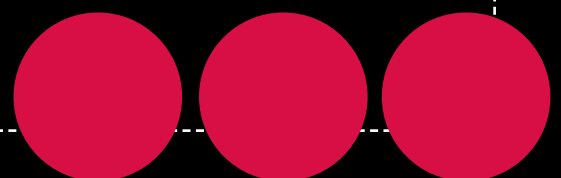




# Webinare

Erfolgreich  
B2B Leads  
gewinnen.

März 2021



# Warum Webinare

Elena



Auf das qualitativ hochwertige Umfeld kommt es an – Context Matters. Hervorragende Inhalte sind das beste Werbeumfeld und wichtiger als die Personalisierung.



## KUNDENBINDUNG UND -GEWINNUNG

Webinare sind persönlicher als E-Mails oder Telefonate und helfen, die Bindung zu KundInnen zu vertiefen. Durch das Pflegen von Kundenbeziehungen können Stammkunden geschaffen werden, die für Umsatz sorgen.



## PRODUKTPRÄSENTATION

Erklärungsbedürftige und komplexe Produkte können der gewünschten Zielgruppe nähergebracht werden.



## FACE-TO-FACE KONTAKT ZUR ZIELGRUPPE

Webinare ermöglichen es, mit Ihrer Zielgruppe in direkten Kontakt zu treten und deren Wünsche, Bedürfnisse und Haltung zu bestimmten Themen abzufragen.



## LEADGENERIERUNG

Webinare sind super zur Leadgenerierung geeignet. Laut dem Content Preferences Survey Report 2019 wären 63 % der potentiellen B2B-Käufer dazu bereit, persönliche Daten preiszugeben, um an einem Webinar teilzunehmen<sup>1</sup>.



## ZEIT- UND ORTSUNABHÄNGIGE WEITERBILDUNG

Gerade durch die Corona-Krise bekommen Alternativen zu „Vor-Ort-Veranstaltungen“ eine zunehmende Bedeutung.



## MÖGLICHKEIT ZUM AUSTAUSCH

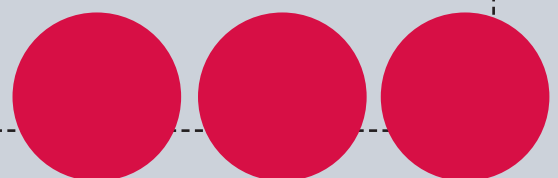
Verschiedene Standpunkte der TeilnehmerInnen zu bestimmten Themen können vorgetragen und diskutiert werden. Der Austausch in der Branche wird gefördert.



## LIVE UND ON-DEMAND

TeilnehmerInnen können sich das Webinar live anschauen, aber auch im Nachgang auf die Aufzeichnung zugreifen.

<sup>1</sup>Content4Demand (C4D), ON24 (2019): 2019 Content Preferences Survey Report; Growing Demand For Credible And Concise Content Reinforces Need For Research And Relevancy In B2B Messaging, <http://view.ceros.com/g3-communications/dg096-surv/p/1>



Lea



Mit unseren Pro-Tipps geben wir unsere Erfahrungen und Learnings an Sie weiter.



## DIE PERFEKTE PLANUNG

### Die beliebtesten Wochentage

Dienstag, Mittwoch und Donnerstag

### Die beste Zeit

Vormittags oder kurz vor Feierabend

### Die durchschnittliche Dauer

60 - 90 Minuten



## DIE REFERENTEN

### Briefing an die ReferentInnen

Ausführliches Briefing der ReferentInnen bzgl. Technik und (Webinar-)Didaktik ist wichtig.

### Anzahl der ReferentInnen

Max. 2 - 3 ReferentInnen, damit alle ausreichend Gehör finden.



## DIE TECHNIK

### Schritt-für-Schritt Anleitung

Sowohl den TeilnehmerInnen, als auch den ReferentInnen eine ausführliche Schritt-für-Schritt-Anleitungen zur Nutzung des Webinar-Tools zur Verfügung stellen.



## DER ABLAUF DES WEBINARS

### Einleitende Fragen

Für eine rege und interaktive TeilnehmerInnen-Diskussion sind Fragen zu Beginn hilfreich.

### „Notfall“-Fragen vorbereiten

Falls die TeilnehmerInnen-Diskussion schwer in die Gänge kommt.

### Teaservideo im Vorfeld

Gibt Einblick in den zu erwartenden Webinarianhalt.

### Inhalte mit konkretem Nutzwert

Checklisten, Handlungsanleitungen, „10 Schritte zu...“, Handouts kommen gut bei den TeilnehmerInnen an.

### Vortrag vs. Gruppendiskussion

Je interaktiver das Webinar und das Thema gestaltet sind, desto weniger TeilnehmerInnen zulassen.

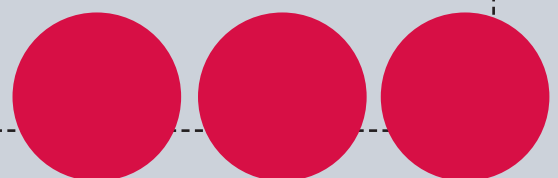
### Interaktion ist wichtig

Die TeilnehmerInnen mit kleinen Umfragen, einem Quiz oder einer Abstimmung mit einbeziehen, damit sie am Ball bleiben.

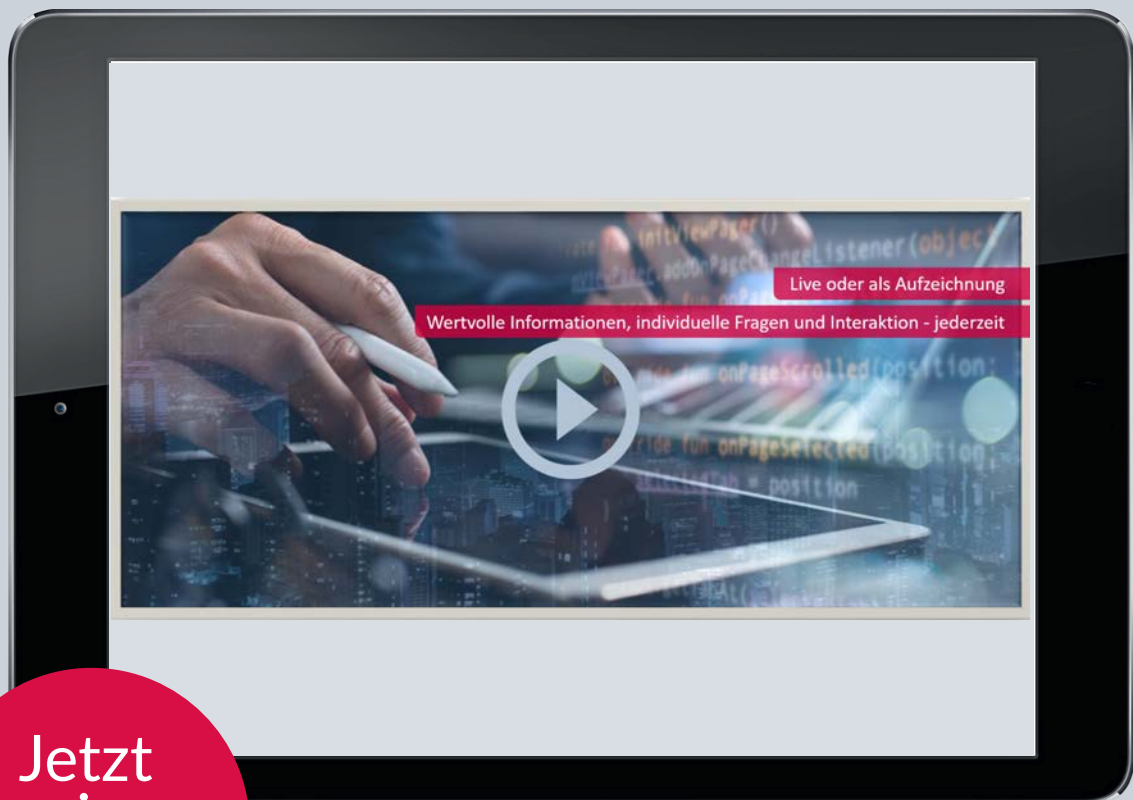


## DER GELUNGENE ABSCHLUSS

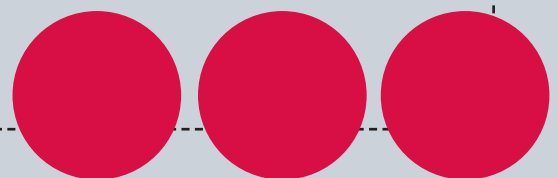
Aufzeichnung des Webinars und Unterlagen im Nachgang zum „Nachlesen“ als Download bereitstellen.



# Best Practice Video



Jetzt  
rein-  
schauen

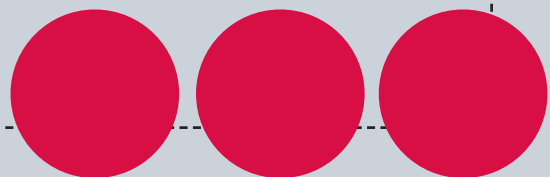


# Best Practice

## ZIELGRUPPE HANDWERK

GESUNDHEITSOFFENSIVE

- Webinarreihe mit 3 gratis Webinaren
- Themen: Gesundheitstage im Betrieb; Betriebliches Gesundheitsmanagement; Psychische Gefährdungsbeurteilung
- Veranstalter: **handwerk magazin & IKK classic**



# Best Practice

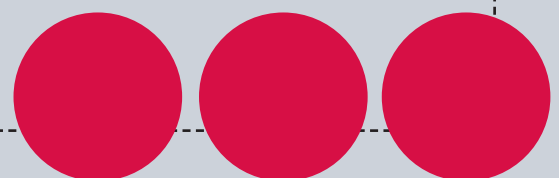
## ZIELGRUPPE HOTELLERIE

Mein Tophotel – Hybride Events

- Gratis Webinar
- Themen: Hybride Events in der Tagungshotellerie
- Veranstalter: **Mein Tophotel**



160  
Anmeldungen



Rebecca



# Sponsor werden



Gerne stimmen wir unser Angebot individuell auf Ihre Wünsche ab! Es gibt (fast) nichts, was es nicht gibt!



## VORTEILE

**Nennung als Kooperationspartner** in allen Marketingmaßnahmen und während der Veranstaltung.

**Neue Kunden** und neue Zielgruppen erschließen.

**Hohe Reichweite** durch reichweitenstarke Marketingmaßnahmen

**Nachhaltige Reichweite/Kundenkontakte** durch OnDemand-Angebote der Aufzeichnungen.

**Direkter Kontakt zur Zielgruppe** z.B. in Form von Feedback und Abstimmung während der Webinare.



## UNSERE LEISTUNGEN

**Konzepterstellung** eines/einer Webinar(reihe) in Kooperation.

**Technische Umsetzung** mit einem Webinar-Tool, Produktion und Betreuung des Live-Webinars.

**Kommunikation und Briefing** mit ReferentInnen.

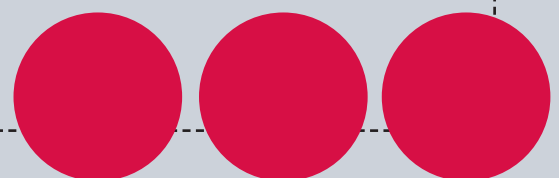
**Buchungs- und Anmeldeöglichkeit** für die TeilnehmerInnen über eine eigene Landingpage.

**Landingpage** (von der Anmeldung, über TN-Leitfaden, Reminder, Nachfass, etc.)

**Logo-Einblendung** und Erwähnung des Kooperationspartners während des Webinars und während der Bewerbung.

**Bereitstellung von Marketingmaterial** (Bilder, Texte, etc.) für die eigene Bewerbung durch den Kooperationspartner.

**Teilnehmerdaten**, aufbereitet und nach Möglichkeiten qualifiziert.



# Kontakt



## JETZT KONTAKT AUFNEHMEN UND BERATEN LASSEN.

Team Digital Sales  
Telefon +49 8247 354-225  
Mailverteiler\_Digital\_Sales@holzmann-medien.de

**Holzmann Medien** wurde 1936 gegründet und zählt heute zu den 50 größten Wirtschafts- und Fachverlagen in Deutschland. Ein klassisches Familienunternehmen eben - in dritter Generation. Wir gestalten Leitmedien für die Bereiche **Handwerk, Bau, Cleaning, Fleischbranche, Health** und **Hotellerie**.

Wir bieten Qualitätsmedien mit absolutem Mehrwert und Nutzwert in allen gewünschten Varianten: Zeitung und Zeitschriften, Bücher, Webseiten, Newsletter, Social Media, Podcasts, Events/Veranstaltungen/Workshops/Seminare, Webinare, Lernmittel und individuellen Specials.

Mehr Infos unter: [www.holzmann-medien.de/digital](http://www.holzmann-medien.de/digital)

