

Webinar Met I.M.P.A.C.T.

Ontwerpen en
presenteren
in 6 stappen



Sandra De Milliano

VOORWOORD

Toen ik mijn eerste webinar organiseerde in Europa was dit voor veel mensen nieuw. De deelnemers vonden het fantastisch dat ze mij live konden horen, daarbij een powerpoint konden zien en via de chat vragen konden stellen waarop ze onmiddellijk antwoord kregen. Het was een nieuwe ervaring waar de deelnemers enthousiast aan deelnamen.

De eerste webinarpioniers die ik heb gecoacht konden het nog voor elkaar krijgen om een oersaai webinarpresentatie te geven en toch de deelnemers vast te houden. Als het webinar technisch goed verlopen was, was iedereen al dolgelukkig.

Vandaag weten de meeste mensen wel wat een webinar is, ze hebben zelf al meerdere webinars bijgewoond of gepresenteerd. Die gewenning maakt dat het publiek veeleisender is geworden. Als ze het webinar niet goed genoeg vinden zijn ze snel weg.

Wil je vandaag nog impact creëren met je webinar dan moet je het professioneel aanpakken.

PROFESSIONEEL AAN DE SLAG MET WEBINARS

Een goede inhoud volstaat al lang niet meer. Je moet weten hoe je met beeld je verhaal overbrengt, hoe je professioneel presenteert in de camera, hoe je je publiek inspireert, interactie stimuleert en hoe je connectie maakt met elke deelnemer.

Zelfs al doe je alles juist tijdens het webinar dan nog kan je webinar een flop zijn. Je webinar begint namelijk niet bij het live gaan van je webinar. Je webinar begint bij de deelnemer die de uitnodiging voor je webinar ontvangt. Een geslaagd webinar vraagt dan ook een geslaagd voor- en natraject.

In dit ebook ontdek je welke 6 stappen ervoor zorgen dat je een webinar presenteert met I.M.P.A.C.T en enkele ervaringsdeskundigen delen hun beste webinartips

Ik wens je veel impact met je webinar.

Sandra

INHOUD

Voorwoord	<u>2</u>
Video & webinar in de praktijk	<u>4</u>
Inspirerende webinarverhalen	
Succesvol crowdfunden met webinars	<u>8</u>
Experimenteren met AcademieTV	<u>10</u>
Publiek informeren met webinars	<u>11</u>
I.M.P.A.C.T met je webinar in 6 stappen	<u>13</u>
Stap 1. Identification	<u>14</u>
Stap 2. Mailing	<u>15</u>
Stap 3. Preparation	<u>16</u>
Stap 4. Action	<u>17</u>
Stap 5. Continuity	<u>18</u>
Stap 6. Tweaking	<u>19</u>
ZO KIES JE DE JUISTE TECHNOLOGIE	<u>20</u>
I.M.P.A.C.T. in de praktijk	
Idewe informeert kort op de bal	<u>21</u>
Direct contact met de Sentral abonnees	<u>24</u>
Beelddenkers sensibiliseren en online trainen	<u>28</u>
CONCLUSIE	<u>34</u>
GRATIS WEBINARS & SUPPORT	<u>35</u>
DE AUTEUR	<u>36</u>

VIDEO & WEBINAR IN DE PRAKTIJK



Ik gebruik al twintig jaar video voor professionele communicatie. Video is dan ook een prachtige tool waarmee je met een relatief kleine inspanning een oneindig aantal kijkers kan bereiken.

Met het internet en de interactieve webmogelijkheden van vandaag worden de toepassingen eindeloos.

DE ONBEGRENSDE MOGELIJKHEDEN VAN WEBINARS

- Je bereikt iedereen, waar ook ter wereld, die toegang heeft tot internet.
- Een onbeperkt aantal mensen kan simultaan je boodschap horen en zien.
- Zowel de organisatoren, sprekers als de deelnemers besparen op reistijd en reiskosten.
- Online oplossingen zijn ecologisch en duurzaam.
- Geen eventzaal nodig,
- je bespaart op locatie- en cateringkosten.
- Flexibel en agendavriendelijk.
- Real time interactie mogelijk met ingebouwde webinar tools zoals de chat, survey, poll, digitale hand omhoog, ...

Geen wonder dat steeds meer organisaties webinars inzetten.



WEBINAR, WEBCAST EN WEBCONFERENCING

De termen webinar, webcast, webconferencing worden vaak door elkaar gebruikt en met elkaar verwart. Toch zijn het heel verschillende oplossingen. Dit zijn de definities die ik internationaal het vaakst hoor en die ik ook zelf graag toepas.



Een **webconference** is een one-to-few communicatie. Een live online gebeuren waarbij een kleine groep mensen interactief met elkaar gaat communiceren. Webconferencing wordt vaak gebruikt voor vergaderingen, online trainingen,...

Het is ideaal om virtuele teams optimaal te laten samenwerken.

Wie wil deelnemen moet software installeren.

Hiermee kunnen de deelnemers elkaar zien en horen, het scherm delen, chatten, documenten of toepassingen delen zoals een whiteboard. Een web conference kan opgenomen worden maar wordt zelden on demand gepubliceerd.

Het gaat vooral om hetoverleg tijdens het live gebeuren.



Een **webcast** is een one-to-many communicatie. De spreker staat vaak op een podium en richt zich naar het publiek in de zaal. Dit wordt opgenomen en gestreamd. De video en/of audio van de spreker worden vaak gecombineerd met powerpointbeelden en interactieve tools zoals de chat. Iedereen wie de link heeft kan de webcast volgen via de browser. Het is niet nodig om extra software te installeren. Vaak wordt de video on demand beschikbaar gemaakt in een archief.

Een **webinar** (of online seminar) is een live one-to-many communicatie waarbij een spreker zich rechtstreeks richt tot de kijkers of deelnemers. Het webinar volgt een draaiboek waarbij beeld en audio afgewisseld worden met slides, chat, screen sharing, polls, surveys, vraag & antwoord, ... De replay van een webinar wordt vaak on demand beschikbaar gemaakt in een database met zoekmogelijkheden.



VAN EENVOUDIG TOT PROFESSIONEEL WEBINAR

Webinars heb je in verschillende soorten en maten, dit zijn de meest voorkomende:

- het powerpoint webinar
- het webcam webinar
- en het professionele webinar

In het **powerpoint webinar** gebruikt de presentator enkel powerpoint en/of screensharing en vertelt daarbij een verhaal.

In het **webcam webinar** laat de spreker ook zijn gezicht zien via de ingebouwde webcam of een losse camera.



Het **professionele webinar** wordt opgenomen met professionele video- en audio apparatuur. Vaak gebeurt de opname multicamera in studio door een professionele crew.

Webinars doen tijd en geld besparen, vaak is het een goede keuze om dit budget te investeren in een professioneel webinar.

EEN WAAIER VAN WEBINAR TOEPASSINGEN

Webinar kan effectief ingezet worden in verschillende domeinen zoals learning & development, interne & change communicatie, marketing & sales, stakeholders communicatie & community building, ...

INSPIRERENDE WEBINARVERHALEN

SUCCESVOL CROWDFUNDEN MET WEBINARS

Hannie Mommers - Mommersontwerp



Hannie Mommers is beeldend vormgever en pionier op het vlak van goede en duurzame vormgeving. Eind januari organiseerde ze een crowdfunding campagne voor de lancering van haar nieuwe boek 'Zichtbaar Beter Presenteren'. In het kader van deze campagne presenteerde ze haar eerste webinar.

Hierna lees je wat Hannie hierover vertelt.

“Het onderwerp van mijn boek is de visuele presentatie bij lezingen, in de volksmond powerpoints geheten. En dat was ook het onderwerp van het webinar.

In een webinar kan ook met powerpoint gewerkt worden dus dat kwam mooi uit. Ik heb een aantal voorbeelden gegeven van slides die niet zo geslaagd zijn, met daarbij aanwijzingen hoe ze beter hadden gekund. Ik heb drie tips verduidelijkt en daarna een aanbod gedaan voor mijn boek.”

Meer leads met webinars

“Het grootste voordeel van het geven van een webinar, en dat heb ik pas achteraf ontdekt, is dat mijn lijst is uitgebreid.

Daarnaast is het een groot voordeel dat je een verhaal moet maken dat past binnen het format van een webinar (drie kwartier tot een uur). Je moet dus helder hebben wat het doel is van je webinar en welke stappen je moet zetten om dat te bereiken.

Na het webinar heb ik veel complimenten gekregen over de informatie die ik bood en daarnaast ook wat kritische kanttekeningen (met zowel de positieve als de kritische opmerkingen was ik blij).

Ik ga beslist nog meer webinars geven. Het is heerlijk om over mijn vak te praten en het is mijn overtuiging dat de conversie beter kan. Vermoedelijk is het feit dat men naar een crowdfundingpagina op een ander platform moest gaan met allerlei onbekende handelingen een obstakel geweest. De call to action ga ik volgende keer zeker anders doen.”

3 tips van Hannie voor wie een webinar wil geven

1. Vraag vooraf aan je publiek wat de informatie is waar zij naar hunkeren (indien mogelijk).
2. Zorg ervoor dat jouw presentatie op een heldere manier in elkaar zit en hou rekening met het feit dat mensen niet alleen via de PC kijken, maar ook op tablet en smartphone.
3. Kies software uit die weinig vertraging met zich meebrengt, zodat je interactief kunt werken. Vragen stellen en mensen mee laten doen, werkt altijd goed.

Tot slot nog een bonustip: zorg ervoor dat je visuele presentatie in orde is .



EXPERIMENTEREN MET ACADEMIE TV

Stefaan De Cock – Kind en Gezin

Stefaan De Cock omschrijft zichzelf als een didactische en technologische duizendpoot met passie voor leren. In 2015 introduceerde hij AcademieTV als platform voor online trainingen, evenementen, live streaming en video on demand voor medewerkers van Kind en Gezin.

Ik kan perfect volgen van op mijn bureau

Stefaan vertelt: “AcademieTV is gestart als een experiment naar aanleiding van het jaarlijks evenement van Kind en Gezin met als thema ‘Kind in Vlaanderen’.

De sprekers in de zaal werden opgenomen met camera’s en microfoons. De powerpoint presentatie werd live gestreamd. De eerste keer was er nog geen live interactie met de kijkers, maar deze mogelijkheid is wel al voorzien op het forum.

Webinars en webcasting zijn voor ons een goede oplossing. Zo kunnen we interessante events die doorgaan in Brussel, beschikbaar maken voor iedereen in onze organisatie die op een andere locatie werkt.”

Dit verandert de manier van kennisdelen en trainen

“De reacties van de volgers waren heel positief. Ze konden de sprekers perfect volgen van op hun bureau. Voor de sprekers was er nu nog geen verschil, zij deden (voorlopig) hun verhaal zonder aandacht te (moeten) hebben voor de live transmissie en voor de kijker. In de toekomst willen we zaken optimaliseren en de sprekers begeleiden bij het rechtstreeks toespreken van de kijkers.

Dit jaar gaan we met de Kind en Gezin Academie ook een eerste echte online training opzetten met webinars.

Ik zie een enorm potentieel en verwacht dat deze methodiek de manier van kennisdelen en trainen binnen Kind en Gezin op korte tijd gaat veranderen.”

3 tips van Stefaan voor wie een webinar wil geven

1. Leer uit de praktijk, schrijf geen theoretische beschouwingen.
2. Start met de middelen die je hebt. Met weinig apparatuur kan je eigenlijk al heel wat doen.
3. Zorg vooral voor goed geluid.

PUBLIEK INFORMEREN MET WEBINARS

Stijn Miermans – Belfius

Stijn Miermans is de webinar specialist bij Belfius Bank. Sinds 2013 organiseert hij webinars waarop klanten en andere geïnteresseerden zich vrij kunnen inschrijven. Intussen heeft Belfius een mooie on demand mediatheek opgebouwd met webinars die vrij kunnen bekeken worden en dit in twee talen: Nederlands en Frans.

Live opname in eigen studio

Stijn Miermans vertelt: “Belfius organiseert sinds september 2013 webinars voor haar klanten en prospecten. De webinars handelen voornamelijk over beleggingen. In 2014 hebben we ook webinars gegeven over onze mobile apps en voor jonge starters (business banking). Zo doen we twintig webinars per jaar: tien in het Nederlands en tien in het Frans.

De live opname gebeurt in onze eigen studio en wordt technisch begeleid door onze audiovisuele dienst die grotendeels met externe mensen werkt. De spreker heeft een dasmicrofoon en kijkt in de camera. Er zijn twee camera's opgesteld: een camera voor de close-up en een camera voor een wide-shot. Zo kunnen we het camerabeeld afwisselen en wordt het webinar dynamischer.

Het beeld- en geluidssignaal wordt via mengpanelen naar een encoder doorgestuurd die het signaal via internet verstuurd naar het webinarplatform, waar kijkers rechtstreeks op kunnen connecteren.”

De vraag naar webinars blijft groeien, zowel extern als intern.

“Werken met webinars past binnen de digitale strategie van Belfius. Hiermee bereiken we een publiek dat we via live sessies misschien niet bereiken. Het geeft aan onze kijkers ook de mogelijkheid om van thuis uit het webinar mee te volgen. Als ze niet live kunnen kijken, is het mogelijk om het webinar te herbekijken waar en wanneer ze willen. Met een globale tevredenheid van meer dan 95% voor de laatste twee webinars, zijn ook wij heel tevreden.”

3 tips van Stijn voor wie een webinar wil organiseren

1. Zorg dat technisch alles op punt staat en voldoende getest is.
2. Zorg dat alle betrokken personen binnen het bedrijf mee zijn met het concept (alle neuzen in dezelfde richting).
3. Zorg voor brede en goed uitgewerkte onderwerpen en ga voor zo veel mogelijk interactie met de online kijker.

I.M.P.A.C.T MET JE WEBINAR IN ZES STAPPEN

Je webinar is pas geslaagd als je als organisator of spreker het doel van je webinar bereikt hebt. Om te kunnen bepalen of je webinar wel of niet succesvol was, is het dus nodig om een doel te hebben. Jammer genoeg zie ik steeds vaker sprekers die het doel hebben om met webinars te starten terwijl een webinar niks meer maar ook niks minder is dan een tool waarmee je een specifiek bedrijfsdoel of persoonlijk doel sneller en makkelijker gaat bereiken. Tenminste als je het goed doet.

In de praktijk zie ik dat heel wat webinars hun doel niet bereiken.

Daarom heb ik de I.M.P.A.C.T-methode ontwikkeld. Als je de stappen volgt, vermijd je de meest voorkomende valkuilen bij het organiseren en presenteren van een webinar:

- een onderwerp dat niet aanspreekt
- weinig of geen deelnemers
- saaie presentatie
- éénrichtingsverkeer
- beperkt resultaat
- dezelfde fouten steeds opnieuw herhalen

Met de I.M.P.A.C.T methode presenteert je een webinar met impact in 6 stappen.

Hieronder geef ik een beknopt overzicht van deze methode.

STAP 1: IDENTIFICATION

Om impact te krijgen met je webinar heb je enerzijds goede content nodig die je publiek interesseert en anderzijds moet je erin slagen om een connectie te maken met je publiek. Daarom is het belangrijk om vooraf een aantal zaken te identificeren. Wie is je doelpubliek? Welke problemen/uitdagingen hebben ze? Waar lopen ze tegenaan?

Hoe kan jij vanuit jouw expertise en ervaring een oplossing bieden? Wat is jouw doel met dit webinar?

Identificeer je doelgroep

De valkuil van heel wat sprekers is dat ze met hun presentatie zo veel mogelijk mensen willen bereiken. Heel waarschijnlijk heb je wel informatie die voor veel mensen interessant kan zijn, maar als je naar iedereen gaat communiceren en zeer algemeen blijft dan ga je met niemand een connectie maken en ga je niemand bereiken. Het is dan ook de kunst om je doelgroep en het probleem dat je voor hen wil oplossen specifiek te maken. Wie zijn jouw ideale deelnemers? Welke leeftijdscategorie? Waar wonen ze? Welke achtergrond? Welke voorkennis? Welke ervaring? Welke hobby's? Welke boeken lezen ze graag? Wat zijn hun favoriete tv-programma's? Hoe meer je over je doelgroep weet, hoe makkelijker het is om voorbeelden te geven en verhalen te vertellen die aanspreken.

Ken de problemen en uitdagingen

Het heeft geen zin om een webinar te organiseren over een onderwerp dat je doelgroep niet interesseert. Waar liggen ze van wakker? Met welke problemen hebben ze te kampen? Hoe kan hun levenskwaliteit verbeterd worden? Hoe kunnen ze hun dromen realiseren? Hoe kan jij hen helpen vanuit jouw expertise? Met alle open groepen die er vandaag te vinden zijn op Social Media is het heel eenvoudig om antwoord te krijgen op die vragen. Om extra informatie te verzamelen kan je ook een survey organiseren zodat je je webinar nog specifiek en concreter kan maken en optimaal kan afstemmen op de behoeften van je doelgroep.

Bied een oplossing

Als je weet waar je doelgroep van wakker ligt dan weet je ook hoe jij hen het best kan helpen. Presenteer hen je beste oplossing in je webinar. Maak het haalbaar, maak het eenvoudig en concreet. Naargelang het doel van je webinar zal je het publiek informeren over de oplossing of onmiddellijk de oplossing bieden. Splits desgevallend je oplossing op in eenvoudige stappen en neem je publiek bij de hand naar het resultaat.

STAP 2: MAILING

Een webinar maak je niet voor jezelf, wel voor je doelgroep. Het spreekt dan ook voor zich dat je je doelgroep op de hoogte gaat brengen van je webinar. In de uitnodiging zet je de naam van je doelgroep, het probleem dat je voor hen gaat oplossen en de oplossing die je te bieden hebt. Zo krijg je een duidelijke titel die onmiddellijk aanspreekt en de aandacht trekt van die mensen die je wil bereiken.

Zet de toon met je uitnodiging

De impact van je webinar begint bij het lezen van de uitnodiging dus verzorg de tekst. Wil je een webinar met veel interactie en actieve deelnemers dan is dit het moment om de toon te zetten. Zeg dat het een interactief webinar wordt en dat actieve participatie wordt verwacht, nodig de deelnemers alvast uit om hun vragen te mailen of te tweeten. Heb je de mailadressen van je doelgroep dan is het eenvoudig om hen met een direct mailing uit te nodigen. Wil je meer mensen bereiken dan kan je social media inschakelen of overwegen om (online) advertenties te plaatsen.

Maak een welkomstvideo

Met webinarsoftware kan je eenvoudig gepersonaliseerde inschrijfpagina's maken.

Als deelnemers hierop inschrijven dan krijgen ze onmiddellijk een antwoord met alle praktische info. Niet iedereen die inschrijft zal ook aanwezig zijn op het webinar.

Volgens de statistieken is een gratis marketing webinar succesvol als 30% zich aanmeldt. Bij betalende webinars is de aanwezigheidsgraad gemiddeld zo'n 70% à 95%. Zelf haal ik ook bij de gratis webinars een opkomst van 70% à 95%. Dat heeft vooral te maken met de opbouw van de connectie en de interactiviteit van bij het begin. Tussen het versturen van de uitnodiging en de start van het webinar zijn er dan ook een aantal contactmomenten zoals bijvoorbeeld een welkomstvideo bij inschrijving of reminder mails al dan niet met verwijzing naar free support, extra video's of voorbereidingsmateriaal.

STAP 3: PREPARATION

Een webinar presenteren is niet te vergelijken met een presentatie voor publiek. Bij een webinar mis je de onmiddellijke feedback van de groep, je mist de lichaamstaal en de expressies op de gezichten waar je als live spreker onmiddellijk kan op inspelen.

Dit wordt enigszins goedge maakt door de signalisaties van de webinarsoftware die een overzicht geven van wie wanneer aandachtig en actief is. Zo kan je als presentator zien dat iemand intussen zit te surfen of mails zit te beantwoorden. Als je ziet dat de aandacht verslapt dan is dat een duidelijk signaal en moet je hier iets mee doen.

Maak het interactief

Voor een deelnemer die alleen achter de computer zit, is die verleiding om te gaan multitasken bijzonder groot. Door 100% aandacht te vragen en interactie en variatie in te bouwen, kan je ervoor zorgen dat de deelnemers bij de les blijven. De webinarsoftware voorziet dan ook heel wat interactieve tools zoals chat, survey, hand omhoog,... die het mogelijk maken om de deelnemers actief bij de presentatie te betrekken.

Gebruik variatie in beeld

Ook variatie in het beeld stimuleert de deelnemers om aandachtig blijven. Zorg voor een goede powerpoint, dat is de basis van je presentatie. Ondersteun je verhaal met mooie foto's en hou de tekst beperkt en in groot lettertype. Denk eraan dat meer en meer deelnemers het webinar volgen vanop hun mobile met klein scherm. Gebruik ook de camera en laat jezelf zien. Connectie maken wordt zoveel makkelijker als de deelnemers je kunnen zien. Gebruik hiervoor de webcam of voorzie één of meerdere camera's op statief voor een meer professioneel resultaat. Gebruik je de camera dan is cameratraining zeker geen overbodige luxe. Zorg ervoor dat je goed in beeld komt en dat je de camera functioneel inzet.

Maak een draaiboek

Maak een draaiboek met daarin de informatie die je wil geven, het beeld dat daarbij hoort en voorzie regelmatig een moment van interactie. Dat kan een vraag zijn die de deelnemers via de chat kunnen beantwoorden, een poll met multiple choice of een vraag waarbij deelnemers wel of niet de digitale hand kunnen omhoog steken. Om de 12 minuten interactie inbouwen vind ik zelf een goede richtlijn. Gebruik de interactietools functioneel en maak ze relevant. Ga geen vragen stellen om vragen te stellen want dan krijg je een tegenreactie van het publiek dat eerder passief zal worden.

STAP 4: ACTION

Als de software het toelaat ga dan 15 minuten voor de start van je webinar online en verwelkom de deelnemers die binnenkomen bij naam. Zet onmiddellijk de interactieve toon met een opdracht of een vraag die je wil beantwoord zien in de chat. Zorg voor variatie in je presentatie met een juiste mix van theorie, praktijkvoorbeelden, best cases en verhalen.

Maak oogcontact met je deelnemer



Als je een deelnemer aanspreekt of antwoord geeft kijk recht in de camera. Zorg ervoor dat de camera op ooghoogte staat en dat je gezicht egaal verlicht is. Vermijd tegenlicht op de achtergrond want dan wordt je gezicht een donkere vlek en kunnen de deelnemers je ogen en gezichtsuitdrukking niet meer zien. Heb je veel tekst die je in camera wil zeggen dan kan je overwegen om met een autocue te werken en de tekst af te lezen.

Ben je een startende webinar presentator dan kan je met een host werken die jou introduceert en interviewt. Dit geeft tegelijkertijd wat extra dynamiek wat het voor de kijker interessanter maakt.

Speel flexibel in op wat er gebeurt

Hou de feedbacktools van je webinarsoftware in de gaten. Merk je dat de deelnemers minder aandachtig zijn, pas dan je presentatie aan en stuur bij. Geef een opdracht, vertel een verhaal of laat een video zien. Zelf gebruik ik bijvoorbeeld graag een whiteboard animatie om een saai stukje theorie op een leuke manier over te brengen.

Rond kort en krachtig af

Een veelgemaakte fout bij webinarpresentaties is de afronding. Als de vragenronde te lang duurt dan haken de deelnemers af en eindigt je webinar in mineur. Rond af als iedereen nog aandachtig is, vat samen, maak je punt, doe je call-to-action, bedank je publiek en neem afscheid.

STAP 5: CONTINUITY

Met je webinarsoftware kan je de follow-up mailing automatiseren. Naargelang het doel van je webinar kan je extra informatie doorsturen, een link naar een bepaalde pagina of video en een uitnodiging om je te volgen op social media. Als je je webinar hebt opgenomen dan kan je hierin ook de replay link plaatsen waarmee de deelnemers het webinar opnieuw kunnen bekijken.

To replay or not to replay

De replay link wel of niet beschikbaar maken is een strategische keuze. Als je deelnemers wil stimuleren om live aanwezig te zijn dan voorzie je beter geen replay link. Wil je de afwezigen de mogelijkheid bieden om alsnog het webinar te bekijken dan kan je dat wel doen. Met webinarsoftware is het mogelijk dat de aanwezige deelnemers een andere follow-up mail krijgen dan diegenen die hadden ingeschreven en er niet bij waren. Dit kan heel handig zijn.

Community building op social media

In de follow-up is ook social media niet meer weg te denken. Gesloten groepen en forums maken het mogelijk voor de deelnemers om verder te discussiëren, ervaringen uit te wisselen en vragen te stellen. Een actieve community opbouwen vraagt tijd maar het loont de moeite. Deze ambassadeurs zullen ook je volgende webinars actief meevolgen



STAP 6: TWEAKING

Blijf je presentatie evalueren en verbeteren. Bekijk de rapporten en statistieken van je software en pas je draaiboek aan waar nodig.

Zie je op een bepaald moment een terugval van de aandacht doe het de volgende keer anders. Vraag feedback aan de deelnemers via de chat of vraag om een survey in te vullen.

Herbekijk de replay als deelnemer en zie hoe je presentatie overkomt:

- Kijk je voldoende in de camera?
- Wat is je uitstraling?
- Ben je zelf voldoende in beeld?
- Hoe ziet het eruit op mobile?
- Hoe ligt je tempo?
- Voel je je aangesproken als deelnemer?
- Is het interactief genoeg?
- Ben je overtuigend?
- Hoe klinkt je stem?
- Heb je je doel voor dit webinar bereikt?
- Wat was goed en wat ga je de volgende keer beter doen?

ZO KIES JE DE JUISTE TECHNOLOGIE

Als de technologie niet meewerkt raken de kijkers al snel gefrustreerd en komt de impact in gevaar. Een webinar waarbij deelnemers niet ingelogd geraken of waarbij het geluid systematisch wegvalt is bij voorbaat al gedoemd tot mislukken. Zorg ervoor dat je de beste software en/of hardware oplossing kiest die aansluit bij wat jij nodig hebt.

EEN OPLOSSING VOOR ELK BUDGET EN ELKE TOEPASSING

- Wat moet je webinar uitstralen?
- Welke kwaliteit wil je neerzetten?
- Wat met de veiligheid en bescherming van je informatie?
- Wat met de betrouwbaarheid en stabiliteit van de uitzending?
- Hoe belangrijk is een vlotte interactie?
- Hoeveel deelnemers gaan live meevolgen?
- Moet het webinar ook te bekijken zijn met de mobile?
- Welke interactieve tools heb je nodig?
- Wil je wel of geen ingebouwd registratie management systeem?
- Kan de kijker software of apps installeren?
- Wil je video's laten zien?
- Hoe wil je dat je opnames on demand beschikbaar komen?
- Hoe makkelijk wil je dat de kijkers de juiste webinarfragmenten terugvinden in je on demand videotheek?
- Wel of geen automatische follow-up mailing?
- Welke informatie en/of statistieken wil je uit het webinar halen?
- Compatibel met lms of cms?
- Welke mensen en welke middelen heb je tot je beschikking?

Het antwoord op deze en nog meer vragen zal bepalend zijn voor de keuze van je technologische oplossing.

Moet de spreker het zelf kunnen en alleen doen? Dan is een gebruiksvriendelijke en betrouwbare software oplossing de beste keuze.

Wil je multicamera uitzenden dan zal een professionele aanbieder je verder helpen.

De meest laagdrempelige oplossing is de installatie van een volautomatisch systeem dat makkelijk zelf kan bediend worden. Verder geeft een professionele aanbieder ondersteuning bij het bouwen van een professionele incompany studio en de opleiding van de medewerkers voor en achter de schermen. Plan je minder dan twintig webinars per jaar dan is het interessanter om een abonnement te nemen op een externe webinarstudio met crew.

I.M.P.A.C.T IN DE PRAKTIJK

IDEWE INFORMEERT KORT OP DE BAL

Rudi Daniels is verantwoordelijk voor klantenopleidingen bij Groep IDEWE en overtuigd van de voordelen van webinars. In 2014 nam hij het initiatief tot een eerste reeks van webinars om klanten te informeren en up to date te houden. Het eerste webinar kwam er naar aanleiding van de nieuwe regelgeving in de Baby- en Peuteropvang.



Projectmanager Collectieve Preventie, Ilonka Sommen, beet de spits af als Groep IDEWE presentator voor het webinarthema ‘Veiligheid in de kinderopvang’.

Het doel van het webinar was op de eerste plaats informeren en het besluit toelichten in verstaanbare taal, op de tweede plaats ook een stukje naambekendheid creëren voor Idewe en de dienstverlening.

Hieronder vertelt Ilonka hoe zij het I.M.P.A.C.T-model hierbij heeft toegepast.

I: Identification

“Met het thema was ook de doelgroep onmiddellijk bepaald. De Vlaamse regering had een nieuw koninklijk besluit uitgevaardigd dat van toepassing was op iedereen die een Baby- en Peuteropvang uitbaat in Vlaanderen. Een onderdeel daarin was de veiligheid in de opvang. Dit sluit nauw aan bij het domein van Groep IDEWE. Omdat we onze klanten willen informeren en daarbij zo snel mogelijk op de bal willen spelen, zagen we dit als een goede kans om een webinar te organiseren. Meestal organiseren we gratis live infosessies van zo’n twee uren in de negen regiokantoren. Maar omdat de doelgroep vrij klein was, opteerden we om dit geen negen keer te organiseren. Een webinar was dan een hele goede oplossing, we konden alle regio’s op hetzelfde moment informeren.”

M: Mailing

“In dit concrete geval was het zeer kort op de bal spelen. Het webinar werd aangekondigd in een direct mailing aan 302 emailadressen, verder ook op de Groep IDEWE website bij de infosessies en in onze nieuwsbrief. Ik heb ook social media gebruikt om het webinar bekend te maken, vooral Twitter en LinkedIn, Dit is geshared en geliked door collega’s en anderen. Verder is de webinar aankondiging ook nog verspreid via mond-aan-mond-reclame. Het resultaat was 44 inschrijvingen. Deze mensen hebben twee herinneringsmails gekregen, één de dag ervoor en één een half uur voor de start. Dit heeft geleid tot 39 actieve deelnemers.”

P: Preparation

“Ik ben mijn voorbereiding begonnen met het doornemen van het koninklijk besluit en heb daarbij heel wat informatie ingewonnen bij collega’s, Kind en Gezin, ... Ik wou de ingewikkelde wettekst verstaanbaar en praktisch maken voor de Groep IDEWE klanten. Voor de Powerpoint ben ik op zoek gegaan naar foto’s ter illustratie. Ik gebruik ook altijd het onderwaterscherf om wat notities te plaatsen als geheugensteun.

Het doel van het webinar was vooral informeren. Ik heb het webinar dan ook zo opgebouwd dat ik eerst 40 minuten zou spreken om daarna de vragen te beantwoorden. Tijdens het hele webinar konden kijkers wel al vragen stellen in de chat die dan door een collega werd beantwoord.”

A: Action

“Voor de uitzending hebben we ons geïnstalleerd in een kleine vergaderzaal van een paar vierkante meter. Ik zat daar samen met mijn collega Jan Boon aan een tafel. Hij beheerde de chat en gaf via de chat antwoord op de vragen die binnenkwamen.

Om ook een aangename achtergrond te hebben, gebruikten we een banner van de commerciële afdeling. Het was allemaal heel last minute. Terwijl ik klaar zat om te starten, liepen er nog allerlei ICT-mensen rond om vanalles in te pluggen, dat was wel wat stresserend.

Bij de start van de uitzending is er iemand voor de deur gaan zitten om zeker te zijn dat er niemand zou binnen komen wandelen.

Vanop afstand zaten er een aantal collega’s en de mensen van ICT mee te kijken. Op een bepaald moment kwam er een vraag over eerste hulp voor baby’s en peuters waar ik niet onmiddellijk een antwoord op wist. Ik zei dat ik het zou opzoeken en de info later zou bezorgen in de mail maar toen kwam Rudi Daniels stilletjes binnen en gaf mij het antwoord zodat ik de informatie toch nog tijdens het webinar kon meegeven.

Presenteren in de camera was wel even wennen in het begin. Ik miste vooral de feedback van de lichaamstaal van de deelnemers, de mimiek, de bevestiging, ... Het was spannend, maar het was een mijlpaal voor mezelf en voor Groep IDEWE.”

C: Continuity

“Alle deelnemers hebben achteraf een bedankmail gekregen met extra informatie, de powerpoint-pdf, de link naar de opname van het webinar en dan ook nog een uitnodiging om een enquête in te vullen met een aantal evaluatievragen.

In reply op deze mail zijn nog een aantal inhoudelijke vragen gekomen die ik dan persoonlijk in mail heb geantwoord.

Later hebben de deelnemers nog een attest van deelname toegestuurd gekregen. Voor sommige deelnemers, zoals preventieadviseurs, is dat interessant om aan te tonen dat ze een bijscholing hebben gevolgd.”

T: Tweaking

“De feedback van de klanten was heel goed. Ze waren tevreden over de inhoud en de meeste mensen zouden opnieuw een webinar bij Groep IDEWE volgen. Zelf ben ik ook tevreden. Alles is goed verlopen, er zijn weinig of geen technische problemen geweest. De timing zat redelijk goed. De vragen heb ik goed kunnen beantwoorden. Er was wel heel veel informatie die moest verteld worden dus ik heb wel 40 minuten nodig gehad. De volgende keer zou ik dit misschien anders doen: minder inhoud, inhoud nog meer afbakenen en toch iets interactiever proberen te doen.

Door interactiever te gaan zullen mensen meer bij de les blijven, meer volgen en ook voor mezelf als lesgever is het leuker en dankbaarder. Met de feedback van de deelnemers tijdens het webinar weet ik dan onmiddellijk of ik goed zit of niet.

Door zelf meer webinars te volgen en meer daarover te lezen, merk ik wel dat bepaalde dingen anders en beter kunnen. Zo willen we bijvoorbeeld een zaal ombouwen tot vaste studio, met duopresentatie gaan werken voor wat meer dynamiek en reeksen webinars inplannen voor specifieke doelgroepen. Zo zijn er al concrete plannen om webinars te gaan gebruiken voor bijscholing van preventieadviseurs.

Ik sta helemaal achter het idee om meer webinars te gaan geven. Het is een mooi kanaal. Op een uur kan je al veel vertellen. Verder zijn de grootste voordelen voor mij dat je geen verplaatsingen moet doen. Je kan korter op de bal spelen met thema's en heel actueel werken. Als je een info-sessie in een lokaal wil organiseren dan moet je een lokaal reserveren, mensen ontvangen, koffie voorzien, ... Dat valt allemaal weg. De voordelen wegen voor mij zeker op tegen de beperkingen.”

DIRECT CONTACT MET DE SENTRAL ABONNEES



De Lunch & Learn webinars van Kluwer worden georganiseerd tijdens de lunchpauze en zijn voorbehouden aan de abonnees van Sentral.be. Redacteur Joris De Vroey is de webinarhost en vertelt hoe het I.M.P.A.C.T model wordt toegepast.

I: Identification

“De Lunch & Learn webinars van Kluwer richten zich naar HSE-professionals (Health, Safety & Environment professionals) in België. Daarom worden elke jaargang de onderwerpen evenredig verdeeld over ‘health & safety’ enerzijds en ‘environment’ anderzijds. De webinars zijn voorbehouden voor de abonnees van Sentral. De Lunch & Learn webinars zijn een dienst die in hun abonnement is inbegrepen. Soms doen we een apart webinar waarin we de werking en functionaliteiten van Sentral demonstreren, en dat staat open voor iedereen.

Aan het einde van het webinar leggen de deelnemers een kleine test af en wie slaagt

M: Mailing

“Ongeveer tien dagen voor elk webinar wordt een actuele lijst van de Sentral abonnees uit onze databank gehaald. Deze abonnees krijgen via e-mail een persoonlijke uitnodiging voor het webinar met uitleg en registratielink. In de uitnodigingsmail zit ook een e-mail adres waarnaar ze vragen kunnen doormailen voor de spreker.

Ter herinnering staat het jaarprogramma van de Lunch & Learn webinars op de homepage van sentral.be.

Verder zetten we aankondigingen ad hoc op hseworld.be en gebruiken we Twitter en de drie LinkedIn-groepen die we voor onze doelgroepen onderhouden.

Adverteren is niet nodig aangezien de doelgroep binnen de abonnees van Sentral blijft

Op de ochtend van het webinar krijgen de abonnees nog een reminder-mail rond negen uur.”

P: Preparation

“De spreker is de sleutel van het succes. We proberen saaie sprekers te vermijden door goed te kiezen uit ons eigen netwerk van auteurs en andere contacten. Dat is natuurlijk niet altijd evident, maar we merken wel dat mensen langer online blijven wanneer de keuze van de spreker goed is.

De spreker maakt zelf zijn presentatie in powerpoint (of gelijkaardige software) en krijgt daarvoor een template. Als hij al een powerpoint heeft dan zet ik die voor hem/haar in de template.

Het draaiboek wordt vooraf met de spreker overlopen: de inleiding, de presentatie van 30 tot 45 minuten en 15 minuten vragen beantwoorden van deelnemers.”

A: Action

“Tijdens het live webinar zijn er meerdere mensen actief voor en achter de schermen. De deelnemers zien de expert spreker in beeld naast de inleider/presentator van Kluwer. Achter de schermen verzamelt iemand van de Wolters Kluwer-redactie (Sentral) de vragen van deelnemers en bezorgt die na de presentatie via een scherm aan de presentator en de spreker.

Daarnaast is er nog iemand van Wolters Kluwer die de techniek verzorgt: opzetten apparatuur, klank en beeld instellen, webinar starten en afsluiten,... Deze persoon beantwoordt ook de aparte chat voor technische vragen van deelnemers met problemen zoals deelnemers die geen klank hebben.



De webinars worden uitgezonden vanuit een vergaderzaal en gaan altijd live van 12u30 tot 13u30. Het webinar wordt wel opgenomen zodat het achteraf opnieuw kan bekeken worden. We zetten de camera zo dicht mogelijk boven het scherm waarop de spreker zijn presentatie leest of volgt, zo krijgt de spreker een geïmproviseerde autocue.

Het webinar start altijd met enkele vaste aanwijzingen voor nieuwkomers. Hoe zet je de klank goed? Waar zit de video in de browser-applicatie? Via welk venster kunnen de deelnemers tijdens de presentatie en na afloop ervan hun vragen stellen? Dit wordt gevolgd door een korte introductie van de spreker en het onderwerp.

Na de vragen bedankt de presentator de deelnemers en de gastspreker en kondigt onderwerp, spreker en datum van het volgende webinar aan.”

C: Continuity

“Na het webinar krijgen enkel de deelnemers een follow-up mail met de link naar de opname en een pdf-versie van de presentatie.

Het gebeurt wel dat mensen het webinar missen en dan hun vraag mailen: die abonnees krijgen dan eveneens een antwoord met de opnamelink en de presentatie.

Op het einde van het webinar lanceren wij een ‘survey’ die de deelnemers vrijblijvend kunnen invullen. De eerste vragen gaan over de inhoud, zo kunnen we zien of ze aandachtig zijn geweest en of we een attest van deelname kunnen opsturen (officiële erkenning van het webinar als opleiding). De rest van de vragen is hun evaluatie van de spreker, het onderwerp, kwaliteit van de presentatie, kwaliteit van beeld en klank,

We gebruiken sociale media zoals Twitter en LinkedIn om een professionele community rond Sentral te ontwikkelen.”

T: Tweaking

“Er zijn een aantal feedback instrumenten die we gebruiken om de webinars te evalueren. Tijdens het webinar zien we het aantal deelnemers groeien of verminderen, dat is al een goeie indicator. Na afloop krijg ik ook een rapport waarin de attentieduur van elke deelnemer gedetailleerd is na te gaan.

Ook van de deelnemers krijgen we feedback op verschillende manieren. Eerst en vooral zijn er de vragen die ze tijdens het webinar aan de spreker stellen. Na het webinar is er de survey met evaluatie en eventuele mails die worden nagestuurd met bijkomende vragen of bemerkingen.

De grootste voordelen van de webinar-formule is voor mij het directe contact met de abonnees, de onmiddellijke feedback over professionele kennisbehoeften van onze klanten, promotie van Sentral.be en ook de extra mogelijkheden voor de auteurs van onze publicaties die als spreker kunnen worden uitgenodigd.”

BEELDDENKERS SENSIBILISEREN EN ONLINE TRAINEN



De voorbije jaren heeft Saskia Smet meer dan 100 webinars gegeven waaronder zowel sales webinars, sensibiliseringswebinars als training webinars. Saskia is een beelddenker, oprichter van Nu-mentum en coacht vanuit haar persoonlijke ervaring beelddenkers op het werk. Met haar nieuwste online trainingprogramma 'Bouw aan bedrijf ik' wil Saskia Smet beelddenkers in Nederland en Vlaanderen inspireren om zichzelf te blijven in een professionele omgeving zodat ze hun unieke beelddenkerstalenten maximaal gaan gebruiken en meer resultaat behalen met minder moeite & stress op het werk en in privé situaties.

Hieronder vertelt Saskia hoe zij het I.M.P.A.C.T-model heeft toegepast bij sensibilisering, lancering en training van 'Bouw aan bedrijf ik'.

I: Identification

“Het is absoluut belangrijk om te beginnen met de identificatie van de doelgroep. Voor mijn sensibiliseringswebinars is de doelgroep de beelddenkers. Beelddenkers of visueel-ruimtelijke denkers kijken meestal vanuit een andere hoek naar de wereld om zich heen. Ze hebben het moeilijk om zich aan/in te passen in bedrijven en organisaties die hoofdzakelijk lineair georiënteerd zijn en rationeel denken.

Ik ontdekte beelddenken in 2006 via mijn kinderen. Ik heb zelf ettelijke jaren geworsteld om 'beelddenker zijn' een plek te geven in mijn leven en werk. Net als vele andere beelddenkers, heb ik onbewust geleerd om mij altijd aan te passen aan de rationele manier van denken die overheerst in onze maatschappij. Misschien een goede eigenschap op korte termijn, maar een sluipend gevaar op lange termijn. Aanpassen betekent immers dat je steeds meer aangeleerde vaardigheden gaat gebruiken in plaats van je unieke natuurlijke talenten. Iets wat 'aangeleerd' is kost altijd veel meer moeite. Hoe beter je hier in wil worden, hoe meer energie het je kost. Een ding is zeker, je gaat met 'aangeleerde vaardigheden' nooit even goed scoren als iemand die hiervoor een natuurlijk talent bezit. Vandaar het sluipend gevaar op lange termijn voor burn-out, bore-out of andere klachten.

Ik ben ervan overtuigd dat beelddenkers met hun unieke kwaliteiten, een functie hebben in onze organisaties, bedrijven en maatschappij. Ik wil met mijn webinars dan ook actief bijdragen aan de persoonlijke ontwikkeling van beelddenkers zodat hun unieke talenten zichtbaar worden en hun bijdragen aan het resultaat van teams en organisaties, tastbaar worden.

Tijdens de webinars hoor ik welke vragen er leven, wat de behoeften zijn van de doelgroep, dit worden dan de onderwerpen voor de volgende webinars en coach- en trainingproducten. Het vinden van de juiste onderwerpen, uitdagingen en problemen is crucialer dan velen denken.

Voor het online trainingsprogramma 'Bouw aan bedrijf ik' is de doelgroep een subgroep binnen de beelddenkers. Dat zijn mensen die er effectief bewust voor kiezen om hun leven en hun werk anders te gaan indelen en opbouwen. Mensen die er bewust voor kiezen om het rustiger aan te doen, uit de ratrace te stappen, een stuk thuis te gaan werken, ... Sommige klanten willen gewoon meer weten over beelddenken en voor hen is dit programma niet interessant, daar zijn andere programma's voor.

Het is dus ook belangrijk om te identificeren wat het resultaat gaat zijn voor de deelnemer. Als dit concreet en specifiek in zullen de juiste mensen zich aangesproken voelen. Voor de deelnemers van 'Bouw aan bedrijf ik' is het resultaat dat ze op het einde van de rit een aantal concrete actiepunten in handen hebben om dingen in hun huidige job, leven en privé te veranderen op korte en lange termijn."

M: Mailing

"Ik heb direct mailing gebruikt en ik merk dat mijn mailinglijst nog altijd de grootste bron van deelnemers is. Daarnaast heb ik voor het eerst gewerkt met advertenties op Facebook. Dat was een experiment, maar ik was daar wel tevreden over. Facebook en ook andere social media heb ik gebruikt om deelnemers te trekken naar het gratis sales webinar. Voor het trainingsprogramma zelf heb ik geen advertenties geplaatst.

Ik stel ook geen replay van het sales webinar ter beschikking. Ik heb gemerkt dat mensen daar toch niet naar kijken en dat daar ook geen extra verkopen uitkomen. Zelfs niet als je het maar 24 uur online laat staan. Ik heb het vroeger gedaan maar nu doe ik de moeite niet meer.

Meestal zijn de mensen die kopen ook de mensen die mij al langer volgen dus de mensen die op mijn mailinglijst staan. Er zijn er altijd die uit het niets binnenvallen en toch kopen maar dat is een minderheid.

Mensen schrijven zich massaal in op de gratis sales webinars maar slechts de helft daagt op. Ik heb zelfs een tweede webinar georganiseerd en slechts 24 uur vooraf aangekondigd. Ook daarvoor waren er zo'n 60 inschrijvingen en uiteindelijk maar 25 deelnemers, dat vond ik wel frappant. Het stond er nochtans duidelijk bij dat er geen replay zou gemaakt worden.

Bij een betalend webinar komen de deelnemers wel meer opdagen. Wie betaalt voor één webinar is doorgaans op tijd en volgt ook actief mee. Mensen die hebben ingeschreven voor een reeks webinars krijgen toegang tot de replays en zijn weer minder live aanwezig.

Na het sales webinar krijgen de deelnemers een eenvoudige bedankmail. Soms krijg ik als reactie hierop een vraag die ik dan via mail of in een persoonlijk skype gesprek beantwoord. Hier komt dan ook nog vaak een verkoop uit.”

P: Preparation

“Bij de voorbereiding is er een heel groot verschil tussen het sales webinar en een training webinar.

Het sales webinar heb ik met trial en error opgebouwd. Ik heb er vorig jaar heel veel gegeven en dan gekeken wat er wel en niet werkt voor mij. Ik heb ook veel geleerd door webinars te volgen bij collega's en dan mijn eigen stijl daarin te vinden. Het is nu een mix van een persoonlijk verhaal, informatie en dan een aanbod. Deze formule werkt het best voor mijn doelgroep.

Voor het trainingprogramma 'Bouw aan bedrijf ik' heb ik een aantal webinars in vooropname gemaakt. Ik probeer die zo kort mogelijk te houden, 10 à 15 minuten. Een webinar van 45 minuten splits ik op in drie video's.

De webinars in vooropname worden aangevuld en afgewisseld met live webinar coachings. Hierin beantwoord ik enkel vragen die deelnemers stellen via de microfoon of de chat. De eerste 10 à 15 minuten is er vaak niemand die iets durft te vragen. Ik begin dan met het beantwoorden van veelgestelde vragen uit andere groepen en dan komen de vragen snel los. Stelt er iemand een vraag dan is er gegarandeerd iemand die daar op inpikt of een bijkomende vraag heeft. Ik weet nooit vooraf welke vragen er zullen komen dus inhoudelijk kan ik hier niet veel aan voorbereiden.

De live webinars in de masterclasses bereid ik wel grondig voor. Elk webinar werk ik een ander thema uit in een keynote presentatie en dat oefen ik vooraf een paar keer in. Als ik rond de 50 slides heb weet ik dat ik ongeveer 45 minuten praat. Deze webinars worden opgenomen en ter beschikking gesteld op het leerplatform daarom hou ik de interactiviteit tijdens de informatie-overdracht beperkt. Te veel vragen en interactie maken het minder prettig om nadien terug te bekijken. Op het einde is er volop mogelijkheid om vragen te stellen via chat of microfoon.

Bij de ontwikkeling van het webinar vertrek ik altijd vanuit het resultaat van het webinar. Zo bepaal ik welke modules/ onderwerpen in het programma moeten zitten en filter ik alle onnodige informatie en ballast.”

A: Action

“De live masterclasses start ik altijd met de uitleg van het webinar control panel want er zijn altijd nieuwe deelnemers bij. Ik heb het nu zo opgebouwd dat ik start met de intro slide, dan de uitleg van het control panel en dan opnieuw de intro slide. Voor de replay kan ik er dan de eerste twee slides afknippen. Verder is er een logische opbouw. Ik stel mezelf voor, introduceer het thema en overloop de agenda.

Eén van de grote verschillen tussen een zaalpresentatie met publiek en een webinar is dat ik voor een webinar veel meer mijn teksten uitschrijf in de keynote notities. Dat wil niet zeggen dat ik daarom alles aflees maar het maakt wel dat ik met mijn webinar binnen de 60 minuten blijf. Het risico met enkel bullet points is dat ik afdwaal en over-tijd ga.

Vroeger werkte ik met een draaiboek, dat doe ik nu veel minder maar de tekst biedt mij een houvast en een structuur om op terug te vallen. Ik merk dat ik dan minder van de hak op de tak spring en dat heeft een positief effect op de verstaanbaarheid van mijn webinars.

Ik geef de webinars alleen vanachter mijn computer thuis. Vorig jaar heb ik een aantal webinars gehost voor enkele experts dus ik weet ook hoe fijn en hoe relaxed het kan zijn om met twee personen een webinar te organiseren. Zelf ben ik voldoende bedreven en heb ik het zo georganiseerd dat ik het alleen kan doen. Daarbij gebruik ik een headset en twee schermen. Meer heb ik niet nodig omdat ik ook de webcam niet gebruik.

Er zijn heel wat particulieren die mijn webinars volgen en die internetverbinding is niet altijd even goed. Daarom gebruik ik geen webcam, dit verstoort de uitzendkwaliteit. Ik gebruik mijn iPad om mezelf als deelnemer aan te melden, zo kan ik tijdens het webinar controleren of alles goed verloopt.

Ik plan de interactiviteit ook na de presentatie, zo heb ik niemand nodig om de chat op te volgen en te beantwoorden. De grootste groep die ik gehad heb was zo'n 65 mensen, dan zijn de vragen nog goed te managen. Als ik grotere groepen ga krijgen dan ga ik het anders moeten aanpakken. De webinars in vooropname probeer ik in één take op te nemen. Soms zit er wel eens een blooper in en doe ik het webinar opnieuw. Een webinar van 10 minuten is snel opnieuw gedaan. Doordat ik zelf niet in beeld ben maak ik het mezelf ook makkelijk, er komt weinig montage bij kijken.

De webinaropnames van de betalende programma's bewaar ik op Vimeo. Alle opnames die mogen gevonden worden via Google, plaats ik op Youtube.”

C: Continuity

“Als follow-up van het sales webinar stuur ik meestal een standaard bedankmail vanuit mijn mailinglistprovider. Daar komt wel vaak reactie op. Ik heb een tijd geëxperimenteerd met het sturen van sales mails na het webinar, dat doe ik nu niet meer.

De deelnemers aan het online programma ‘Bouw aan bedrijf ik’ hebben toegang tot een leerplatform met video’s, audiofiles, inspiraties en opdrachten. De deelnemers gaan door een ontwikkelingsproces en dat heeft tijd nodig. Daarom ben ik aan het experimenteren met een aantal online verdiepingsmogelijkheden. ‘Bouw aan bedrijf ik’ is een programma van drie maanden dat twee keer per jaar start. Mensen die één keer hebben deelgenomen, kunnen de volgende keren opnieuw deelnemen zonder enige extra kost. Dit neemt de druk van de ketel voor de deelnemer als een opdracht niet onmiddellijk lukt.

Deelnemers die meer dan één keer deelnemen, worden vaak ambassadeurs. Ze zijn heel actief op het gesloten forum, brengen de discussies op gang en inspireren de andere deelnemers. Ook brengen ze vaak nieuwe deelnemers mee. Dit creëert een constructieve dynamiek.

Verder werk ik met een gesloten Facebookgroep voor de deelnemers aan ‘Bouw aan bedrijf ik’. Dat is niet ideaal. Niet iedereen zit op Facebook en beelddenkers zijn heel snel afgeleid op Facebook en alles wat daar gebeurt. Ik heb met LinkedIn geëxperimenteerd en dat is het ook niet. Vorig jaar heb ik met een ander platform gewerkt maar dat was minder bekend en als mensen niet vaak inloggen dan zie je de interactie heel snel dalen. Daarom is Facebook voor mij voorlopig het beste alternatief.”

T: Tweaking

“Ik vind het belangrijk om voortdurend te verbeteren en bij te sturen. Ik leer met trial en error. Die sales webinars is echt wel zoeken naar een evenwicht tussen kennis delen waar mensen effectief behoefte aan hebben en hen warm maken om een product aan te schaffen. Daar is het eerste punt van I.M.P.A.C.T , de identificatie, cruciaal. Had ik dat vroeger geweten dan had ik veel sneller veel meer conversie gehad.

Nu zit mijn sales webinar behoorlijk goed in elkaar. Als ik een nieuw sales webinar zou maken dan zou ik hetzelfde stramien gebruiken. Ook de inhoud van het sales verhaal zit goed, deelnemers blijven kijken tot op het einde of tot na de vragen. Mijn webinars zijn nu coherent opgebouwd, de rode draad naar het product zit erin, het verhaal klopt en past bij mijn stijl en de stijl van mijn klanten. Bij de gratis webinars krijg ik wel eens de reactie van deelnemers dat er promotie in zit. Daar ga ik niet veel aan veranderen.

Ik zorg er wel voor, en velen zien dat als een gemiste kans, dat er in de betalende webinars 0,0 % sales gebeurt. Ik heb dat ook met trial en error gezien dat mijn doelgroep mij wil ervaren als coach en dat het geen zin heeft om daar een sales pitch tussen te gooien. Ik voel me daar zelf niet goed bij en dat draait altijd verkeerd uit. Als ik zelf rustig en open blijf en geen pusherige dingen doe, heeft het webinar veel meer effect en komen mensen terug.

Ik heb vorig jaar geëxperimenteerd met affiliate partners en daar wil ik dit jaar mee verder gaan. Ik ben zelf ook affiliate partner van een paar producten en dat werkt wel. Ik wil verder uitzoeken hoe ik ook klanten kan inzetten als affiliate partner. Ik wil absoluut meer met affiliates gaan werken en niet met 10 % fee zoals in België wordt toegepast maar volgens de internationale normen die een heel pak hoger liggen voor online producten.

Ik merk dat ook titels en teksten heel belangrijk zijn voor sales webinars. Daarom wil ik in de toekomst de teksten voor de salespages laten schrijven door een professionele copywriter. Ik wil ook meer met video gaan werken op de salespages.

Ik krijg ook feedback van de deelnemers van ‘Bouw aan bedrijf ik’. Daar hou ik altijd rekening mee en ik ga dan ook een aantal webinars herwerken en opnieuw opnemen. Een ander aandachtspunt is de interactiviteit binnen de ‘Bouw aan bedrijf ik’-community. Ik vind dit heel belangrijk en ga ook zelf meer aanwezig moeten zijn om die gesloten groep actief te houden.

Voor mij is het wel duidelijk dat de impact van een webinar een én-én-verhaal is. Het is én de inhoud én de lancering én de follow-up én de mails vooraf die de kijkers warm maken om naar het webinar te komen. Het is de hele ketting die moet goed zitten en dat heb ik veel te lang onderschat.

CONCLUSIE

Een webinar is een effectieve tool waarmee je je organisatiedoelen, professionele doelen of persoonlijke doelen sneller en makkelijker kan bereiken.

Het is een communicatietool die je doelgericht kan inzetten voor zowel interne als externe communicatie.

Een webinar presenteren met I.M.P.A.C.T. doe je niet zomaar even. Het vraagt een goede voorbereiding, webinar presentatievaardigheden, cameratraining en een gedegen opvolging.

De I.M.P.A.C.T.-methode geeft je 6 cruciale handvaten om van je webinar een succes te maken.



GRATIS WEBINARS & SUPPORT

Wil je starten met webinars?
Laat het niet bij het lezen van dit eBook.

AAN DE SLAG

Met webinarsoftware zoals [GotoWebinar](#) kan je makkelijk zelf aan de slag.

WebinarSolutions.eu begeleidt je bij het ontwikkelen en presenteren van je webinar met I.M.P.A.C.T en alle professionele vormen van webinars en video.

Meer weten?

Stuur een e-mail naar sandra@webinarbook.eu of kijk op WebinarSolutions.eu

GRATIS WEBINARS

Ik wil je graag uitnodigen om je vragen en bedenkingen bij dit eBook met mij te delen. Ook je verhalen en ervaringen met webinars hoor ik graag. Zo kan ik mijn volgende publicaties en webinars optimaal afstemmen op jouw praktijksituatie.

Je bent dan ook hartelijk welkom op mijn volgende webinar.

[Klik hier voor de meest recente webinaragenda](#)

GRATIS DOWNLOADS

Download de gratis I.M.P.A.C.T video's en de laatste versie van dit ebook (in diverse talen beschikbaar) op WebinarSolutions.eu

Ik wens je alvast heel veel impact met je webinar.

Sandra

DE AUTEUR



Sandra De Milliano is hoofdredacteur van [HRDtv](#), auteur, Flipped Training Expert en CameraCoach van experten, executives en HRD professionals.

Twintig jaar geleden begon ze haar carrière op de VRT Nieuwsredactie waar ze o.a. heeft meegewerkt aan het VRT Journaal en het duidingsmagazine Terzake. Als freelance eindredacteur en journalist werkte ze samen met verschillende zenders en agentschappen in binnen- en buitenland zoals o.a. NOS, Reuters, Vitaya, SBS, EBU, BBC, RAI, TF1 , ... en de business-zender KanaalZ.

Vandaag adviseert en coacht Sandra executives en experten bij het doelgericht inzetten van video en webinar in learning & communicatie.

Haar tv-ervaring, samen met haar passie voor leren maken haar een veelgevraagd spreker en gastdocent in het domein van Virtual Leadership, Flipped Training en Webinar Solutions.

VOLG ME OP TWITTER [@demillianos](#)

Je zou me een groot plezier doen als je dit boek mee helpt te verspreiden via [Twitter](#)

MET DANK AAN

Vera Plasschaert & Sabine De Milliano
Marc, Phaedra & Milan Raymaekers

Koen Van Aken	Dimorf video en multimedia (www.dimorf.eu)
Hannie Mommers	MommersOntwerp.nl
Stefaan De Cock	Kind&Gezin.be
Stijn Miermans	Belfius.be
Rudi Daniels en Ilonka Sommen	Idewe.be
Joris De Vroey	Sentral.be
Saskia Smet	Numentum.be
Reinout Hoste	WebinarSolutions.eu

COLOFON

Copyright 2015 – Sandra De Milliano

Je mag alle teksten voor persoonlijk en niet-commercieel gebruik overnemen, citeren en in enkelvoud kopiëren, mits vermelding van de oorspronkelijke titel en auteur.

Ga naar WebinarSolutions.eu voor de meest recente versie, de laatste statistieken en bijhorende video's.