pour questionner l'audience et adapter votre contenu, et le chat qui permet de recueillir les questions des internautes et animer le webcast. Les réseaux sociaux et les sms sont d'autres solutions communes pour recueillir les réactions de l'audience. Les modes d'interaction seront choisis selon les objectifs de votre webcast. Ils apportent une richesse exceptionnelle car cela permet d'apporter des réponses complémentaires aux internautes, d'après leurs besoins. L'interactivité et le contact entre les internautes et les intervenants est la clé de la réussite de votre webcast.

Secret n°5 : Faciliter la participation

Il peut y avoir un grand nombre de freins pour les internautes. Il est donc nécessaire de faciliter leur participation au webcast à chaque étape du processus d'inscription et de connexion. Il doit être accessible et sans ambiguïté, avec une connexion possible depuis n'importe quel appareil. Vous devez être certain que le jour J, tout fonctionne correctement. Nous vous conseillons de mettre en place un support téléphonique qui sera disponible si les internautes rencontrent un problème durant le processus d'enregistrement ou de connexion : ne vous limitez pas aux pages d'aide ou aux FAQ ! Un contact téléphonique humain rassurera votre audience, en l'aidant à dépasser ses freins. Votre public doit être dans des conditions positives pour profiter un maximum du webcast.

Nous vous avons livré tous nos conseils pour réussir vos webcasts ! Pour un accompagnement personnalisé avec une solution technique complète, n'hésitez pas à faire appel à notre équipe pour la réalisation de votre webcast.



ARTICLE 5

10 MEILLEURES PRATIQUES POUR AUGMENTER LA PARTICIPATION À VOS WEBINARS

Le webinar fait aujourd'hui partie des leviers marketing les plus performants, notamment en BtoB. Pourtant, quand une entreprise investit dans l'organisation d'un webinar, elle passe à côté d'actions simples ou de petits détails qui augmentent le nombre de participants. Découvrez les 10 meilleures pratiques des experts Live Session pour promouvoir efficacement vos webinars et augmenter le nombre de participants !

1. LA SIMPLICITÉ D'USAGE

Il doit être facile pour les participants de s'inscrire et de se connecter à votre webinar. Le site d'inscription doit être ergonomique, avec un parcours utilisateur intuitif pour s'inscrire en quelques clics. N'oubliez pas de tester le lien du webinar avant le jour J, pour éviter tout problème technique. Mettez en place une hotline dédiée afin de guider les participants ne réussissant pas à participer à votre webinar.

2. LE JOUR ET L'HORAIRE

En général, il est conseillé de réaliser vos webinars en semaine, plutôt le mardi ou le jeudi, en fin de matinée ou dans l'après-midi. Évitez à tout prix d'en faire le week-end au risque d'avoir peu d'inscrits ! Quant à l'envoi de vos invitations, les participants s'inscrivent souvent une semaine avant l'événement : 2 voire 3 semaines avant le webinar semble donc être le bon timing pour envoyer votre première invitation.

3. LA LANDING PAGE

La landing page est essentielle pour pousser les internautes à s'inscrire à votre webinar. Les informations fournies doivent être rapides à lire et à comprendre, et convaincre en quelques secondes de l'intérêt de votre webinar.

Vérifiez que votre landing page réponde à ces 5 questions :

Qui ? Présentez les animateurs avec une photo et une courte biographie.

Quand ? La date et l'horaire de votre webinar est l'un des critères les plus importants, alors ne l'oubliez pas ! Ajoutez également la durée.

Comment ? Expliquez aux internautes comment s'inscrire et participer au webinar. Intégrez un formulaire d'inscription directement sur la landing page. Proposez également à vos inscrits d'ajouter l'événement à leur agenda et de tester leur équipement.

Quoi ? Donnez envie aux participants de suivre votre webinar en leur expliquant ce qu'ils vont y apprendre grâce à un sommaire ou une description courte.

Pourquoi ? Donnez des raisons aux utilisateurs pour les convaincre de participer à votre webinar. Il doit leur apporter une véritable valeur ajoutée.

4. LES RÉSEAUX SOCIAUX

La promotion de votre webinar via les réseaux sociaux est indispensable. Sa diffusion sur Facebook, Twitter ou encore LinkedIn augmentera significativement la portée de votre webinar.

Publiez régulièrement des messages sur vos différents réseaux sociaux afin de capter un maximum d'audience, et partagez votre webinar sur les groupes Facebook et LinkedIn associés. Sur Facebook et Twitter, vous pouvez également changer votre photo de couverture pour mettre en avant votre webinar. Pensez à épingler la publication d'annonce du webinar afin que les internautes trouvent facilement le lien d'inscription ou ajoutez un bouton "inscription" sur Facebook.

5. LA NEWSLETTER

Les personnes inscrites à votre newsletter sont généralement intéressées par vos services : il est donc facile de les convaincre de participer à votre webinar. Envoyez une première newsletter d'invitation 2 à 3 semaines avant l'événement, puis réitérez chaque semaine à l'attention des personnes ne s'étant pas déjà inscrites. N'oubliez pas d'envoyer un rappel d'inscription une semaine et un ou deux jours avant aux inscrits. Nous aimons également bien proposer un rappel de dernière minute (email et/ou SMS) pour faire penser aux inscrits qu'il est l'heure de se connecter !

6. LES SIGNATURES D'E-MAILS

Vous envoyez sûrement régulièrement des e-mails à vos clients ou à vos prospects. En intégrant une bannière ou un call-to-action vers votre site d'inscription à votre signature électronique, vous pourrez toucher de nombreux utilisateurs déjà intéressés par vos services ou vos produits. Demandez à vos collègues et intervenants de faire de même (et ça peut-être fait pour l'ensemble des salariés par le service informatique). Le fait de voir régulièrement votre signature incitera vos contacts à cliquer dessus.

7. LE SITE WEB

Mettez à profit votre site web pour promouvoir votre webinar : si vous avez un blog, n'hésitez pas à rédiger un article présentant votre webinar et son intérêt. Vous pouvez également ajouter temporairement un onglet "Webinar gratuit" dans votre menu afin de le rendre visible de tous vos visiteurs. Une fenêtre pop-up peut être mise en place durant la promotion de votre webinar, en invitant les visiteurs à s'y inscrire.

8. LE RELAIS D'INFLUENCEURS

Vous pouvez mettre en place des partenariats avec des blogueurs ou des experts influents dans votre secteur d'activité, afin de relayer votre webinar. Cela vous permettra de toucher une nouvelle audience, déjà intéressée par votre domaine d'activité. C'est une des meilleures solutions pour augmenter drastiquement le nombre de participants à votre webinar. N'oubliez pas également de demander aux intervenants et à vos collègues de transmettre l'information sur leurs propres profils !

9. L'INVITATION D'EXPERTS

De la même façon que le relais d'influenceurs, le fait d'inviter d'autres experts au sein de votre webinar boostera sa portée, surtout s'ils communiquent également sur ce webinar. Des témoignages ou des interviews d'autres experts, même de courte durée, augmenteront naturellement votre audience.

10. LA PUBLICITÉ

Sur Google comme sur les réseaux sociaux, la publicité est un bon moyen de booster votre visibilité si vous avez du budget à consacrer à votre événement. Le ciblage fourni par Facebook ou Google Adwords est idéal pour toucher une audience réceptive à votre offre. Avec une illustration, un titre et un contenu pertinent et attractif, vous pouvez facilement doubler voire tripler votre nombre d'inscrits !

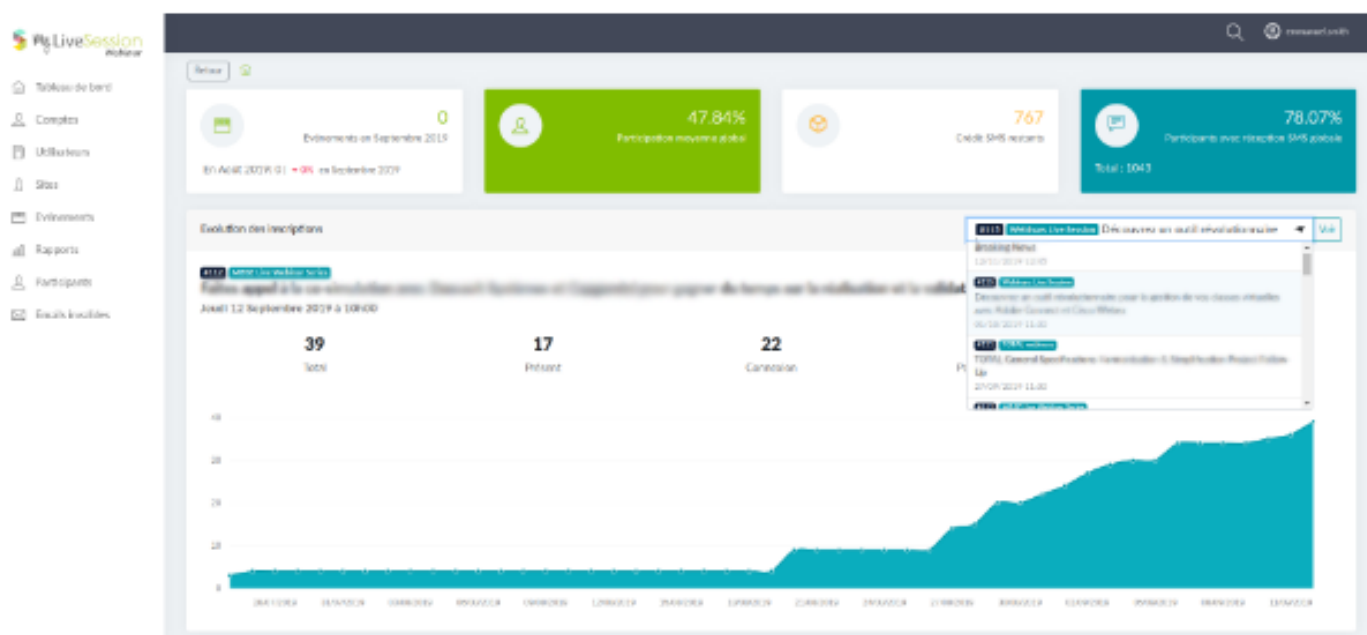
Bien sûr, ces conseils sont à adapter à votre propre audience et le sujet que vous traitez ! Dans tous les cas, les comportements changent avec le temps, une vérité aujourd'hui n'en sera pas une demain. Alors essayez, osez, faites varier vos pratiques pour augmenter sans cesse le nombre de participants à vos événements en ligne !



ARTICLE 6

MYLIVESESSION WEBINAR : VOTRE INTERFACE CLIENT

Vous cherchez plus d'autonomie durant la préparation de vos webinars ? Live Session vous donne la main sur des fonctionnalités essentielles pour gérer votre événement et cela grâce à l'interface gestionnaire client de Mylivesession Webinar !



A QUI S'ADRESSE L'INTERFACE DE MYLIVESESSION WEBINAR ?

A tous nos clients de la gamme événementiel de notre Solution Webinar ! Si vous avez souscrit à une de nos solutions « event » vous pourrez avoir cet accès, il n'y a pas de restrictions ni de préférences ! C'est gratuit et compris dans votre offre ! Ce serait bête de s'en priver !

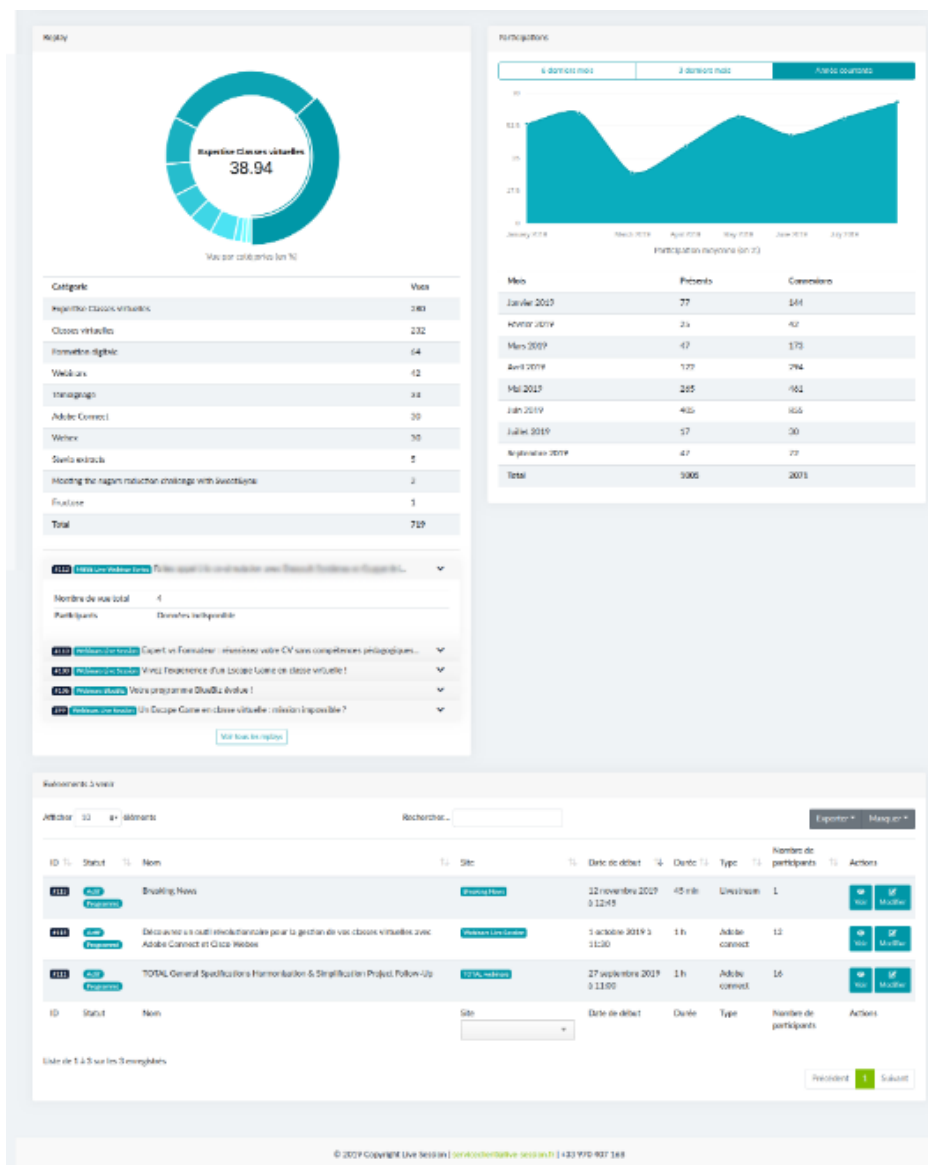
QUEL EST LE BUT DE CETTE INTERFACE ?

C'est très simple, le but, c'est que nos clients puissent se sentir libre de piloter leurs événements comme ils le souhaitent ! Pas de contrainte pour rentrer en contact avec un membre de notre équipe ou de devoir attendre que l'on soit disponible ! Vous pouvez effectuer diverses modifications quand vous le souhaitez comme bon vous semble.

QUELLES SONT LES FONCTIONNALITÉS DE L'INTERFACE MYLIVESESSION WEBINAR ?

Pour vous en citer quelques unes, vous avez accès au tableau de bord de votre événement, qui comprend :

- > Suivi de vos inscriptions
- > Suivi de vos événements à venir
- > Chiffres clés : nombre de participants, taux de participation moyen...
- > Logistique des participants : édition de profil, renvoi des invitations, suppression...



ET POUR LE RESTE ?

Etre autonome c'est bien, mais avoir l'esprit tranquille c'est encore mieux ! C'est pourquoi, Live Session s'occupe de tout le reste !

Avec notre offre évènementiel vous pourrez bénéficier de nos années d'expérience dans le domaine pour :

- Réaliser le mini-site de votre évènement
- Envoyer les invitations à vos participants
- Gérer les rappels
- Fournir un rapport détaillé suite à votre évènement
- Assurer la captation le jour J
- Conseiller sur les bonnes pratiques lors de l'enregistrement de la vidéo
- Et encore bien d'autres...

Contactez-nous !


 +33 970 407 907


 commercial@live-session.fr

 www.live-session.fr



 Pour retrouver l'ensemble de nos actualités !

 Pour connaître nos webinars et suivre nos nouveautés !

 Pour découvrir notre vie d'entreprise plus en détail !

