

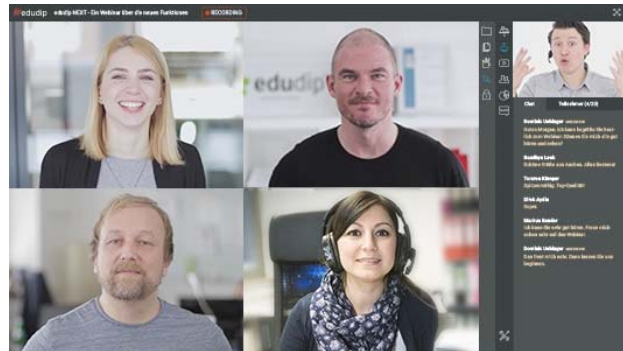
Leadgenerierung mit Webinaren

Webinare lassen sich ideal für die unterschiedlichsten Zwecke einsetzen. Auch im Bereich “Neukundengewinnung” werden Webinare immer bedeutender und inzwischen von vielen Unternehmern als effektives Mittel genutzt. Denn im Vergleich zu klassischen Akquiseverfahren, wie Telefonanrufen, bieten Webinare viele Vorteile, die wir Ihnen im folgenden Artikel näherbringen möchten.

Die Idee dahinter

Selten findet man “einfach so” neue Interessenten für das eigene Produkt, die eventuell sogar zu Kunden werden. Ein erster Schritt in Richtung Neukunde ist daher immer die **Generierung von qualifizierten Interessenten**, oder auch Leads genannt, und deren Kontaktdaten.

Die meisten Menschen geben Ihre E-Mail-Adresse oder Telefonnummer aber nicht grundlos weiter. Hier ist es daher besonders wichtig, dem potentiellen Interessenten einen Anreiz zu bieten, seine Daten weiterzugeben. Dieser **Anreiz** sollte für die Zielgruppe, die Sie ansprechen möchten, besonders interessant sein und **einen echten Mehrwert** darstellen.

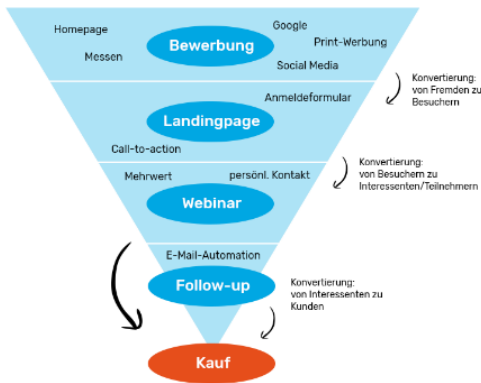


Akquise bisher vs. neue Möglichkeiten

Früher sah Akquise noch anders aus als heute: analog per Telefon oder sogar als Vertreter vor der Wohnungstüre wurde mühsam jeder einzelne Kontakt “abgeklappert”. Der Vorteil des persönlichen Gesprächs brachte aber dennoch Erfolge, die Sie heute mit Webinaren genauso abbilden können. Über Kamera & Mikrofon sind Sie **persönlich im Webinarraum** zu sehen und hören. Ihre Anwesenheit im Webinar ist dabei noch effizienter, da Sie **mehrere Interessenten gleichzeitig** ansprechen können und nicht für jeden Kontakt einen einzelnen Termin benötigen.

Mittlerweile werden auch herunterladbare PDF-Dateien gerne zur Leadgenerierung genutzt. Auch hier können Sie viele Nutzer ansprechen, jedoch bietet die Datei wenig persönlichen Kontakt.

Wie Sie sehen, haben Webinare entscheidende Vorteile, die andere Tools nicht bieten. Auch wenn wir hier nicht behaupten möchten, dass Telefonanrufe und andere Wege der Leadgenerierung komplett überflüssig sind. Mit dem **gesunden Mix aus verschiedenen Verfahren** erreichen Sie wahrscheinlich das beste Ergebnis. Zum Beispiel können Sie per Telefon nach dem Webinar den persönlichen Kontakt aus dem Webinar noch einmal aufgreifen und so einzelnen Interessenten nachgehen.



Der Vertriebs"trichter"

Bei der Neukundengewinnung steht als erster wichtiger Schritt die **Gewinnung von Kunden-Adressen** im Vordergrund. Dabei ist klar, dass nicht alle Interessenten zu Kunden umgewandelt werden können. Ein gewisser Prozentsatz kann jedoch meistens erfolgreich zu Neukunden konvertiert werden mit der Weiterverarbeitung der E-Mail-Adressen.

Um fremde Personen zu erreichen, braucht es zuerst eine **Anzeige**, die unter einem passenden Stichwort geschaltet ist, und/oder eine andere Form der Bewerbung. Über diese Werbemaßnahme erreicht ein potentieller Interessent dann Ihre **Landingpage**, wo er sich zum kostenlosen Webinar anmelden kann. Der nächste Schritt ist dann das **Webinar** selbst, gefolgt von der "Weiterverwendung" der gesammelten E-Mail-Adressen in Form von einer **E-Mail-Automation**. Aber schauen wir uns die einzelnen Schritte gerne etwas genauer an:

Ihr Webinar bewerben

Sie können Ihr Webinar ganz kostenlos in den **sozialen Netzwerken** teilen oder auf Ihrer eigenen **Homepage** bewerben. Als Alternative dazu erreichen Sie noch mehr potentielle Interessenten über eine **Werbeanzeige**. Diese können Sie z.B. in allen großen sozialen Netzwerken wie Facebook schalten. Besonders bekannt und mit einer bemerkenswert großen Zielgruppe ist Google Ads. Hier kann man Textanzeigen aufgeben, die z.B. in der Google Suche oder anderen Google Produkten wie Google Maps dargestellt werden. Außerdem können Sie hier Anzeigen im Displaynetzwerk schalten, d.h. Anzeigen mit Bild und Text, die auf anderen Webseiten angezeigt werden.

In keinem Netzwerk brauchen Sie unbedingt ein **großes Budget** für den Anfang. Viel wichtiger ist es, über die passenden Einstellungen bzw. Keywords die **richtige Zielgruppe** zu erreichen. Daher sollten Sie sich unbedingt vorher darüber im Klaren sein, wie genau Ihre Zielgruppe aussieht und wie Sie diese am besten erreichen.

Ihre Webinar-Landingpage

Über die Anzeige kommt der Kontakt anschließend auf Ihre Webinar-Landingpage und kann sich hier **kostenlos zu Ihrem Webinar** anmelden. Die Landingpage ist ein weiterer essentieller Teil des Trichters zur Neukundengewinnung. Bei edudip next können Sie die Webseite daher ganz nach Ihren Vorstellungen anpassen. Der Aufbau der Seite ist bereits aus vielen Jahren im Webinar-Business optimiert und hat so einen **präsenten Call-to-action**, der den Besucher direkt anspricht und nicht von weiteren auffälligen Elementen ablenkt.

Im Bereich "**Reporting**" der Software sehen Sie Klickzahlen und Anmeldequote, mit denen Sie Ihren **Erfolg analysieren** und Ihre Landingpage noch weiter optimieren können.

Das Herzstück: Das Webinar

Es ist ganz normal, dass nur eine Prozentzahl der angemeldeten Teilnehmer Ihres Webinars am Ende tatsächlich auftauchen wird. Im Webinar haben Sie nun die Möglichkeit, Ihre neuen Kontakte persönlich anzusprechen. Wer es bis hierhin geschafft hat, der hat sich auch gerne die Zeit dafür genommen und besitzt in jedem Fall **großes Interesse an Ihrem Webinar-Thema**.

Planen Sie Ihr Webinar am besten im Detail und gehen Sie **ausführlich auf den Mehrwert** ein. Ihre Zuschauer sind besonders auf den Inhalt gespannt. Oftmals geht es hierbei um eine **Lösung für ein bestimmtes Problem** des Teilnehmers. Wenn Sie an dieser Stelle schon zu genau und ausführlich auf Ihr Produkt eingehen, verprellen Sie unter Umständen viele Ihrer Interessenten.

Das Webinar sollte nicht zu lang sein, denn heutzutage hat kaum jemand mehr viel Zeit, um sich neues Wissen anzueignen. Wir empfehlen daher die **Dauer auf ca. 30 Minuten** anzusetzen und dann beliebig zu erweitern, je nachdem wie viele Fragen gestellt werden.

Nach dem Webinar – Follow-up

An dieser Stelle hat bereits der erste Kontakt im Webinarraum ein **gewisses Vertrauen** hergestellt. Bei einer großen Zuschauerzahl wollen Sie nun nicht alle Teilnehmer einzeln per Telefon kontaktieren, sondern vielleicht nur einzelne, deren Beiträge im Webinar-Chat von einem besonders großen Interesse gezeugt haben.

Um effizient alle Teilnehmer zu kontaktieren machen Sie im Idealfall von einem **Newsletter-Tool** Gebrauch. Bei edudip next profitieren Sie hier von den beiden neuen **Schnittstellen zu den Newsletter-Diensten CleverReach und Klick-Tipp**. Hier legen Sie bereits vor dem Webinar eine Reihe an Newslettern an, die automatisiert an Ihre Interessenten versendet werden. Anfangen können Sie hier zum Beispiel mit einer E-Mail, die direkt nach dem Webinar mit dem Betreff "Danke für Ihre Teilnahme" verschickt wird. Eine weitere Möglichkeit besteht darin, die **Aufzeichnung des Webinars** zu versenden, was besonders bei Nicht-Teilnahme einer Person interessant sein könnte. Mit einem **Coupon** machen Sie dann noch einmal konkret auf Ihr Produkt aufmerksam und geben einen deutlichen **Impuls zum Kauf**.

Wie bereits erwähnt ist an dieser Stelle auch ein Telefonanruf möglich, insofern Sie die Telefonnummer Ihres Kontakts verfügbar haben, um zum Beispiel auf Fragen aus dem Webinar einzugehen.

Rechtliches

Bitte achten Sie immer darauf, die Vorgaben der DSGVO zu befolgen. Dazu gehört in diesem Fall besonders die Einhaltung des Double-Opt-In-Verfahrens bei dem der Nutzer ausdrücklich zustimmt, dass er einen Newsletter erhalten möchte. Jedes Newsletter-Tool bietet dafür den automatischen Versand einer E-Mail an, in der der Nutzer dem Erhalt des Newsletters noch einmal zustimmt bevor er als Kontakt gespeichert wird.

Fertig? Niemals!

Hoffentlich konnten wir Ihnen im Groben die Struktur einer Leadgenerierung mit der Hilfe von Webinaren näherbringen. Jeder einzelne Aspekt (Werbeanzeigen, Landingpage etc.) ist aber ein **eigenes großes Thema für sich**. Dies bedeutet, dass Sie sich durchaus mit dem Thema auseinandersetzen müssen, davon jedoch auch auf jeden Fall profitieren. Analysieren Sie am besten von Anfang an Klickzahlen, Besucherzahlen & Anmeldungen. Nur so können Sie an jeder **Schraube des Trichters drehen** und diese nach und nach weiter verbessern.

Mehr zur Webinar-Software edudip next erfahren Sie unter <https://www.edudip-next.com/de>