



LIVRE BLANC WEBIKEO

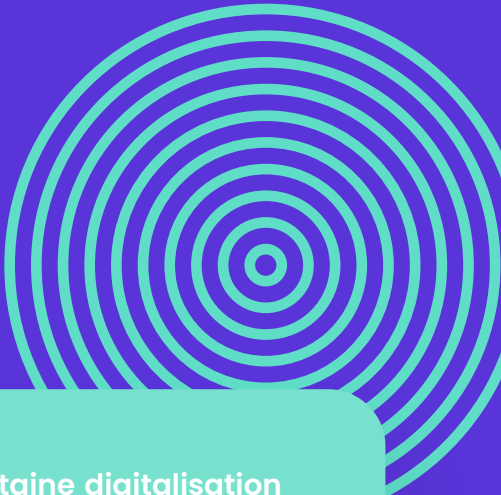
#WEBINAR STRATÉGIE + MARKETING 360

Comment améliorer votre notoriété
en ligne, conquérir et fidéliser vos clients.



webikeo

Intro



Au cours des dernières années, on a pu observer une certaine digitalisation des entreprises qui n'a fait que s'amplifier en 2020 en raison de la crise sanitaire du Covid 19. Tandis que de nouvelles pratiques marketing ont émergé, certains leviers déjà existants ont su se distinguer. On pense notamment au webinaire dont l'interactivité a permis aux entreprises de rester en contact avec leurs prospects et clients, face à l'annulation des événements physiques tandis que le format vidéo, de façon générale, continue d'inscrire sa suprématie dans le temps.

Alors que les professionnels cherchent constamment de nouvelles solutions pour communiquer efficacement auprès d'une cible précise, surtout en **B2B**, le webinaire continue de séduire et s'invite de plus en plus dans les stratégies inbound des entreprises. Facile à mettre en place, il permet de remplir différents objectifs, du **développement de la notoriété** à la génération de leads tout en offrant un retour sur investissement des plus avantageux.

Si la réalisation d'un webinaire semble être à la portée de toute personne en possession d'une caméra, d'une connexion internet et d'un bon sujet, la réalité est toute autre. De nombreux facteurs entrent, en effet, en ligne de compte concernant le succès de votre webinaire, à commencer par la **qualité de sa production, mais également sa médiatisation**. N'espérez pas attirer de nouveaux prospects si vous ne communiquez qu'auprès de votre cible habituelle ! Si en revanche, vous vous appuyez sur le savoir-faire d'une plateforme spécialisée comme Webikeo, vous maximisez alors vos chances recruter et d'inscrire vos webinaires au cœur d'une vraie stratégie marketing, tout en bénéficiant d'un **canal de communication** à part entière.

Partie 1

Le webinar

Levier de communication 3.0

Durant la crise sanitaire de 2020-2021, un format de **contenu marketing** s'est particulièrement démarqué : **le webinar**. Bien qu'il soit loin d'être un outil émergent dans l'univers du **marketing digital**, il a littéralement explosé en 2020 et ce, dès le premier confinement, devenant pour les entreprises, le levier le plus efficace pour rester en contact avec ses prospects et continuer à générer des leads.

Dès les premières semaines de confinement nous avons relevé **200% d'affluences** supplémentaires sur nos sites, ainsi qu'un **taux de participation** en hausse de près de 60% en live.

Être capable de rester au contact de ses prospects de manière nourrie, régulière, représente un réel avantage concurrentiel sur le marché. Dans certains secteurs, c'est même vital. 85% des marketeurs ayant intégré le webinar à leur stratégie estiment qu'il s'agit d'un **format crucial dans l'atteinte de leurs objectifs** (Source : Webinar Software) et 73% des entreprises B2B considèrent qu'il s'agit du **meilleur levier pour générer des leads de qualité** (Source : GoTo1).

De par son format, le webinar présente de nombreux avantages pour les entreprises. Il permet de prendre la parole auprès d'une audience engagée, prête à vous accorder une heure de leur temps, et de vous adresser directement à votre cœur de cible.

Vous avez besoin de vous faire connaître auprès d'une cible précise ? Le webinar est le format idéal. **30 à 45 minutes de direct** vous laissent, en effet, le temps de vous présenter et de faire un focus sur la problématique de votre prospect avant de dévoiler le positionnement de votre entreprise ainsi que vos solutions.

Aucun autre contenu ne permet de passer autant de temps avec votre cible et d'interagir, c'est un élément précieux pour tisser du lien et marquer durablement ses participants.

Vous mettez ainsi en avant votre expertise à travers un contenu à la fois informatif et ludique, tout en humanisant autant que possible la relation que vous entretenez avec vos prospects. Le webinar vous permet de **développer votre notoriété, d'améliorer votre image de marque** et de vous **positionner en tant qu'expert**, tout en développant votre capital sympathie.

Très largement utilisé en B2B où les cycles d'achat sont longs et complexes, notamment dans le cadre d'une démarche d'inbound marketing, il permet d'améliorer sa visibilité et de se **différencier de ses concurrents** tout en créant une relation de confiance avec son audience. Le chat vous permet de faire réagir vos auditeurs au cours du live en posant une question ou en lançant un sondage. Ils peuvent ensuite poser toutes les questions qu'ils souhaitent durant la session de questions/réponses et obtenir des réponses personnalisées.

Le webinar vous permet ainsi, dès sa diffusion, de nouer avec vos inscrits une relation de confiance que vous pourrez ensuite facilement entretenir en les faisant entrer dans un **programme de nurturing**.

Autre point fort du webinar : il s'agit d'un contenu RECYCLABLE ! Il vous permet de générer des leads avec les inscriptions au live mais également grâce aux visionnages du replay et aux téléchargements du support de présentation, en rendant ces deux contenus accessibles seulement via un formulaire. Mais ce n'est pas tout, d'autres options de recyclage s'offrent également à vous :



Utiliser l'audio du webinar (en totalité ou en partie) pour créer un épisode de podcast



Découper votre webinar en courtes séquences pour diffuser sur vos réseaux sociaux afin d'augmenter l'engagement de vos abonnés...



Retranscrire une partie du webinar sous forme d'article de blog pour améliorer votre SEO

Comme vous l'aurez compris les possibilités sont multiples. Dans tous les cas, plus vous recyclez votre webinar, plus vous augmentez sa valeur et maximisez votre ROI.

Partie 2

Webikeo

Le pionnier du webinar

Plateforme de contenu professionnel d'experts, Webikeo cherche constamment à aller au-delà de son site web de diffusion de webinar pour devenir un véritable **partenaire marketing** pour chacun de ses clients. **Bien plus qu'une simple solution logicielle**, la plateforme met en relation les professionnels souhaitant mettre en avant leur expertise métier avec d'autres professionnels souhaitant monter en expertise et en compétence sur les mêmes sujets.

La grande valeur ajoutée de Webikeo réside dans le fait qu'il s'agit d'un média à part entière. Depuis son lancement, en 2014, la plateforme a su rassembler pas moins de 600 000 abonnés qui se rendent régulièrement sur le site pour consommer de la webconférence. Une large communauté qui réunit plusieurs secteurs à commencer par les ressources humaines avec + de 100 000 membres, tout ce qui concerne le pilotage, le management et la stratégie de l'entreprise (80 000 membres) mais également le marketing/webmarketing (70 000 membres), le secteur de la finance/gestion/comptabilité (43 000 membres) et la tech (38 000 membres).

En 2022, c'est plus de 6000 webinaires qui ont été diffusés sur Webikeo avec un **taux d'engagement** moyen de l'ordre de **57%**, toutes catégories confondues et **327 inscrits par conférence** en moyenne. En faisant son webinaire sur Webikeo, un annonceur peut potentiellement récolter **46% d'inscrits en plus** que s'il le fait seul de son côté.

Autre avantage concurrentiel de la plateforme : l'aspect "Customer Success" ! Webikeo donne aux annonceurs toutes les clés pour faire des webinaires engageants et à succès, de façon à drainer un maximum de contacts qualifiés. Des équipes dédiées sont là pour accompagner le client à chaque étape de l'organisation de son webinaire :

1

Des CSM (Chargé de Relation Client) pour échanger avec vous sur vos objectifs, vous former sur la prise en main de l'outil, effectuer des points de suivi, vous faire des recommandations stratégiques et vous fournir des bilans de performances

2

Des experts éditoriaux pour vous accompagner et vous fournir toutes les clés pour maximiser votre audience : validation éditoriale de vos sujets de webinaire et suivi personnalisé du nombre et de la qualité des inscrits

3

Un conseiller technique pour former vos orateurs à la salle virtuelle, tester vos configurations en amont du webinaire et vous accompagner durant le live

4

Un chargé de production, pour le suivi d'un webinaire réalisé en studio

5

Une Hotline disponible de 9h à 18h en semaine pour les participants

6

Un Centre de ressources pour approfondir vos connaissances

7

Un Centre de contact en ligne pour adresser vos questions spécifiques

En combinant accompagnement et outil clé en main, Webikeo fournit à l'annonceur tous les outils requis pour engager son audience. Chaque client dispose de sa propre chaîne et de tous les outils de suivi de la performance de ses webinaires : analytics et tracking des actions, de façon à assurer un scoring efficace de ses contacts et d'avoir à portée de main toute la data comportementale nécessaire.



Partie 3

Webikeo

Notoriété et image de marque

Différences entre

visibilité

notoriété

réputation

A l'heure où développer sa présence en ligne est devenu une question de survie pour les entreprises, on parle beaucoup de visibilité. En marketing digital, le terme de visibilité désigne votre présence digitale. Sur quels canaux êtes-vous présent ? Comment votre site internet se positionne-t-il sur Google ? Quelles actions marketing mettez-vous en place ?

Essentielle, la visibilité est l'objectif premier de toute entreprise car c'est elle qui va vous permettre d'attirer des prospects à vous et de développer ainsi votre clientèle. Pour travailler et augmenter votre visibilité, vous disposez de différents leviers, à commencer par votre site internet, à condition que celui-ci soit bien référencé ainsi que son contenu, dans le cadre d'une stratégie inbound marketing.

Votre réputation ou image de marque renvoie, quant à elle, à la manière dont vous êtes perçu du grand public. Comme vous l'aurez compris, ces trois concepts sont étroitement liés puisque plus vous serez visible, plus grande sera votre notoriété. Par ailleurs, votre notoriété dépend directement de votre image de marque.

Le terme de notoriété désigne le degré de connaissance que le public a d'une entreprise, d'un produit ou d'une marque et la probabilité que son nom lui vienne naturellement à l'esprit en réponse à son besoin. Plus votre entreprise sera connue, plus vos cibles seront en mesure d'identifier votre marque comme appartenant à telle ou telle catégorie de produits ou de services.

Développer sa notoriété consiste à faire en sorte que votre marque soit mémorisée par le public et qu'elle se différencie de ses concurrents. Cela passe par des actions de communications régulières.

Plus votre notoriété est forte, plus vous avez de valeur auprès du public pour ce que vous êtes. Les critères comme le prix ou les spécifications techniques passent alors au second plan.

Comment Webikeo vous permet d'atteindre des objectifs de visibilité et de travail de sa notoriété / réputation ?

Aujourd'hui une entreprise qui souhaite développer sa notoriété ne peut plus faire abstraction du digital. Comme le révèle une étude Salesforce, 85 % des consommateurs effectuent une recherche en ligne avant de faire un achat. Toutefois, être présent en ligne ne suffit pas. Le développement de la notoriété de l'entreprise passe par l'adoption de nouvelles stratégies axées autour de leviers digitaux comme le webinaire.

80 à 90% des clients Webikeo font des webinaires médiatisés pour générer une nouvelle audience. La plateforme dotée d'une base de données de 600 000 membres actifs qui ont soit visionné des conférences d'experts, de se renseigner sur les problématiques métier et de trouver des prestataires et des leviers business.

Faire un webinaire sur Webikeo peut grandement vous aider à développer votre visibilité et votre notoriété. Pour chaque webinaire, la plateforme propose une **médiatisation d'envergure** en combinant plusieurs leviers de façon à engager une audience :

• • • • • **Mise en avant sur la homepage du site** (+2 200 000 visiteurs uniques par an)

• • • • • **Intégration dans les newsletters thématiques envoyées chaque lundi**

• • • • • **Emailing dédié à votre webinaire où vous êtes le seul annonceur**

Dans le cas de l'emailing dédié, votre **cœur de cible** est déterminé selon trois critères : fonction, secteur d'activité et taille d'entreprise.

Bien plus qu'une plateforme de webinaire, Webikeo est avant tout un média qui propose à la fois une solution logicielle mais également de la médiatisation et de la promotion. Chaque annonceur peut ainsi profiter d'un **plan de communication** dédié incluant de l'affichage sur le site et la possibilité de communiquer auprès d'une **base de données qualifiée**.



LA CHAÎNE WEBIKEO

Élément central de la stratégie de **l'annonceur** sur Webikeo

Elle vous permet de :



Créer votre propre chaîne pour héberger vos webinaires et vos replays dans un espace personnalisé avec votre logo



Cumuler des abonnés de façon à créer une véritable communauté autour de votre marque, inviter vos contacts



Nurturer vos bases : votre chaîne vous donne accès à toutes les données comportementales nécessaires (téléchargement d'un document, visionnage d'un replay...). Les statistiques de votre chaîne vous permettent, par ailleurs, de déterminer l'engagement de vos abonnés.



Votre chaîne sur Webikeo **Véritable levier supplémentaire** **pour booster votre stratégie inbound.**

Webikeo vous fournit à la fois tous les outils nécessaires pour développer votre notoriété mais également tous les indicateurs pour la mesurer :

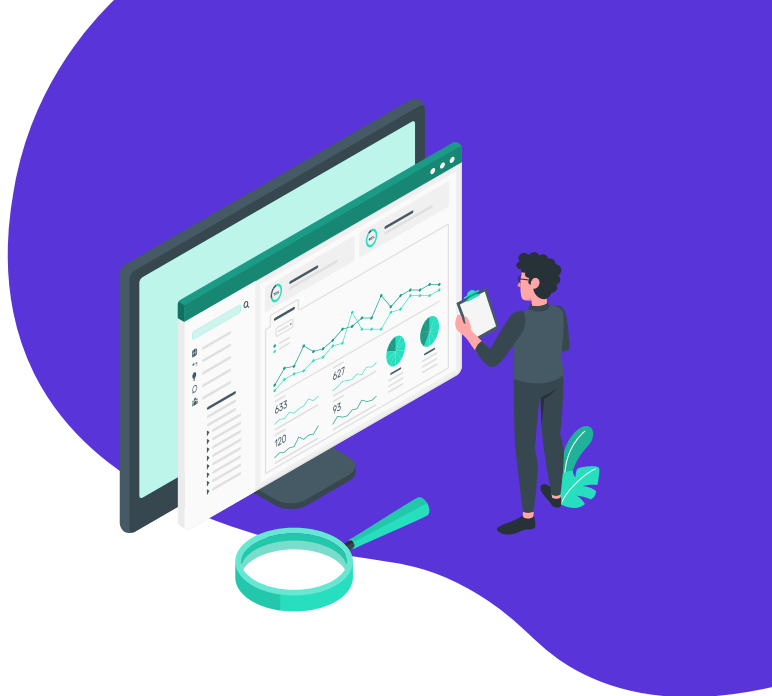
- Nombre d'abonnés à votre chaîne
- Nombre d'inscrits à vos webinaires, nombre d'impressions de vos webinaires...
- Notes utilisateurs mais également des avis recueillis à la fin de chaque webinaire.
Le nombre de contenus créés

Enfin vous pouvez également évaluer votre réputation par rapport à vos concurrents en comparant votre nombre d'abonnés au nombre d'abonnés moyen de votre catégorie, votre position, la note que les utilisateurs vous ont attribué vs la note moyenne du marché...

Notoriété et image de marque

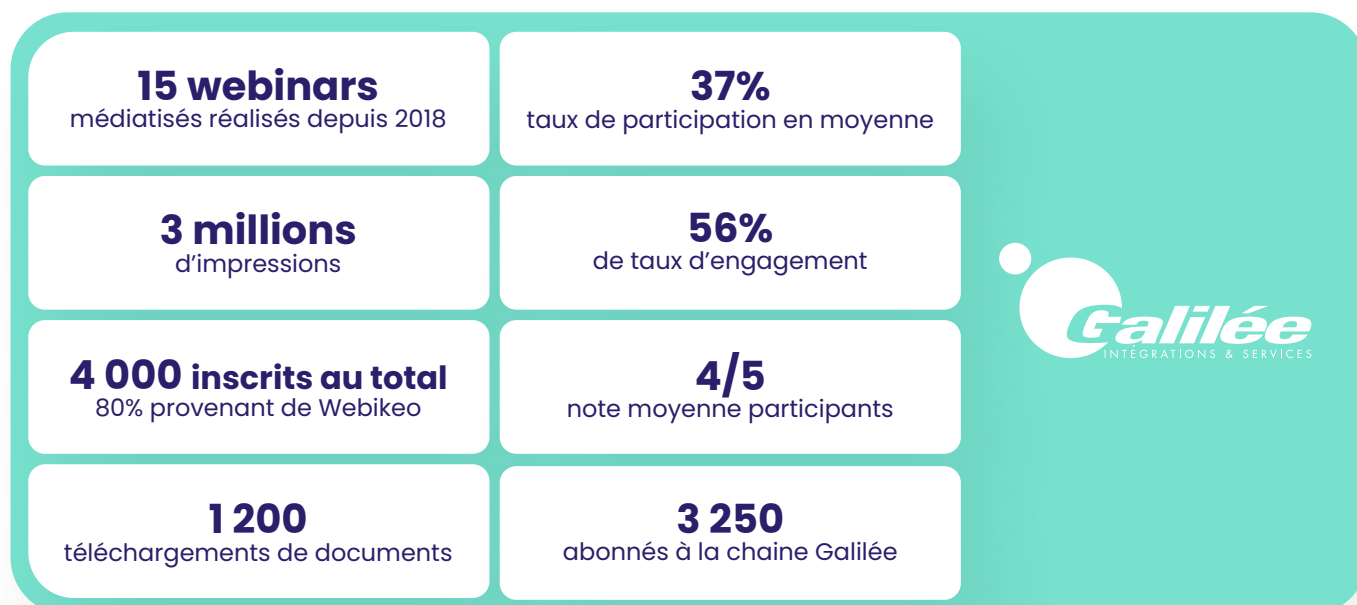
KPI et éléments à retenir

- Nombre d'abonnés à votre chaîne
- Nombre d'inscrits
- Nombre d'impression des webinaires
- Notes du participant sur le webinar
- Nombre de contenus créés
- Qualité de la réalisation du webinar (studio)
- Réputation
- Top webinaires dans votre catégorie par rapport au nombre d'inscrits



L'étude de cas Client

Comment les webinars Galilée sur Webikeo ont permis de développer leur notoriété et leur image de marque ?



L'objectif de la marque était de développer la notoriété Galilée à travers les webinars sur Webikeo :



Laura Truyol

Responsable Communication et Événementiel

Témoigne de l'accomplissement de ses objectifs marketing grâce à Webikeo.

Une audience démultipliée : « Le fait que Webikeo propose de s'adresser à sa communauté. C'est un vrai plus et un bon complément à nos propres campagnes de « faire-venir ». Nous avons atteint des records d'audience pendant la crise sanitaire, c'était LE canal à utiliser pour ne pas se faire oublier » !

Image de marque valorisée : Galilée s'affirme à travers les webinars comme une société dynamique, à la pointe de la technologie.

Cible chaude : A travers ses webinars Galilée touche une audience de décideurs en marketing, qualitative et experte. Après chaque webinar, Galilée capitalise sur l'audience générée : les participants sont engagés et fidèles, ils reviennent de webinar en webinar et font de très bons retours.

Un suivi des leads exhaustif : Inscrits, engagés et MQL (Marketing Qualified Leads) : Chaque personne engagée entre dans un « funnel de conversion » construit de A à Z : e-mail de remerciement, envoi du contenu en lien avec le secteur d'activité, newsletters Galilée...

En conclusion

Le cycle de vente de Galilée étant assez long, Webikeo permet donc d'alimenter régulièrement une base de prospects en contenus experts. « Avec Webikeo, nous informons, nous éduquons, nous montrons l'étendue de notre expertise, de façon à rester en top of mind de nos prospects : lorsqu'un projet émerge, ils pensent à Galilée ! »

Partie 4

Webikeo

Acquisition de leads

Principal objectif des clients Webikeo

80 à 90% des clients de Webikeo font appel à la plateforme dans le but de **toucher une nouvelle audience**, leur but ultime étant de générer des leads de façon à développer leur clientèle. La majorité d'entre eux cherchent à faire de la **génération de leads**.

Dans le cadre d'une stratégie inbound marketing, elle reposera essentiellement sur la **production de contenus** pertinents pour répondre au besoin d'information de vos cibles. Toutefois, une stratégie gagnante implique de varier les contenus et les formats, tout en prenant soin de privilégier les plus efficaces et les plus rentables. Parmi les contenus leadgen les plus plébiscités, on retrouve la vidéo et le webinar qui permettent de générer un fort engagement auprès des cibles.

Interactif, le webinar permet **d'éduquer le prospect sur une problématique métier** et de nouer une relation marketing basée sur la confiance. Mais ce n'est pas tout, il s'agit d'un puissant levier de génération de leads, le meilleur selon 72% des marketeurs et directeurs commerciaux B2B (Etude GoToWebinar). Il vous permet de vous adresser à votre cœur de cible. Il vous suffit d'articuler le sujet de votre webinar autour de leur besoin et le tour est joué. Vous attirez à vous des prospects qualifiés et susceptibles de devenir clients.

L'internaute qui prend la peine de s'inscrire à un webinar et de se rendre disponible lors de sa diffusion est par définition un prospect intéressé par votre marque et/ou vos solutions et à la recherche d'informations plus approfondies en vue d'un achat.

Selon Demandgen, **79% des prospects sont prêts à communiquer leurs coordonnées pour participer à un webinar**, en raison de la valeur ajoutée perçue du format. Voilà qui en dit long sur leur engagement et leur capacité à passer à l'action.



Le webinar vous permet à la fois de travailler votre notoriété, générer de nouveaux prospects, faire avancer vos leads existants dans le tunnel de conversion, en amont de sa diffusion mais la puissance de ce format ne s'arrête pas là. Il est également réutilisable ! Une fois la conférence enregistrée, il vous suffit de la proposer en replay. Tout individu désirant accéder à la vidéo devra renseigner ses coordonnées dans un formulaire. Vous générez alors des leads supplémentaires.

Pourquoi Webikeo est taillé pour cet objectif ?

Première plateforme de contenu professionnel d'experts en France, Webikeo vous propose également une promotion d'envergure pour chacun de vos webinaires



- Jusqu'à 200 000 affichages et 3000 visites sur la page de votre webinar sur webikeo.fr
- Jusqu'à 30 000 contacts ciblés dans notre newsletter thématique

Soit la garantie de toucher la plus large audience possible. Nous mettons également à votre disposition tous les outils nécessaires à un suivi optimal de vos performances, de façon à vous permettre d'être plus efficace dans le traitement de vos leads entrants.

L'étude de cas Client

Comment la société Kronos recrute de nouveaux prospects sur Webikeo ?



L'objectif de la marque était de développer sa base de prospects.



Clémence Vanhille

Business Development Manager Kronos

Témoigne de l'accomplissement de ses objectifs marketing grâce à Webikeo.

Toucher une nouvelle audience sur Webikeo : La société Kronos démontre activement et régulièrement son expertise en réalisant 1 webinar tous les 2 mois auprès de la communauté RH Webikeo constituée de + de 100 000 membres.

Travailler son image d'expert : L'entreprise identifie les sujets qui attirent le plus de Responsables RH, les sujets d'actualité et ceux abordés par ses concurrents. Elle propose les bons sujets et au bon moment à sa cible.

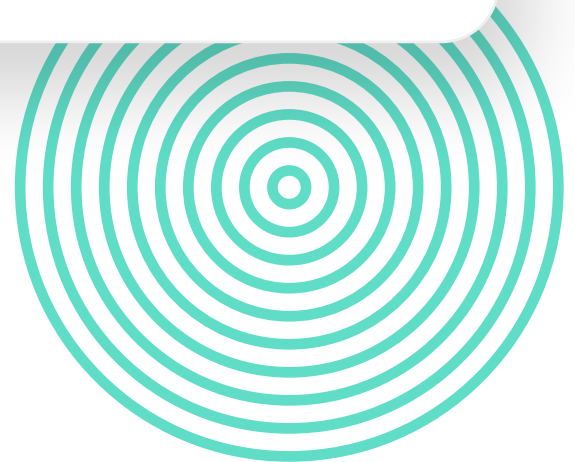
Augmenter le nombre d'inscrits grâce au Webinar en Simulive : La solution Webikeo offre la possibilité de faire des webinars en Simulive, c'est-à-dire de diffuser en live un webinar déjà pré-enregistré. Le webinar Kronos rejoué en Simulive a généré plus de 1 000 inscrits supplémentaires lors de sa seconde diffusion.

Un suivi des inscrits jusqu'aux ventes : A la suite de chaque webinar, la société Kronos a des contacts suivis avec 10 à 15 personnes en moyenne qui font une demande d'information. Et pour 2 webinars sur 3 environ, les équipes Kronos reçoivent une demande concrète qui débouche sur un rendez-vous commercial et un devis. En général les ventes ont lieu entre 3 et 4 mois après le webinar, pour des valeurs de contacts signés entre 2 000€ et 30 000€.

Partie 5

Webikeo

Lead Nurturing



Pourquoi l'acquisition de lead n'est pas une fin en soi ?

Un prospect effectue en moyenne pas moins de 12 recherches en ligne avant de passer à l'acte. Plus vous lui proposerez de contenus variés qui répondent à ses attentes, plus vous maximiserez vos chances d'en faire un client. Le **lead nurturing** vise à nourrir l'intérêt d'une personne pour vos solutions. Pour cela, il est nécessaire d'avoir réussi à obtenir leurs coordonnées et leur consentement. Autrement dit, vous ne parlerez de prospect que dès lors que la personne aura pris la décision de s'engager auprès de vous.

Le lead nurturing consiste à nourrir ses prospects de contenus à forte valeur ajoutée destinés à leur faire gagner en maturité pour les faire avancer plus rapidement d'une étape à l'autre du parcours d'achat avant de les convertir en clients. Il s'adresse en priorité à des personnes qui ont fait preuve d'un intérêt pour ce que vous leur proposez. Ils sont passés par votre site, se sont abonnés à une de vos newsletters, ils ont lu un de vos billets de blogs, ont assisté à une de vos conférences, de vos webinaires, consommé un livre blanc, une étude de cas, une infographie...

Ces personnes ont manifesté un intérêt pour vos solutions. Votre travail, désormais, faire du nurturing afin qu'ils choisissent votre solution. Cette étape est essentielle pour faire passer votre prospect de l'état de lead à celui de client.

Le processus d'achat

Prise de conscience du problème / besoin

L'écart entre la situation actuelle et la situation fait naître un besoin chez le prospect. Il se met à la recherche de solutions.

Attirer

Génération
de leads

Considération

Le prospect identifie et compare les différentes solutions disponibles sur le marché.

Convertir

Lead
Nurturing

Décision

Le prospect dispose désormais de tous les éléments nécessaires pour faire son choix et prend sa décision finale.

Vendre

Closing

Comment Webikeo peut être part intégrante de votre lead nurturing ?

En termes de génération de leads, le webinar peut être utilisé à différentes étapes de la buyer's journey où il remplira deux objectifs distincts.

Faire monter en chaleur ses leads, les faire gagner en maturité pour mieux les convertir

Acquérir de nouveaux leads pour alimenter son outil de marketing automation.

Puissant levier de génération de leads, le webinar constitue également un outil redoutablement efficace dès lors qu'il est question de faire du **lead nurturing**.

Vous pouvez ainsi utiliser le webinar, non seulement, pour générer des leads mais également pour continuer le parcours d'achat jusqu'à la signature du prospect en client et même au-delà (fidélisation). En créant des contenus pertinents et en mettant en place des cycles de webinaires réguliers, vous vous offrez un **canal d'acquisition supplémentaire**, qui peut notamment s'adapter à un potentiel outil de marketing automation.

Là encore, Webikeo peut grandement vous faciliter la tâche. Il est, par exemple tout à fait possible de faire mûrir vos leads par le biais d'une **démonstration produit** réalisée dans le cadre d'un webinar.

Les différents indicateurs proposés (nombre de contacts engagés, nombre de clics sur les CTA, nombre de visionnages et de participants) vous permettront ensuite d'affiner votre scoring, à l'issue de la conférence, de façon à vous permettre de mieux situer la position de votre lead dans le parcours d'achat.



Partie 6

Webikeo

Fidélisation clients



Pourquoi la rétention client est cruciale ?

Les entreprises, quel que soit leur secteur aujourd'hui ont pris conscience de l'importance de choyer leurs clients. Toutes les écoles de commerces ont bien compris, qu'il était crucial en formant les managers de demain de leur faire intégrer cette donnée : cela **coûte 10 fois plus d'argent d'acquérir un nouveau client** que de conserver un client déjà acquis.

Cette donnée ancrée dans les codes du marketing depuis maintenant plusieurs décennies démontre bien l'intérêt de la **fidélisation client**. Pourtant, force est de constater que de nombreuses entreprises, bien que conscientes de cet aspect peinent encore à mettre les budgets et les moyens pour réellement intégrer cette démarche. A savoir, un véritable programme de fidélité.

Si l'acquisition de nouveaux clients reste essentielle pour développer votre chiffre d'affaires, la fidélisation de votre clientèle actuelle l'est tout autant. Celle-ci reste une cible auprès de laquelle vous devez continuer de communiquer afin de conserver une relation de confiance et un lien solide. Là encore le webinar peut vous y aider.

Le webinar comme outil de fidélisation clients

Parmi les outils qui sont susceptibles de créer de l'engagement, le webinar reste la forme de contenu reine.

En effet, par nature, les webinaires permettent de créer un temps privilégié avec une audience choisie pouvant aller de quelques minutes à plusieurs heures. La durée moyenne d'un webinar sur Webikeo est de **42 minutes**, autrement dit, quasiment trois quart d'heure qui sont **alloués à votre relation client**.

Cela peut être au travers de sessions de questions-réponses, de formations sur les produits ou services, de différentes actualités, d'informations préalables à l'organisation d'événements, etc. Ces instants dédiés seront susceptibles **d'augmenter votre taux de fidélisation**. Or, on sait qu'un client satisfait va s'engager plus longtemps, avec un panier moyen plus élevé et peut même devenir un apporteur d'affaires pour votre entreprise, car sa satisfaction peut aller au-delà du simple état mais aussi se propager : avis favorable, bouche-à-oreille, témoignages clients, etc.

Autant de choses qu'il est d'ailleurs possible de faire ressortir via des webinaires, puisque vous pouvez **faire intervenir vos clients** satisfaits pour conseiller, orienter, créer un réseau entre vos clients afin de créer des synergies. A l'instar de la vidéo qui prend de plus en plus de place, le webinar est un excellent outil pour créer de l'interaction, il est donc de plus en plus tendance et peut vous accompagner dans des programmes de fidélisation.

L'étude de cas Client

Comment la société SNS Security travaille son image de marque et fidélise ses clients sur Webikeo ?



L'objectif de la marque était de développer sa notoriété et de fidéliser ses clients



Cécile BEAUVAIS

Directrice Marketing et Communication SNS

Témoigne de l'accomplissement de ses objectifs marketing grâce à Webikeo.

Augmenter sa notoriété : Les webinars médiatisés sont publiés sur le site webikeo.fr (2,2 millions de visiteurs en 2022), ils bénéficient d'un email dédié adressé jusqu'à 5 000 personnes et de leur présence dans la newsletter TECH-IT hebdomadaire envoyée à 38 000 personnes.



Valoriser son image : Les équipes Webikeo ont fourni des conseils pratiques sur les meilleures façon de s'adresser aux clients et aux prospects. Les équipes SNS SECURITY ont mis en place 3 répétitions avant chaque webinar afin d'assurer la qualité des interventions. Cette préparation à permis de garantir la qualité des webinars.

Fidéliser ses clients : SNS SECURITY invite ses clients à chaque prise de parole, c'est un véritable levier de fidélisation. Mise en place d'un plan de communication autour de chaque webinar a été pensé, la chaine de la marque rassemble plus de 4 000 abonnés.

Conclusion



Webikeo oscille selon les années entre notre 3e et 4e canal d'acquisition. En 2021, nous avons enregistré 1,6 millions d'impressions sur le site et un ROI x5.

Marie SEIGNOL DE SWARTE
Directrice Marketing, Meltwater

Le webinar est un outil aux multiples usages marketing. Des objectifs de visibilité à celui de fidélisation de ses clients, il représente un outil de choix que ce soit pour réaliser tout l'entonnoir (premier contact avec un prospect aux actions pour conserver votre client) ou pour une mission spécifique (notoriété, génération de leads, lead nurturing...etc).

Webikeo s'est donné pour mission de maximiser les résultats de vos webinars en mettant à disposition divers éléments clés pour réussir vos webconférences : une base de donnée de +600.000 professionnels (en croissance constante) sur laquelle vous pouvez réaliser votre ciblage. Un accompagnement stratégique, éditorial et technique pour s'assurer du succès de vos sujets et de la réussite de vos lives. Et des options de réalisation pour proposer une expérience optimale à vos prospects, partenaires, clients.

En ce faisant, Webikeo vous offre bien plus qu'un logiciel ou une plateforme classique de webinar. Nous vous offrons un canal d'acquisition supplémentaire à ajouter à votre mix-marketing et un partenaire désireux d'atteindre vos objectifs avec vous.



Webikeo

Château de Galice
1940 route de Loqui
13090 Aix-en-Provence

Visionner nos webinaires :
www.webikeo.fr

Contact commercial Webikeo

Yasmine@webikeo.fr
01 80 88 52 40

Consulter nos offres :
www.pro.webikeo.fr

