

État des événements en ligne

 ClickMeeting

Les créateurs sur
le marché des
webinaires

Rapport
ClickMeeting

Contents

Introduction	03
Principales conclusions	05
Les événements en ligne dans différents secteurs d'activité	06
Événements, organisateurs et participants en 2024	08
Quand organiser un webinaire ?	10
Les créateurs sur le marché des webinaires	12
Les événements en ligne dans la boîte à outils des créateurs	14
Les webinaires rémunérés les plus rentables	17
Sur quoi ont porté les événements payants ?	19
Les dons comme moyen de gagner de l'argent en 2025	22

Introduction



Une autre année remplie de webinaires est derrière nous, et cela signifie une nouvelle édition de notre rapport sur l'état des événements en ligne. Comme toujours, nous examinons l'état du marché des événements en ligne. Nous analysons également en détail la façon dont les représentants de différents secteurs d'activité utilisent les webinaires et les réunions. Comme les années précédentes, le secteur de l'éducation au sens large reste le leader, englobant les écoles et les universités d'une part, et les centres de formation privés et les experts indépendants partageant leurs connaissances d'autre part. Mais les webinaires continuent d'être un outil essentiel utilisé par les spécialistes du marketing et les vendeurs.

Un groupe exceptionnel d'utilisateurs - les créateurs d'Internet - joue un rôle de plus en plus important sur le marché mondial. Les événements en ligne sont l'un des moyens qu'ils utilisent pour monétiser leur travail, mais aussi un outil pour construire une image d'expert et générer des prospects. Il ne fait aucun doute que le nombre de créateurs, et donc de webinaires créés par eux, va continuer à augmenter.

Des données intéressantes proviennent des « statistiques de l'économie des créateurs » recueillies par Supplygem¹. Aujourd'hui, il y a plus de 300 millions de créateurs sur Internet dans le monde, dont 50 millions d'experts et d'influenceurs indépendants qui gagnent de l'argent grâce à

¹ <https://supplygem.com/publications/creator-economy/>

leurs propres webinaires, cours, vlogs et autres produits numériques. Au cours des 4 dernières années seulement, leur nombre a augmenté de 165 millions, et la valeur du marché devrait doubler d'ici 2026, pour atteindre plus de 200 milliards de dollars.

Pour soutenir ce segment, nous avons récemment mis en place de nombreuses nouvelles fonctionnalités dans ClickMeeting qui facilitent la vente d'accès aux webinaires et le gain d'argent en ligne. Nous consacrons également un espace considérable aux créateurs et à leurs réalisations dans ce rapport. Les réussites des leaders sont la meilleure motivation pour passer à l'action !

Principales conclusions



- L'événement moyen sur ClickMeeting en 2024 a duré 106 minutes.
- En moyenne, un organisateur a réuni 75 participants.
- Le meilleur moment pour un événement en ligne ? **En 2024, l'après-midi (16 h et 17 h) et le matin (8 h) ont été les plus populaires.**
- **Le webinaire payant qui a battu tous les records a généré des recettes équivalentes à 22 647,47 euros.** Le leader a vendu 1 008 billets pour un seul événement payant, et leur revenu annuel total a dépassé 178 000 €.
- La plupart des webinaires en 2024 étaient de nature éducative - **divers types de sessions de formation, de leçons ou de coaching représentaient 55 % de tous les événements.** Venaient ensuite les événements marketing et commerciaux (18 %), les réunions (17 %) et les événements médicaux (10 %).

Les événements en ligne dans différents secteurs d'activité



L'organisation d'événements en ligne devient de plus en plus une compétence essentielle dans le monde d'aujourd'hui. Il est difficile d'imaginer le travail des éducateurs, des experts indépendants ou des spécialistes employés dans diverses entreprises sans cela – cela s'applique particulièrement aux personnes impliquées dans le marketing et les ventes. De plus en plus de personnes choisissent également de faire carrière en tant que créateurs sur Internet.

Quels sont les secteurs d'activité qu'ils représentent ? Nous avons examiné les événements organisés en 2024 sur la plateforme ClickMeeting. Parmi eux, nous avons identifié les catégories suivantes :



Quels types d'événements sont le plus souvent organisés par les représentants de ces secteurs ? Chacun est unique, tout comme les besoins des organisateurs spécifiques et de leurs participants. Voici quelques exemples :

- **Éducation** : cours dans les écoles publiques et privées, exercices, conférences pour de grands groupes d'étudiants, tutorat, séances de formation directe 1 à 1 ou en petits groupes, webinaires ouverts, webinaires promotionnels, événements payants, ateliers, formation individuelle.

- **Marketing et ventes** : webinaires ouverts axés sur la génération de prospects, présentations de produits, événements pour les clients actuels, intégration des clients, journées portes ouvertes, classes de démonstration.

- **Réunions d'affaires** : réunions d'équipe internes, réunions du conseil d'administration, séances de travail dans divers types d'entreprises et d'institutions.

- **Médecine** : thérapie en ligne, consultations médicales, télémédecine, formations pour les professionnels de la santé, conférences et symposiums.

Événements, organisateurs et participants en 2024



Maintenant que nous savons ce que font les organisateurs d'événements, apprenons-en plus sur la façon dont ils utilisent la plateforme et à quoi ressemble l'engagement de leurs participants.

75**participants**

ont pris part à un événement moyen



Le nombre le plus élevé de participants – 79 – a été atteint par les organisateurs de Pologne en moyenne. Sur les marchés allemand et français, il était de 73 participants, en Espagne de 70, et aux États-Unis et en Grande-Bretagne de 69.

106**minutes**

c'est la durée d'un événement moyen



Ce chiffre est légèrement inférieur à celui de l'année dernière, où les événements duraient en moyenne trois minutes de plus. Nous observons également des différences entre les divers marchés. Les événements les plus courts ont été créés en Espagne et au Mexique (99 minutes). Dans les pays germanophones, c'est 105 minutes, en Pologne 106, en Grande-Bretagne, aux États-Unis, en Australie et au Canada 108 minutes, et les événements les plus longs ont été organisés en France. La moyenne y était de 112 minutes.

N'oublie pas que la durée de l'événement n'est pas équivalente au temps que les utilisateurs ont passé dans la salle virtuelle.

74**minutes**

était la durée moyenne des sessions des participants



Les participants ont participé aux événements pendant 70 % de leur durée en moyenne. C'est un excellent résultat !

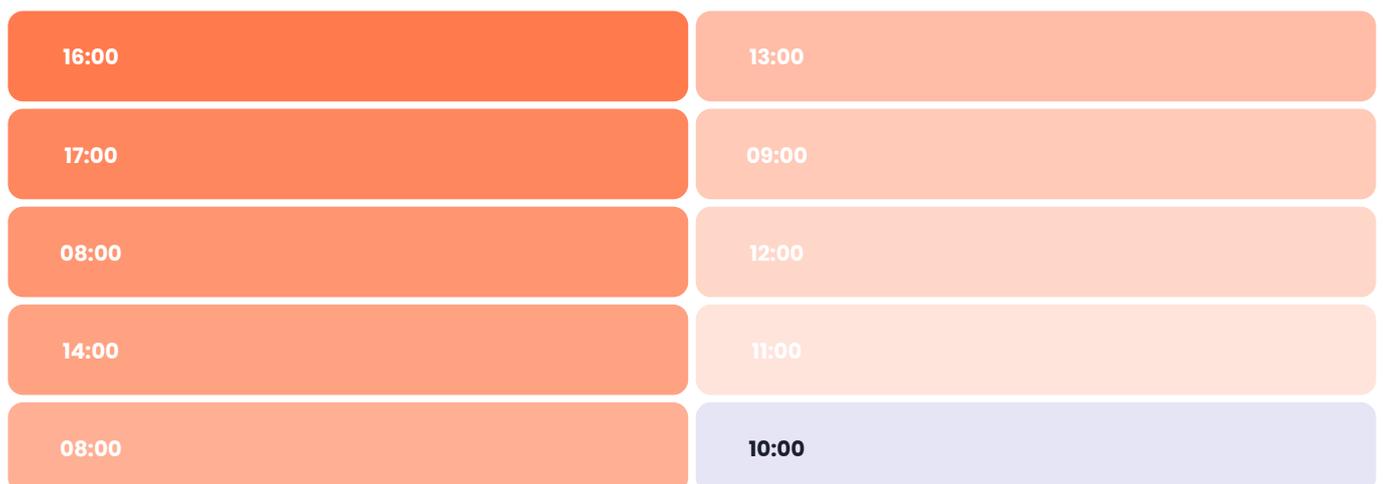
Quand organiser un webinaire ?



Il est temps de répondre à une question importante qui peut t'aider à augmenter la participation à tes événements. Quel est le meilleur moment pour organiser un webinaire ou une réunion ?



Le mercredi a pris la première place, suivi du mardi et du jeudi. Cela confirme notre règle observée depuis longtemps : **la plupart des événements ont lieu en milieu de semaine.** Le lundi et les week-ends peuvent donc être synonymes d'une plus faible fréquentation. Et qu'en est-il de l'heure ?



Une fois de plus, 16 heures arrive en tête du classement. Le meilleur moment pour un webinaire sera l'après-midi et le début de soirée, tandis que les réunions

en ligne (et divers types de formation) ont souvent lieu dans la première moitié de la journée de travail.

Il est intéressant de noter que si en Pologne, en Espagne, en Grande-Bretagne ou aux États-Unis, l'après-midi et le soir (de 16 h à 19 h) sont certainement les moments les plus fréquemment choisis, sur le marché allemand, la plupart des événements ont eu lieu entre 7 h et 9 h du matin.

Les créateurs sur le marché des webinaires



Nous n'avons pas appelé 2024 l'année des créateurs sans raison. Il s'agit d'un groupe de plus en plus important de nos clients qui utilisent les événements en ligne comme des outils importants dans leur travail.

Selon le rapport The Creator Economy, **plus de 207 millions de personnes dans le monde s'identifient aujourd'hui comme des créateurs de contenu en ligne. Il est intéressant de noter que leur nombre a augmenté de plus de 300 % au cours des deux dernières années.** Cela montre à quel point l'intérêt pour cette forme d'activité professionnelle grandit rapidement. Nous ne parlons pas seulement d'influenceurs avec des millions de followers : la plupart des créateurs sont des experts qui construisent des communautés plus petites mais très engagées autour de sujets spécifiques.

Cette expansion sans précédent est liée à un changement fondamental dans la façon dont les créateurs créent leur entreprise et monétisent leur contenu. Alors qu'il y a encore quelques années, les collaborations avec les marques et les recettes publicitaires étaient les principales sources de revenus, on observe aujourd'hui une diversification importante des modèles économiques. La croissance des relations directes avec le public est particulièrement importante. **Les recherches montrent que plus de 45 % des internautes se déclarent prêts à payer pour accéder à des connaissances spécialisées fournies par des créateurs.**

La majorité des créateurs interrogés sur le marché américain gagnent entre 50 000 et 100 000 dollars par an, ce qui montre que la création de contenu est devenue un plan de carrière légitime. De plus, de nombreux créateurs réussissent à transformer leurs activités

² <https://theinfluencermarketingfactory.com/creator-economy/>

en entreprises commerciales étendues, en embauchant des équipes et en créant leurs propres marques de produits.

Le rapport indique également des changements significatifs dans les préférences en matière de plateformes. TikTok et YouTube dominent à la fois en termes de popularité parmi les créateurs (26 % des réponses pour chaque plateforme) et de revenus générés. Parallèlement, nous observons l'importance croissante des formats hybrides : notamment les vidéocasts qui combinent des éléments de podcast avec du contenu vidéo, ce qui permet aux créateurs d'établir des relations plus durables avec le public.

Il convient de noter l'importance croissante de l'intelligence artificielle dans l'économie des créateurs. **Selon le rapport, 21 % des créateurs utilisent l'IA pour l'édition de contenu, et 20,9 % pour la génération d'images et de vidéos.** Ces outils ne remplacent pas la créativité des créateurs, mais rationalisent considérablement les processus de production et leur permettent de se concentrer sur l'établissement de relations avec le public.

Le secteur continuera sans aucun doute à se développer vers des modèles économiques plus diversifiés et plus durables. La combinaison de différentes formes de monétisation sera particulièrement importante – des collaborations traditionnelles avec les marques, en passant par la vente de produits propres, jusqu'aux contenus exclusifs disponibles dans des modèles d'abonnement.

Fait important pour les spécialistes du marketing et les entreprises, les créateurs sur Internet deviennent de plus en plus des partenaires commerciaux stratégiques. Leur connaissance approfondie de niches spécifiques et les relations authentiques qu'ils entretiennent avec leur public les rendent extrêmement efficaces pour atteindre des groupes cibles définis avec précision.

Les événements en ligne dans la boîte à outils des créateurs



Il est particulièrement intéressant de constater que les webinaires et autres formes d'événements en ligne sont devenus l'un des principaux outils de monétisation des créateurs sur Internet. **En moyenne, 30 % des revenus des créateurs actifs proviennent de l'organisation d'événements en ligne, d'ateliers et de cours.** C'est plus que les revenus publicitaires ou les collaborations sponsorisées. Les créateurs ont compris que le contact direct avec le public, même sous forme virtuelle, leur permet d'établir des relations plus solides et d'offrir une plus grande valeur.

Ce phénomène est particulièrement visible dans le segment de l'éducation spécialisée et du développement professionnel. **Les experts de l'industrie qui, il y a quelques années seulement, se limitaient aux formes traditionnelles de partage des connaissances, réussissent aujourd'hui à créer des communautés comptant des dizaines de milliers de personnes.** Ils organisent régulièrement des webinaires au cours desquels ils ne se contentent pas de partager leurs connaissances, mais créent également un espace de mise en réseau et d'échange d'expériences entre les participants. C'est cette couche supplémentaire d'interactions sociales qui fait que les événements en ligne gagnent un avantage sur les formes traditionnelles d'apprentissage en ligne.

L'impact de cette tendance sur le marché du travail est fascinant. **Selon une étude, 15 % des professionnels considèrent déjà la création de contenu en ligne comme une source de revenus supplémentaire, et 7 % prévoient de passer**

entièrement à cette forme d'activité au cours de l'année prochaine. En outre, les employeurs considèrent de plus en plus l'activité de leurs employés en tant que créateurs sur Internet comme un atout – elle démontre leur capacité à construire des marques personnelles et à communiquer efficacement.

Si tu envisages d'entrer dans le monde des créateurs sur Internet, tu n'as pas besoin de viser des millions de vues tout de suite. Ce qui est beaucoup plus important, c'est d'acquérir des connaissances authentiques dans ton domaine et de trouver un moyen de les partager avec les autres. Les webinaires peuvent être une excellente première étape – ils te permettent de présenter tes connaissances sous une forme accessible tout en offrant des possibilités d'interaction avec le public et en recueillant des commentaires précieux.

Organiser des webinaires nous permet d'engager des formateurs du monde entier, de travailler avec quelqu'un qui pourrait être assis aux États-Unis ou à Bali au même moment, et de simplement réunir toutes ces personnes au cours d'un événement pour créer une expérience de vie vraiment unique pour les personnes qui veulent apprendre les unes des autres ». Si l'on compare nos statistiques avec celles des années précédant l'utilisation de ClickMeeting, la plateforme a définitivement amélioré tous nos résultats commerciaux. ClickMeeting est le bon partenaire pour nous, car il nous permet de rationaliser tous les processus nécessaires à la réalisation de webinaires réussis.



Max Middelhauve

Cofondateur de ELEVEL-Academy

Répetons-le : plus de 45 % des internautes se déclarent prêts à payer pour accéder à des connaissances spécialisées fournies sous forme de webinaires ou de cours en ligne. Cela montre que le marché est loin d'être saturé et que la demande de contenus éducatifs de valeur continue de croître.

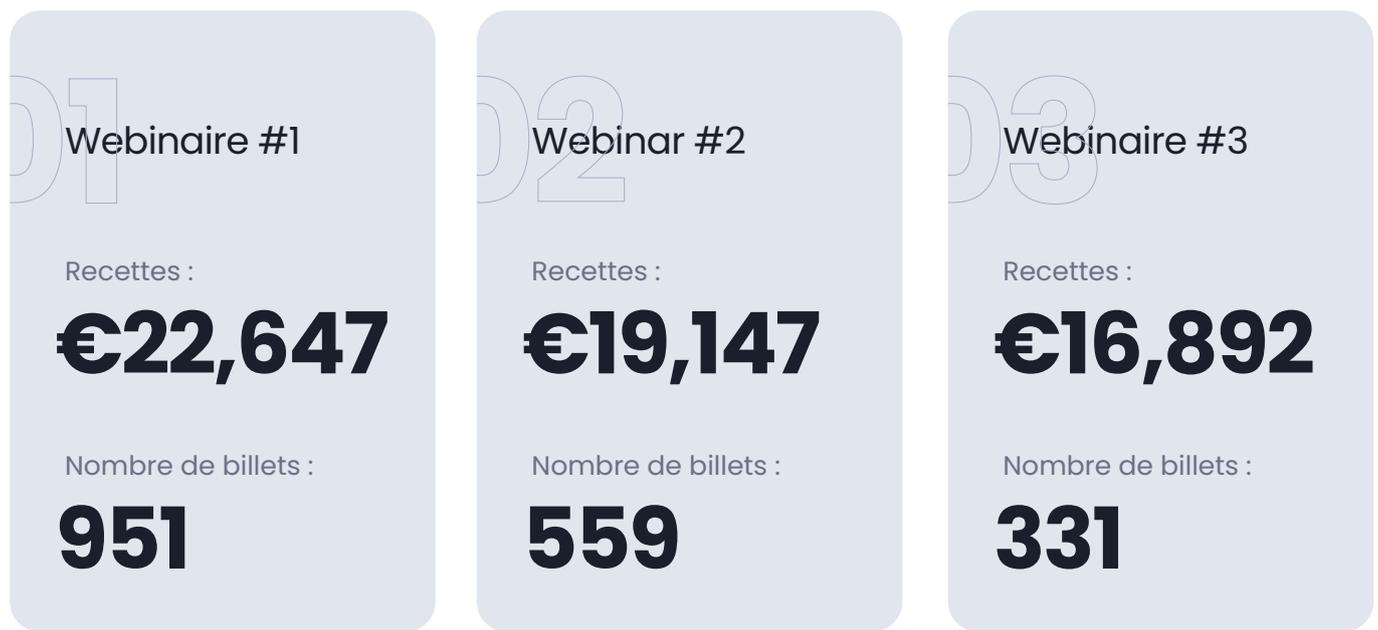
Il convient de noter l'évolution des préférences du public en ce qui concerne les formats d'événements en ligne. Alors qu'au départ, les webinaires longs de plusieurs heures dominaient, aujourd'hui, des sessions plus courtes et plus intensives, souvent associées à des éléments interactifs tels que des quiz, des sondages ou des salles de réunion, sont plus populaires. Les participants attendent non seulement un transfert de connaissances, mais aussi la possibilité de les mettre immédiatement en pratique.

Une tendance intéressante consiste également à combiner les webinaires avec d'autres formes de contenu. Les créateurs qui réussissent utilisent souvent un événement en ligne comme source de nombreux matériaux différents : l'enregistrement peut être divisé en fragments plus courts pour la publication sur les médias sociaux, la transcription peut servir de base à un article de blog, et les questions des participants peuvent inspirer des sujets pour des événements futurs. Cette approche permet de maximiser le retour sur le temps investi et de construire une présence cohérente sur différents canaux.

Les webinaires rémunérés les plus rentables



L'une des formes les plus efficaces et les plus simples pour gagner de l'argent en ligne est la création de webinaires rémunérés. Combien les meilleurs experts ont-ils réussi à gagner ?



31 personnes ont participé à un événement payant.

Le revenu moyen d'un webinar était de **755 €**

Le total des gains réalisés par les organisateurs d'événements payants tout au long de l'année est également impressionnant. **Le leader a gagné un total de plus de 178 000 €, en vendant plus de 21 500 billets.**

Comme tu peux le constater, tu peux gagner pas mal d'argent en créant des webinaires rémunérés. Pourquoi ont-ils autant de succès ? Sur Internet, nous cherchons des réponses à diverses questions, liées aussi bien à la vie professionnelle que privée. **Le public est tout à fait disposé à acheter l'accès à des événements payants et à y participer s'il sait qu'il rencontrera bientôt un expert dans son domaine.**

Sur quoi ont porté les événements payants ?



Tu te demandes si tu peux commencer à gagner de l'argent grâce à des webinaires rémunérés dans ton domaine d'expertise ? La réponse est : absolument oui. Les événements couvrent une grande variété de sujets.

Mon public a rapidement compris - pourquoi se déplacer pour une formation en personne d'une journée entière ? C'est cher, ça implique des déplacements, du stationnement, parfois il faut prendre congé, il y a la question d'aller chercher les enfants à la maternelle. Mais en ligne, on se connecte pour une heure ou deux, les prix de ces formations sont bien sûr beaucoup plus bas, on est là, on a son chien, son chat et ses enfants à portée de main. Tout est pratique.



Samir Kayyali

auteur de formation chez ClickMeeting

Tu trouveras ci-dessous des inspirations intéressantes :



Et chacun de ces sujets permet de gagner vraiment beaucoup d'argent. Voici quelques exemples :

<p>Série de 31 cours de formation à la comptabilité en direct et à la demande</p>	<p>2198 billets</p> <p>€39,367</p>
<p>Webinaire sur la méthodologie d'enseignement</p>	<p>406 billets</p> <p>€15,507</p>
<p>Formation équestre</p>	<p>1237 billets</p> <p>€28,586</p>
<p>En direct et à la demande Série de formation à la photographie 28 événements</p>	<p>991 billets</p> <p>€34,246</p>
<p>Événement en direct</p> <p>Conférence pour les experts en coaching</p>	<p>881 billets</p> <p>€22,104</p>
<p>Sur demande</p> <p>Conférence pour les experts en coaching</p>	<p>350 billets</p> <p>€8,783</p>

Revenu total par événement : **€30,887**

Formation pour psychothérapeutes et psychologues	32 événements	€157,983
	7103 billets	
Formation aux examens médicaux d'experts	31 événements	€156,245
	6825 billets	
Préparation aux examens	240 billets	€2,759
Webinaire sur la garde d'enfants	1007 billets	€36,782
Une série de six sessions de formation pour chiens	444 billets	€15,096
Webinaire sur les techniques de relaxation	156 billets	€5,558

Les dons comme moyen de gagner de l'argent en 2025



Mais les webinaires rémunérés ne sont pas tout. De nouvelles tendances émergent également, qui se renforceront sans aucun doute. Le phénomène de soutien aux créateurs par le biais de dons connaît actuellement une transformation fascinante. Les recherches montrent que 40 % des utilisateurs donnent régulièrement des pourboires aux créateurs de l'ordre de 5 à 10 dollars, ce qui représente une augmentation significative par rapport à seulement 17 % en 2021. Il s'agit là d'un changement fondamental dans le comportement du public qui ouvre de nouvelles possibilités pour la monétisation des webinaires.

Ce qui est particulièrement important pour les animateurs de webinaires, c'est que le spectateur d'aujourd'hui est de plus en plus conscient de la valeur des connaissances reçues et plus disposé à payer pour cela. **Le rapport montre que plus de 45 % des internautes se déclarent prêts à soutenir financièrement les créateurs dont le contenu leur paraît précieux...** C'est au cours des webinaires, où l'échange direct de connaissances et d'expériences a lieu, que cette disposition peut se traduire par des actions concrètes.

Il convient de noter l'aspect psychologique des dons pendant les webinaires. Ils ne sont pas perçus comme un paiement typique pour un service, mais comme une expression d'appréciation et de soutien pour le créateur. Cela permet de créer un lien beaucoup plus fort entre l'animateur et les participants. **En fait, 35,3% des gens déclarent que leur principale motivation pour faire des dons est le désir de soutenir un créateur qu'ils apprécient.**

Voici ce qu'en dit Samir Kayyali, conseiller fiscal et auteur de formations sur ClickMeeting :

J'ai dit : « écoute, si tu aimes ce que je fais et que tu veux en quelque sorte me récompenser symboliquement, utilise la fonction de don ». Le résultat ? Près de 40 % des participants (environ 70 personnes) ont décidé de faire un don. J'ai proposé aux participants de me transférer 2 € symboliques pour un café. Et remarque, quand j'ai vu plus tard les statistiques des dons, qui montrent qui a transféré combien, il s'est avéré que 95 % des gens ont transféré exactement 2 €. Tu pourrais tout aussi bien dire « Transfère-moi 20 € ». Pour de nombreuses personnes, pour qui tes connaissances valent souvent plus, cela ne posera pas de problème.



Samir Kayyali

Tax Advisor, training author
at ClickMeeting

Comment utiliser efficacement le potentiel des dons pendant les webinaires ? Voici plusieurs stratégies clés qui ressortent du rapport et des expériences des clients de ClickMeeting :

- **Construire une valeur authentique:** c'est le fondement absolu et la motivation la plus importante pour partager des fonds.
- **Soigner l'interaction:** la recherche montre que 17% des spectateurs font des dons pour interagir avec l'animateur. Pendant les webinaires, cela vaut la peine de créer un espace pour ce type d'interaction.
- **Apprécie tes soutiens:** jusqu'à 28,4 % des participants à l'étude indiquent que la réaction du créateur au soutien reçu est importante pour eux.

- **Prépare-toi à des soutiens variés:** les données montrent que les utilisateurs sont prêts à transférer à la fois de petites sommes (5 à 10 dollars) et des sommes importantes (plus de 50 dollars) s'ils considèrent que le contenu a de la valeur.

Ce qui est particulièrement important, c'est que les dons peuvent constituer une source de revenus stable. **Selon le rapport, 48% des publics déclarent qu'au cours des 12 prochains mois, ils ont l'intention de commencer ou de continuer à soutenir financièrement les créateurs.** Cela montre que des webinaires bien menés, apportant une réelle valeur ajoutée, peuvent générer des revenus prévisibles grâce aux dons.

N'oublie pas que les dons sont souvent la première étape pour établir des relations commerciales plus profondes. Les personnes qui commencent par de petits paiements décident plus souvent par la suite d'acheter des contenus plus coûteux à un créateur donné.



 **ClickMeeting**

www.clickmeeting.com