

Les 8

meilleures méthodes
pour gagner de l'argent
avec vos webinaires



Table des matières

Introduction	03
Webinaires payants	04
Quelles fonctionnalités me seront utiles ?	06
Les webinaires payants sont-ils faits pour moi ?	06
Cours en ligne	07
Quelles fonctionnalités me seront utiles ?	09
Les cours en ligne sont-ils faits pour moi ?	10
Conférences en ligne	10
Quelles fonctionnalités me seront utiles ?	13
Dois-je organiser une conférence en ligne ?	13
Générer des prospects avec des webinaires	14
Quelles fonctionnalités me seront utiles ?	16
La génération de prospects via webinaires est-elle faite pour moi ?	16
Démonstration du produit	17
Fonctionnalités de webinaire à utiliser	19
Les webinaires de démonstration de produit sont-ils faits pour vous ?	20
Webinaires de vente	20
Fonctionnalités de webinaire à utiliser	21
Ce type de webinaire est-il fait pour vous ?	22
Webinaires d'après-vente	22
Les fonctionnalités du Webinaire à utiliser :	23
Les webinaires d'après-vente sont-ils faits pour vous ?	24
Le lancement de produit	24
Fonctionnalités du webinaire à utiliser	25
Les webinaires de démonstration sont-ils faits pour vous ?	26

Introduction

Nombreuses sont les méthodes permettant de générer de l'argent sur Internet mais, selon nous, la meilleure consiste à organiser des événements en ligne. Que vous soyez un expert désireux de partager votre savoir et que vous ayez pour but de faire la promotion de votre marque, le webinaire répond à vos attentes, il vous aidera à engranger des bénéfices tout en favorisant votre développement.

Tout au long de ce guide, nous allons vous présenter 8 méthodes testées et approuvées pour gagner de l'argent avec vos événements en ligne. Nous y avons également inclus des conseils pratiques destinés à vous guider dans la configuration de votre plate-forme de webinaires et ainsi retirer toujours plus d'avantages. Vous découvrirez par ailleurs les résultats obtenus par ces experts ayant fait confiance à ClickMeeting. Suivez leurs exemples et rejoignez leur rang !

01

Webinaires payants



Le concept de base est simple : créez un événement et vendez des billets virtuels à vos participants. Vous pensez que cela requiert des compétences techniques et une stratégie administrative hors-sol ? Détrompez-vous. En réalité, tout ce qu'il faut pour organiser des webinaires payants, ClickMeeting vous le fournit.

Tout ce que vous avez à faire est d'associer votre compte ClickMeeting à un système de paiement, tel que PayPal, puis de sélectionner un type d'accès payant lors de la création de votre événement.

Access type: Open to all Password Token Paid

Please select the payment method your attendees will use to buy tickets for your paid event.

INTEGRATED INTEGRATED

Enter the amount you wish to charge for your event. Don't forget to set the currency. Please note that you won't be able to change the set entry fee once it's submitted.

Entry fee:

Vos participants pourront facilement acheter leur accès au webinaire, et ce, en toute sécurité.

Quelle somme d'argent pouvez-vous gagner de cette manière ? Vous l'aurez deviné, cela dépendra du niveau de succès de la promotion de votre événement et du nombre de personnes qui se seront décidées à acheter un billet.

À ce jour, le record enregistré par un organisateur – lors d'une conférence pour experts en coaching – culmine à 20 602 € pour un seul webinaire en direct payant. 881 personnes étaient présentes. Il a ensuite rendu cette conférence disponible à la demande, vendant 350 billets virtuels additionnels et récoltant 8 186 € supplémentaires. Au total, cet organisateur a engrangé 28 788 € en un seul événement.

**Conférence pour les experts
du coaching : créer des
partenariats** **ÉVÈNEMENT EN LIGNE**

881 billets
20,602 euros

**Conférence pour les experts
du coaching : créer des
partenariats** **À LA DEMANDE**

350 billets
8,186 euros

Revenu total d'un seul événement : **28,788** euros

Vous êtes intéressé(e) par les données sur les industries et leurs leaders ?
[Téléchargez notre rapport gratuit sur l'état des événements en ligne.](#)

Comme vous pouvez le constater, l'automatisation fait des merveilles et permet de générer d'excellents résultats. Si vous disposez d'un enregistrement d'un événement en direct (ou de toute autre vidéo), **il est facile de créer un webinaire Automated démarrant à un moment que vous fixez.** Du point de vue du participant, cet événement ressemblera à un webinaire "traditionnel". L'autre solution sera de rendre ce webinaire disponible à la demande, c'est-à-dire, consultable à tout moment.

Bien sûr, vous pouvez également vendre l'accès. C'est le moyen le plus simple et le plus efficace pour se développer. Et de votre côté, vous pourrez vous concentrer sur vos futurs projets ou simplement prendre un repos bien mérité, en attendant que les fonds gagnés soient transférés sur votre compte.

Quelles fonctionnalités me seront utiles ?

- **Intégration du système de paiement** : associez instantanément ClickMeeting à votre compte PayPal pour recevoir les bénéfices de vos ventes. Cliquez ici pour savoir comment faire.
- **Webinaires payants** : sélectionnez la méthode d'accès appropriée lors de la création d'un événement et indiquez le prix de ce passe virtuel.
- **Valorisation de marque** : personnalisez l'apparence de tous vos contenus pour qu'ils correspondent à votre image de marque. Cela ajoutera à votre crédit en tant qu'expert et encouragera les participants à acheter vos billets.
- **Webinaires Automated et À la demande** : une fois votre webinaire en direct payant terminé, vous pouvez instantanément le passer en mode Webinaire Automated ou À la demande et vendre son accès.

Les webinaires payants sont-ils faits pour moi ?

Pas encore sûr(e) de vous ? Répondez à une simple question et découvrez si les webinaires payants sont une façon pour vous de gagner de l'argent !

Ai-je une expertise et est-ce que je souhaite la partager ?

Si la réponse est oui – que vous soyez dans le domaine fiscal, la comptabilité, l'architecture d'intérieur ou la pâtisserie, envisagez l'organisation de webinaires payants. Mais n'oubliez pas de bien promouvoir vos événements. Cette étape vous permettra d'atteindre une plus grande portée de participants, et par conséquent, vous aidera à accroître vos bénéfices.

Pour en savoir plus sur la promotion de webinaires, consultez [notre guide](#).

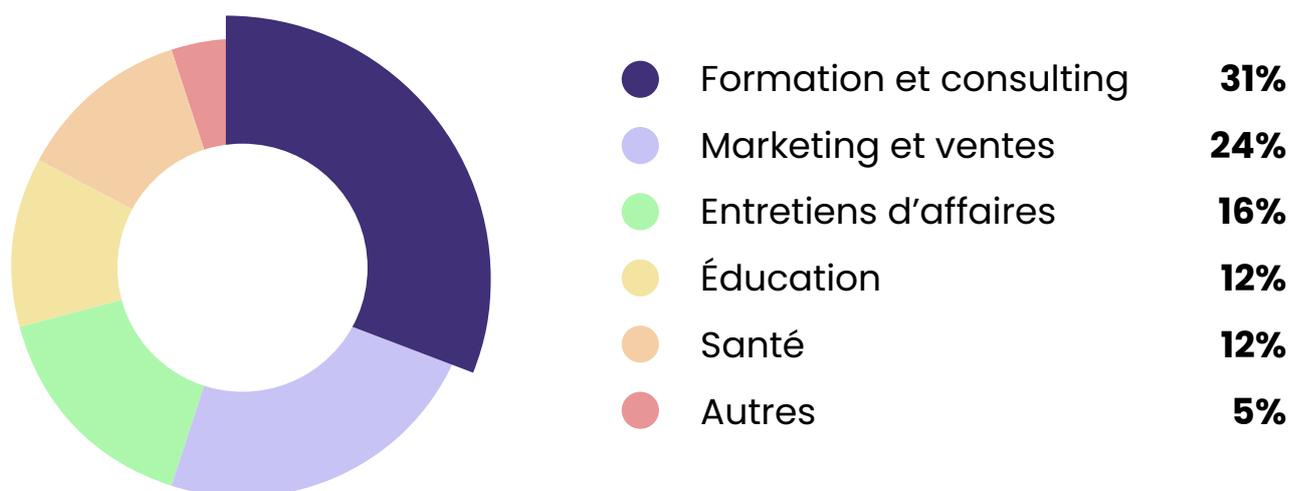
02



Cours en ligne

De toute évidence, nos événements payants peuvent être de natures très différentes. Conférences, congrès, cours en ligne, sessions de formation (longues ou courtes)... **Vous pouvez gagner de l'argent sur tout type de webinaire en adéquation avec votre public.**

Restons sur la formation, car c'est une industrie en forte croissance, comme le confirme notre rapport sur l'état des événements en ligne.



Bien que vous soyez libre de gagner de l'argent de différentes manières sur ClickMeeting, de nombreux experts optent pour la création de cours en ligne. Comme vous pouvez le voir sur ce graphique, ce type d'événement **représente près d'un tiers des événements organisés sur ClickMeeting en 2022.**

La première méthode (et très efficace !) est, vous l'avez compris : le webinaire payant. Il vous est possible de l'organiser facilement soit sous la forme d'un seul événement, soit de le diviser pour former une série d'événements. En général, ce sont ces séries de formation que nos leaders privilégient.

Un des leaders de l'industrie a récolté 145 842 € avec une série de 32 cours de formation pour les psychologues et les psychothérapeutes en vendant un total d'environ 7 103 billets.

Vous vous demandez si des cours en ligne rentables peuvent être organisés au sein de n'importe quelle industrie ? Regardez plutôt : **une entreprise de formation spécialisée en comptabilité a vendu 2 198 billets sous les formats Direct et À la demande, gagnant ainsi 39 367 €.** Notez que les cours en ligne ne se focalisent pas uniquement sur les compétences techniques. Une série de 6 cours de formation sur le Mantrailing (travail de flair pour chiens), a aussi réalisé un joli score : la vente de 444 billets a permis de générer un chiffre d'affaires de 15 096 €.

Les cours sur ClickMeeting sont dispensés par des investisseurs, des experts-comptables, mais aussi des marins ou des apiculteurs. Et tous gagnent de l'argent grâce à leurs événements en ligne !

<p>Formations pour psychothérapeutes et psychologues 32 ÉVÉNEMENTS</p>	<p>7103 billets 145,842 euros</p>
<p>Série de 31 formations en comptabilité et à la demande</p>	<p>2198 billets 39,367 euros</p>
<p>Série de six formations sur le mantrailing - exercice pour travailler le nez du chien</p>	<p>444 billets 15,096 euros</p>

Bien entendu, de nombreuses entreprises de formation et travailleurs indépendants créent leurs propres plateformes d'e-learning, leur permettant de gérer eux-mêmes leurs contenus et l'accès accordé aux utilisateurs. **Mais avec ClickMeeting, vous pouvez facilement intégrer notre plate-forme de webinaire à votre propre système.**

Nous offrons une intégration avec le Système de gestion d'apprentissage (LMS) le plus populaire : [Moodle](#).

Et si vous désirez encore plus de flexibilité, vous aurez toujours accès à une API ouverte qui vous aidera à créer vos solutions personnalisées. Sur la base de ce principe, ClickMeeting fonctionne, entre autres, avec la plateforme d'e-learning de l'Université de technologie de Gdańsk, fréquentée quotidiennement par près de 1 400 enseignants universitaires et près de 20 000 étudiants.

L'objectif de l'intégration de ClickMeeting à la plateforme d'apprentissage en ligne Moodle de Gdańsk Tech consistait à fournir aux enseignants un outil intégré à notre système universitaire, capable de les aider à organiser des réunions en ligne. Nous l'utilisons également lors de conférences et pour des événements d'enseignement à distance.

Mikołaj Grochowski, M.Sc., Gdansk Tech

Quelles fonctionnalités me seront utiles ?

- **Mode présentation, tableau blanc virtuel, partage d'écran** : utilisez tous les outils pour vous aider à partager des connaissances de manière engageante.
- **Chat, session de questions-réponses** : dissipez les doutes et répondez aux questions qui surviennent durant la formation.
- **Salles de sous-groupes et mode de réunion** : combinez votre conférence avec des ateliers pratiques en petits groupes et des élaborations de projet.
- **Certificats** : automatisez la remise des certificats aux participants des cours.
- **Webinaires Automated et À la demande** : garantissez à votre public un accès pratique à vos événements.
- **Webinaires payants** : pour créer une série de formations, nul besoin d'outils supplémentaires. Avec ClickMeeting, vous pouvez générer des bénéfices en créant des webinaires payants.

Les cours en ligne sont-ils faits pour moi ?

À l'instar des webinaires payants, si vous envisagez de créer votre propre cours en ligne, posez-vous d'abord cette question :

Ai-je des connaissances d'expert et suis-je prêt à les partager ?

Si vous répondez "BIEN SÛR QUE OUI", alors cela ne fait aucun doute ! Mais prenez le temps de vous poser quelques autres questions, afin de vous aider à tirer le meilleur parti de vos formations.

- Est-ce que je crée une seule séance de formation ou toute une série sur mon sujet ?
- Qui est mon public cible - à qui se destine la vente de mon cours en ligne ?
- Quels sujets vont intéresser mon groupe cible ?
- Quels types d'activités j'aimerais proposer à mes participants ?
- Comment vais-je évaluer les acquis de mes participants ?

03



Conférences en ligne

Imaginez un immense palais des congrès. À l'intérieur, plusieurs scènes sur lesquelles des experts multiplient les présentations de leurs exposés, se succédant les uns après les autres aux heures indiquées sur le programme. Entre chaque présentation : séance réseautage autour d'une tasse de café et d'amuses-gueules. Et imaginez surtout une foule de participants en quête de connaissances, soucieuse de trouver réponses à ses interrogations, une foule unifiée par le partage de ses expériences.

Les organisateurs réalisent bien sûr des marges importantes, mais les coûts liés à l'organisation de l'événement sont également élevés. Pour qu'une conférence puisse avoir lieu, il faut que de nombreuses personnes, y compris les participants et les experts invités, fassent preuve non seulement de motivation, mais aussi de dévouement. En fin de compte, ce n'est pas tout le monde qui peut y participer.

Après tout, un tel événement implique souvent un long voyage et des dépenses supplémentaires. Par conséquent, le nombre de participants satisfaits diminue et les bénéfices de l'organisateur sont moindres.

Et si vous pouviez conserver tous les avantages des conférences sur le terrain, tout en vous débarrassant de leurs inconvénients ? C'est possible en organisant une conférence virtuelle. Il s'agit sans aucun doute d'une excellente idée pour gagner de l'argent en ligne. Rappelons que le détenteur du record en 2022 a gagné plus de 28 000 euros sur cette conférence qui réunissait des experts en coaching. Comment organiser ce genre d'événement ? ClickConference à la rescousse !

Voici ce que vous pouvez obtenir avec ClickConference :

- Jusqu'à **trois scènes virtuelles** et un espace de réseautage pour maximiser les opportunités de connecter avec des participants du monde entier.
- **Une page d'événement personnalisée** créée par notre équipe d'experts pour vous aider à promouvoir votre conférence de manière professionnelle.
- **Des méthodes de paiement** et d'inscription flexibles pour répondre aux besoins de tous les participants, quels que soient leurs préférences de paiement.
- **Une valorisation de la marque** forte pour votre entreprise se traduisant aussi par une visibilité accrue pour les sponsors associés à votre événement.
- Et bien sûr, **une sécurité des données** sécurisées grâce à notre plateforme conforme au RGPD avec certification ISO.

The screenshot shows a conference agenda for 'Masters of Agile' on 08.08 - 16.08.2022. It features a grid of sessions with titles like 'Introduction' and 'Long name of a long...'. Below the grid is a 'Speakers' section with profiles for John Doe, Bob Johnson, Alex Brown, Patryk Maleczko, Michal Przytylo, and Katarzyna Warcholowska.

The screenshot shows a conference landing page for 'Masters of Agile' on 22.04 - 23.04.2023. The main content includes a hero section with the event title, dates, and a description. Below is an 'Agenda' section. On the right, there is a 'Your ticket' sidebar showing ticket options: 'Early birds' (139 zł), 'Regular' (139 zł), and 'Group' (139 zł).

Et voici ce à quoi peut ressembler votre page de conférence.

Contactez un expert pour vous aider à organiser une conférence de grande ampleur !

Quelles fonctionnalités me seront utiles ?

- **ClickConference** : c'est une solution spéciale que nous proposons aux organisateurs de grandes conférences et événements en ligne. Vous aurez accès à tout ce dont vous avez besoin pour gérer votre événement.
- **Diffusion en direct (live stream)** : lors de l'organisation d'une grande conférence, y compris un événement hybride, vous aurez certainement besoin de plusieurs caméras et d'une vidéo de haute qualité. La diffusion en direct vous aidera à obtenir cela.
- **Solutions pour les animateurs** : la présence de plusieurs animateurs implique une logistique souple et une anticipation accrue. Il leur faudra, pour leurs différentes présentations, tout un panel d'outils comme la présentation, le tableau blanc virtuel ou encore le partage d'écran pour les aider à partager leurs connaissances.

Dois-je organiser une conférence en ligne ?

Créer votre propre conférence de grande ampleur en ligne ou en mode hybride est évidemment un défi de taille. Cependant, cela peut sans aucun doute être très rentable également. Mais avant de vous lancer, posez-vous à nouveau quelques questions.

- À qui se destine ma conférence ? Créez une persona pour mieux connaître votre participant idéal.
- Mes participants ont-ils les moyens de payer un billet et combien devrait-il coûter ?
- Quels experts vais-je inviter ? Garantiront-ils un niveau de contenu approprié ?
- De quelles solutions techniques aurai-je besoin pour mon événement ?
- Comment fixer les prix des billets ? Ai-je l'intention d'organiser une prévente ou de proposer frais d'entrée moins chers sur certaines interventions ?

04



Générer des prospects avec des webinaires

N'envisagez pas les webinaires comme une source constante de profits directs. Ils sont aussi des éléments importants de votre stratégie marketing, capables de vous aider à atteindre vos objectifs à toutes les étapes de l'entonnoir de vente.

Tout d'abord, **pour vendre, vous devez bien évidemment atteindre des clients potentiels**. Plus vous serez précis, meilleurs seront vos résultats, et donc vos bénéfices. Pour obtenir les informations de contact des personnes potentiellement intéressées par votre marque, votre produit ou votre service, nous vous conseillons de créer des webinaires ouverts. La génération de prospects de façon simple et sécurisée est possible par le biais d'une page d'inscription correctement configurée. En plus des champs permettant de partager des informations de contact, incorporez une case à cocher afin d'obtenir l'autorisation des participants au traitement de leurs données à des fins de marketing.

Registration: ON [Restore default settings](#)

Fields

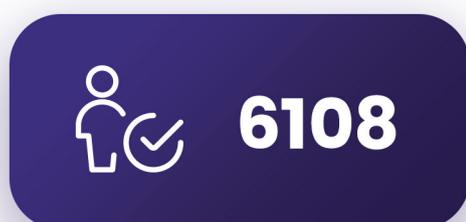
- Input
- Text area
- Select
- Checkbox
- Multi checkbox
- Radio button
- Hyperlink
- Last Name
- Company
- Other

Name * Last Name

Email Address *

Register * Required fields

Quelle est l'efficacité de la génération de prospects grâce aux webinaires ? Notre détenteur du record en 2022 a acquis 6108 prospects lors d'un seul webinar. Les leaders de l'industrie du marketing enregistrent assurément de gros gains grâce à leurs efforts réguliers. Le marketeur a créé en moyenne 114 événements avec 2 157 participants au cours de l'année 2022. **Le leader de l'industrie a rassemblé 12 810 participants lors de 244 webinaires.** Cela représente en moyenne plus de 52 participants en un seul webinar.



**6108 pistes obtenues lors
d'un seul webinar en 2022**

Par exemple, Verte Training Center est une entreprise usant efficacement du marketing par webinar pour promouvoir sa marque. Sa série de webinaires gratuits hebdomadaires « HR Wednesdays » **a généré plus de 30 000 prospects, avec plus de 6 500 personnes inscrites à cet événement record.**

” *Les événements organisés sur ClickMeeting nous ont permis de promouvoir notre marque et de la populariser auprès des personnes intéressées par les problématiques des Ressources Humaines et des salaires. En fait, nos webinaires gratuits nous ont donné un accès illimité à une base d'experts qui sont, par la suite, ravis d'assister à nos formations.*

Katarzyna Bielecka – founder of Verte Training Center

Quelles fonctionnalités me seront utiles ?

- **La page d'inscription** joue un rôle clé dans l'acquisition des prospects via webinaires. C'est ce qui permet d'obtenir les données des inscrits et de fournir les informations requises légalement.
- **Carnet d'adresses** : vous y trouverez les données de vos participants. Vous pouvez également créer des listes personnalisées pour faciliter la communication et télécharger des bases de données de contacts provenant d'autres sources.
- **Intégrations** : intégrez ClickMeeting à des outils d'analyse et de CRM pour classer et gérer correctement les prospects.
- **Webinaires Automated et À la demande** : vous n'avez pas besoin d'être présent pendant un webinaire en direct pour acquérir des prospects. Automatisez l'ensemble du processus et atteignez de nouveaux clients.

La génération de prospects via webinaires est-elle faite pour moi ?

La question à se poser est la suivante :

Ai-je besoin d'acquérir des prospects pour mon entreprise ?

Si la réponse est oui, cela vaut certainement la peine de miser sur le marketing par webinaire. Nous avons préparé quelques questions supplémentaires pour vous permettre de créer un événement attrayant qui portera non seulement la génération de prospects, mais aussi votre image de marque :

- Qui sont mes clients potentiels ?
- Par quel type de contenu sont-ils intéressés ?
- Le sujet du webinaire les concernent-ils ?
- Puis-je inviter des experts reconnus qui maîtrisent le niveau de contenu de l'événement ?
- Quelle formule de webinaire sera la plus attrayante pour mes clients potentiels ?

05



Démonstration du produit

Les gens ne savent généralement pas ce dont ils ont besoin ou ce qu'ils recherchent avant de le voir en action. Ils ont le choix entre tellement de marques et tant de sources différentes venant entraver leur processus de décision qu'aujourd'hui, les clients basent leurs attentes sur la démonstration des produits.

Un webinaire de démonstration de produit offre une expérience pratique où le prospect peut voir ce qu'il peut obtenir de ce produit, où il peut poser des questions à l'animateur et obtenir plus d'informations que ce qu'il trouverait dans un slogan ou une brochure publicitaire. Les webinaires vous permettent également de personnaliser ces démonstrations en cas d'utilisation ou de situation spécifique.

Il existe deux types de démonstrations :

- 01 Physique** - vous présentez un produit que les gens peuvent déjà posséder, comme un appareil mobile ou un ustensile de cuisine de haute technologie et intelligent.
- 02 Virtuelle** - vous présentez un logiciel ou un service, comme une plate-forme de facturation en ligne ou un système de marketing par e-mail.



Quels sont les avantages d'un webinaire de démonstration de produit ?

- 01 En activant l'inscription au webinaire, vous allez pouvoir collecter les adresses e-mail des prospects intéressés.** Non seulement vous atteindrez ainsi une plus large audience intéressée, mais vous aurez aussi la confirmation de leur engagement pour entreprendre un suivi.
- 02 Un webinaire de démonstration de produit est assez long pour vous permettre de présenter votre produit ou service au sein de plusieurs scénarii illustrant tout son potentiel.** Les webinaires sur mesure permettent d'atteindre des audiences de niche et de montrer comment votre produit peut fonctionner lors d'une utilisation ou situation particulière en rapport avec leurs domaines de travail ou centres d'intérêts.
- 03 La participation du public et les questions-réponses sont les fondements de la confiance et d'une bonne impression.** Les ajouter à votre démonstration de produit permet de renforcer votre marque et votre expertise. L'interaction en direct permet de fournir des informations approfondies et des conseils utiles de première main. Cela ouvre également un dialogue où les acquéreurs potentiels apprennent à mieux connaître le produit en posant leurs questions et en obtenant des réponses sur-mesure.
- 04 Vous pouvez aller au-delà de la présentation standard en engageant le public avec des conseils et astuces.** Un webinaire est l'occasion pour le représentant en direct de créer un lien avec le prospect, et ainsi établir une relation marque-client potentielle. Engager les participants à une séance de questions-réponses, exécuter des sondages et des enquêtes, ajuster votre présentation en fonction des résultats peut créer une conversation privilégiée.
- 05 Un webinaire enregistré est l'occasion idéale de réutiliser votre contenu et initier un suivi de vos prospects en vue de maintenir la relation.** Si les prospects inscrits n'ont pas pu assister à votre webinaire, un enregistrement vidéo permettra de les atteindre. Vous pouvez réutiliser l'enregistrement de votre webinaire au sein d'autres canaux, tels que votre blog, votre chaîne YouTube et sur vos réseaux sociaux.

Fonctionnalités de webinaire à utiliser

- **Marque** - Ajoutez votre logo et les couleurs de votre charte graphique à votre salle de webinaire, à votre salle d'attente et à vos notifications par e-mail pour conserver votre image de marque.
- **Page d'inscription** - Proposez un formulaire d'inscription et collectez des informations utiles sur vos participants.
- **Partage d'écran** - Présentez votre produit ou service en action en temps réel, pour permettre aux téléspectateurs d'en voir son fonctionnement.
- **Présentation** - Préparez une présentation avec des images, des captures d'écran ou des vidéos de votre produit ou service en utilisation.
- **Tableau blanc** - Pour faire passer votre message, illustrer vos idées, les possibilités de votre produit, utilisez des dessins. Retenez que les gens stimulés visuellement sont plus enclins à se souvenir des informations qu'ils peuvent associer à une représentation graphique.
- **Questions-Réponses avec modérateur** - Des questions seront posées. Tout au long de votre présentation, rappelez à votre public que vous êtes à l'écoute et que vous répondrez aux questions à la fin du webinaire ou via le Chat. (Pensez à avoir un modérateur pour gérer le chat pendant que vous présentez.)
- **Réunions en ligne** - Effectuez un suivi de votre webinaire avec les prospects ayant besoin d'une démonstration personnalisée.
- **Enregistrement du webinaire** - Enregistrez votre webinaire pour faire un suivi avec ceux ayant été dans l'impossibilité d'y assister et réutilisez l'enregistrement sur d'autres canaux (blog, réseaux sociaux). Vous pourrez également réutiliser l'enregistrement pour de futurs webinaires – n'oubliez pas que tous vos webinaires doivent se dérouler en direct !

Les webinaires de démonstration de produit sont-ils faits pour vous ?

Posez-vous ces deux questions :

- 01 Ai-je un produit ou un service capable d'intéresser mes clients si je le montre en action ?
- 02 Y a-t-il, dans mon produit ou mon offre, des éléments qui pourraient m'aider à conclure une vente après démonstration ?

Si vous avez répondu oui à l'une de ces questions, les webinaires de démonstration de produit pourraient vous rapporter de l'argent.

06



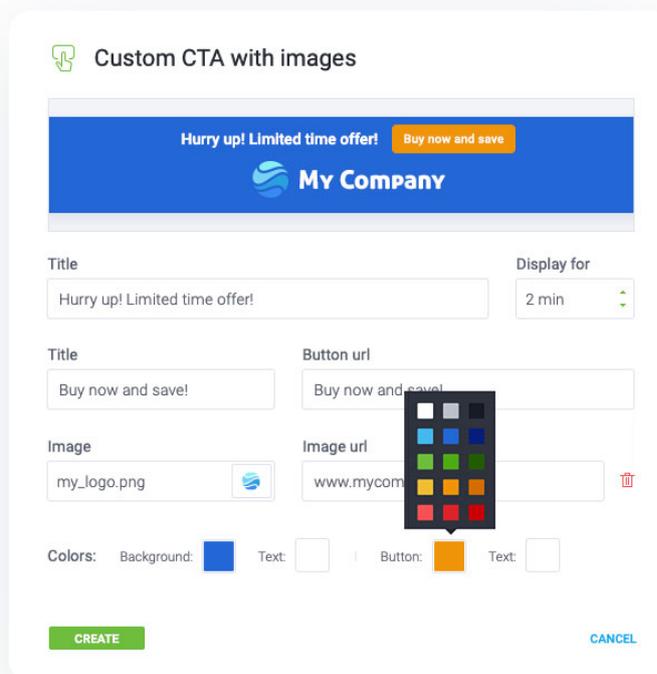
Webinaires de vente

Certains de vos prospects sont presque prêts à acheter. Mais la vente en ligne traditionnelle peut ne pas fonctionner pour certains prospects, car ils deviennent insensibles aux appels à l'action, slogans et autres nombreux e-mails redondants. Organisez donc un webinaire pour eux, en le traitant comme un nouvel outil de vente et de marketing.

Allez dans votre CRM et trouvez des clients intéressés par votre offre et en phase de considération. Ils ont vu vos publicités, visité votre site web, ils ont laissé leurs adresses e-mails et reçu des communications marketing. **Organisez un webinaire en direct pour répondre à leurs doutes et les aider à faire leur choix.** Intégrez au webinaire des sondages et des questions-réponses pour obtenir des informations sur les préférences du public quant à votre offre, mais aussi les points de rupture. Utilisez cette connaissance pour améliorer votre offre - et conclure plus de ventes.

Les recherches montrent de manière cohérente que 20 à 40 % des participants à un webinaire se transforment en prospects qualifiés.

Alors que fera un webinaire de vente pour vos prospects quasiment conquis et vos clients existants dans l'attente d'améliorations ou de nouveaux ajouts ?



Fonctionnalités de webinaire à utiliser

- **Présentation et Tableau Blanc** – Montrez à vos prospects ce qu'ils peuvent obtenir en utilisant votre produit ou service. Mettez en avant des informations clés ou des statistiques pour étayer votre argumentation.
- **Questions-Réponses avec modérateur** – Donnez à vos prospects la possibilité de demander plus d'informations – plus ils en ont, plus ils se transformeront en clients potentiels.
- **Appel à l'action** – Affichez une fenêtre contextuelle pour rediriger vos participants vers une page de vente personnalisée pour une vente instantanée.
- **Sondages et enquêtes** – Proposer sondage à la fin du webinaire est un très bon moyen de savoir si votre présentation a été entendue par les spectateurs et s'ils souhaitent recevoir des informations complémentaires ou un suivi.

Ce type de webinaire est-il fait pour vous ?

Si vous pensez que l'une des situations suivantes s'applique à vous, alors oui, absolument :

- 01 J'ai de nombreux prospects et je les garde organisés. Je cherche un moyen de les contacter tous en même temps.
- 02 J'ai des présentations ou des idées de pitch de vente que j'aimerais partager au cours d'un webinaire en utilisant des tableaux blancs, le partage d'écran et des outils similaires.
- 03 Je suis prêt à répondre aux questions difficiles lors d'une session de Questions-réponses en direct avec mes prospects.

07

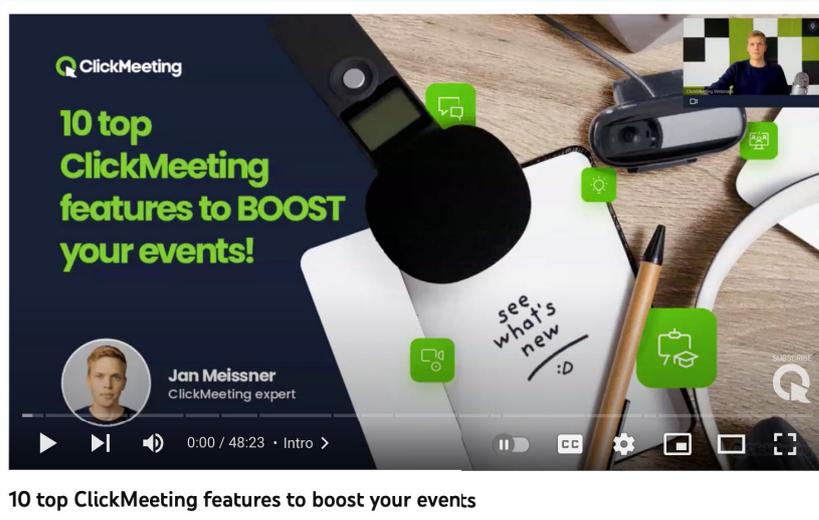


Webinaires d'après-vente

Vendre votre produit ou service n'est pas la fin de votre projet, mais le début. Une fois une vente conclue, organisez un webinaire pour proposer des ventes additionnelles et croisées (telles que des ajouts). Une fois que vous avez développé une mise à jour, montrez à vos clients existants comment cette nouvelle itération est meilleure que l'ancienne et proposez-la à prix réduit. Vous pouvez organiser un webinaire d'après-vente même si votre vente initiale a été effectuée par téléphone ou sur votre site web.

Les webinaires d'après-vente représentent l'occasion de présenter des options ou des services supplémentaires capables d'améliorer votre produit. Proposez quelque chose que vos clients n'attendent pas, comme des bonus et des mises à jour à prix réduits, est un excellent moyen de les fidéliser.

L'idée est que vous gagnez de l'argent non seulement en vendant un produit, mais aussi en proposant des ajouts, des bonus, des mises à niveau, des offres spéciales et des packs étendus qui vous rapportent encore plus !



Découvrez à quoi ressemble un tel webinaire. L'enregistrement est visionnable [ici](#) !

Les fonctionnalités du Webinaire à utiliser :

- **Présentation et partage d'écran** – Durant votre webinaire, ces deux outils peuvent fonctionner séparément ou ensemble. Affichez une présentation avec toutes les statistiques et fonctionnalités répertoriées. Partagez votre écran et présentez en temps réel les améliorations apportées à votre produit avec cette mise à jour.
- **Questions-réponses avec modération** – Donnez à vos clients l'occasion de poser des questions, puis formulez des réponses instantanées.
- **Appel à l'action** – Affichez une fenêtre contextuelle pour rediriger vos participants vers une page de vente personnalisée pour une vente instantanée.
- **Sondages et enquêtes** – Vous avez oublié quelque chose ? Des améliorations à apporter à votre présentation ? Laissez votre public rédiger leurs commentaires et découvrez-les.

Les webinaires d'après-vente sont-ils faits pour vous ?

Si vous répondez « oui » à ces deux questions, vous êtes sur la bonne voie :

- 01 J'ai des ajouts, des extensions, des mises à jour et d'autres bonus que les clients peuvent acheter pour améliorer leurs produits ou leurs expériences actuelles.
- 02 Je peux prodiguer des conseils pour tirer le meilleur parti de mon produit ou service - des conseils qui inciteront mes clients à vouloir des mises à jour ou davantage de produits à l'avenir.

08

Le lancement de produit

Un webinar de lancement de produit doit commencer une présentation générale de votre entreprise. Ne vous focalisez pas directement sur la nouveauté. Envisagez cela comme la phase de sensibilisation à la marque qui vous aidera à rassembler progressivement les prospects tout au bord de votre entonnoir de vente. **Il vous faut vendre sans pousser à la vente.**

Montrez comment votre produit fonctionne et comment il résout les problématiques rencontrées par le public ou répond à ses besoins. Avec un peu de chance, vos prospects se transformeront en clients sans trop d'effort de votre part. Si ce n'est pas encore le cas, travaillez-les pour les faire progresser dans l'entonnoir - les gens ont besoin de temps pour prendre une décision d'achat. Ainsi, un webinar de lancement de produit peut être votre première étape pour assurer un avenir rentable pour votre nouveau produit.

Un webinaire en direct permet à ses participants de participer via le module de questions-réponses, leur offrant la possibilité de poser des questions et d'obtenir des réponses immédiates afin de découvrir à quel point le produit peut leur être utile. Pensez à poser des questions avant de commencer votre webinaire de lancement de produit, dans le but de dissiper les inquiétudes ou de clarifier certains points dès le départ - ce qui vous aidera à vous concentrer sur les avantages de votre nouveau produit.

Lors d'un webinaire en direct, c'est en expliquant comment votre produit fonctionne et comment il peut résoudre les problèmes rencontrés par votre public, que vous créez un lien humain et renforcerez la confiance.

Fonctionnalités du webinaire à utiliser :

- **Revalorisation de la marque** - Ajoutez votre logo, décorez vos salles d'attente et de webinaire en suivant votre charte graphique, en passant par les notifications par e-mail afin de renforcer la notoriété de votre marque auprès des participants.
- **Page d'inscription** - Proposez un formulaire d'inscription et collectez des informations utiles que vous pourrez utiliser pour faire progresser les participants dans l'entonnoir de vente.
- **Présentation** - Préparez une présentation avec des images, des captures d'écran ou des vidéos de votre produit en action.
- **Partage d'écran** - Montrez votre produit virtuel en action en laissant les spectateurs voir comment il fonctionne en temps réel.
- **Tableau blanc** - Pour faire passer votre message, illustrer vos idées, les possibilités de votre produit, utilisez des dessins. Retenez que les gens stimulés visuellement sont plus enclins à se souvenir des informations qu'ils peuvent associer à une représentation graphique.
- **Questions-Réponses avec modérateur** - Des questions seront posées. Tout au long de votre présentation, rappelez à votre public que vous êtes à l'écoute et que vous répondrez aux questions à la fin du webinaire ou via le Chat. (Pensez à avoir un modérateur pour gérer le chat pendant que vous présentez.)

- **Chat avec traduction simultanée et questions-réponses avec modérateur** – Des questions seront posées. Tout au long de votre présentation, rappelez à votre public que vous êtes à l'écoute et que vous répondrez aux questions à la fin du webinaire ou via le Chat. (Pensez à avoir un modérateur pour gérer le chat pendant que vous présentez.) Si vous envisagez de vous exporter à l'international ou si vous vendez déjà à des clients dans plusieurs pays, utilisez cette fonctionnalité pour vous assurer que tous vos clients – quelle que soit leur langue – obtiennent l'histoire complète de votre nouveau produit.
- **Appel à l'action** – Affichez une fenêtre contextuelle pour rediriger vos participants vers une page de vente personnalisée pour une vente instantanée.
- **Enregistrement du webinaire** – Enregistrez votre webinaire pour organiser un suivi avec ceux ayant été dans l'impossibilité d'y assister et pour réutiliser votre enregistrement sur d'autres canaux (site web, blog, médias sociaux).

Les webinaires de démonstration sont-ils faits pour vous ?

Si vous n'êtes pas sûr que vos webinaires de lancement de produits puissent générer des bénéfices, posez-vous ces questions :

- 01 Ai-je un nouveau produit ou une mise à jour de produit à venir bientôt ?
- 02 Mon nouveau produit ou sa mise à jour peuvent-ils inciter les clients à acheter ou à passer à une version supérieure ?
- 03 Suis-je en mesure de montrer à mes clients ou prospects ce qui rend mon nouveau produit unique ?
- 04 Puis-je présenter mon produit visuellement à l'aide d'une présentation ?
- 05 Mon nouveau produit ou sa mise à jour incarnent-ils l'essence de mon entreprise ? Si oui, puis-je l'utiliser pour initier une conversation sur mon activité globale ?

www.clickmeeting.com



LES 8 MEILLEURES MÉTHODES POUR GAGNER DE L'ARGENT AVEC VOS WEBINAIRES