Was ist die beste Möglichkeit ein Webinar zu bewerben?

Webinare sind eine sehr effiziente Methode zur Interessenten- und Kundengewinnung. Sie lassen sich für jede Branche einsetzen und können mit einigen Vorteilen im Vergleich zur klassischen Kalt-Akquise punkten.

Sie erreichen mit einem Webinar eine große Anzahl hoch interessierter Menschen – sonst hätten sich diese nicht zu Ihrem Webinar angemeldet. Dabei sparen alle Beteiligten enorm viel Zeit und Geld, denn niemand muss mehr irgendwo hin reisen – Sie treffen sich einfach online und können gleich mehreren Interessenten Ihre Präsentation vorstellen.

Natürlich wollen Sie, dass in Ihrem Webinar so viele Interessenten wie möglich anwesend sind. Wie bewerbe Sie Ihr Webinar also am besten, um möglichst viele potenzielle Kunden zu erreichen?

Wie Sie Ihr Webinar am besten promoten

Ab wann sollte die Bewerbung Ihres Webinars starten?

Da weder Sie noch die Teilnehmer eine Anreise einplanen müssen, können Sie zu einem etwa 60 minütigen Webinar ruhig etwas kurzfristiger einladen. Unsere Erfahrung zeigt zudem, dass bei langfristigen Einladungen die Gefahr steigt, dass einige Interessenten nicht dabei sein können, weil etwas anderes dazwischen kommt. Viele zögern einfach auch, sich schon einige Wochen vorher für ein Webinar anzumelden.

Unser Tipp: Beginnen Sie ca. 10 bis 12 Tage vor dem Webinar Ihre direkten Kontakte einzuladen.

Was sollte eine Webinar-Einladung beinhalten?

Die Einladung zum Webinar sollte möglichst aussagekräftig sein mit den wichtigsten Eckpunkten. Das gehört unbedingt in eine Webinar-Einladung:

- Termin
- Uhrzeit
- Thema
- Wer spricht
- An wen sich das Webinar richtet
- Ganz wichtig: Eine Antwort auf die Frage: „Was bringt mir die Teilnahme an diesem Webinar?“

Versuchen Sie präzise zu sein – versprechen Sie aber nichts, was Sie dann nicht halten können. Die Einladung sollte aber auch nicht zu lang werden. Verweisen Sie hier auf eine entsprechend Landingpage für weitere Informationen, wo sich die Interessenten mit Ihrer eMail-Adresse anmelden können. So sammeln Sie mit Webinaren neue Leads für Ihre eMail-Liste.

Wie bewerbe ich ein Webinar am besten? 5 Wege:

1. Webseite – Ein Hinweise auf Ihrer Webseite mit Link zur Landingpage des Webinars sollte nicht fehlen.

2. Blog – Betreiben Sie einen Blog, sollten Sie einen kurzen Beitrag zum Webinar veröffentlichen.

3. Newsletter – Versenden Sie regelmäßig selbst einen Newsletter, sollten Sie hier unbedingt auch einen Hinweis auf Ihr Webinar an präsenter Stelle integrieren, um Ihre Abonnenten darüber zu informieren.

Haben Sie selbst noch keine große Liste, können Sie auch die Reichweite anderer nutzen und Ihr Webinar über andere Newsletter (mit der gleichen Zielgruppe wie Ihrer) promoten.

4. Foren und Fachcommunities – Beim bewerben Ihres Webinars in Foren & Co. sollten Sie darauf achten,d ass das Webinar als echter Mehrwert dargestellt wird – werben Sie nicht zu stark, sondern verweisen Sie lediglich darauf und geben Sie einen kurzen Hinweis. Sonst kann Ihr Post auch schnell wieder gelöscht werden.

5. Soziale Netzwerke – Sind Sie mit Ihrem Unternehmen auf Facebook, Xing oder anderen sozialen Netzwerken aktiv? Dann sollten Sie auch hier Ihre Reichweite nutzen und Ihr Webinar promoten. Das kann über einfache Statusmeldungen geschehen, Events, in Gruppen usw. Nutzen Sie die hier gegebenen Möglichkeiten, Ihr Webinar so vielen Menschen wie möglich zugänglich zu machen. Gerade in sozialen Netzwerken können über die Social Signals (Gefällt-Mir-Angaben, geteilte Inhalte, Kommentare, usw.) auch viele neue Kontakte informiert und erreicht werden.

Über die Autoren

Elisabeth & René Penselin

Elisabeth und René Penselin sind Gründer und Begleiter zahlreicher Unternehmensprojekte, die sie in den letzten 15 Jahren in unterschiedlichen Funktionen, ob als Geschäftsführer, Marketingleiter, Trainer, Unternehmensberater oder Vertriebsmanager erfolgreich unterstützt haben.

Ursprünglich kommt René Penselin aus der Betriebswirtschaft und dem klassischen Verkauf, wo er lange Jahre als Manager in Handel und Industrie tätig und für 24 Millionen Euro Umsatz verantwortlich war. Elisabeth Penselin kommt aus der Kommunikationspsychologie und spezialisierte sich schnell für das Onlinemarketing.

Sie selbst haben 2009 das Unternehmen WiPeC gegründet und von heute auf morgen komplett über das Internet aufgebaut. Mittlerweile gewinnen sie 80% Ihrer Kunden online, besitzen mehrere florierende Internet-Projekte, ein erfolgreiches Mitgliederprojekt sowie ein fünfköpfiges Mitarbeiter-Team.

Als Unternehmensberater, Trainer und Coaches unterstützen sie heute kleine und mittelständische Unternehmen sowie Freiberufler bei der Kundengewinnung im Internet – deutschlandweit, sowie in der Schweiz und Österreich.

Ihre Kunden schätzen zum einen ihren großen Erfahrungsschatz im Online Marketing und Verkauf, als auch ihre herausragenden und professionell ausgebildeten Beraterfähigkeiten, mit Kunden gemeinsam die passende Onlinestrategie zu entwickeln und dann auch in die Praxis umzusetzen.

Mit ihrem Team aus Social Media und Content Managern, IT-Experten und Webdesignern bieten sie die optimale strategische Beratung sowie deren professionelle Umsetzung für mehr neue Kunden über das Internet.

Kontaktieren Sie das WiPeC-Team!

Eine detailliertere Beschreibung der WiPeC-Dienstleistungen finden Sie auf ihrer Website www.kundengewinnung-im-internet.com.

Wenn Sie Fragen zu ihren Dienstleistung haben, dann rufen Sie das WiPeC-Team an unter 0351. 843 58 41 an oder schicken Sie ihnen eine E-Mail an info@wipec.de

Das Team freut sich, wenn sie auch Ihre Unternehmensentwicklung positiv stärken kann!

Impressum

WiPeC – Experten für Vertrieb & Marketing 2.0
Elisabeth & René Penselin

Kronenstraße 61
D-01129 Dresden

Fon: +49 (0) 351. 843 58 41
info@wipec.de

www.kundengewinnung-im-internet.com
www.wipec.de
www.facebook.com/wipec