

Viele Vermarktungskanäle nutzen

Je mehr Kanäle und je spezifischer Sie diese verwenden, umso höher die Zahl der Registrierungen



In den letzten Jahren hat sich die Zahl der Kanäle, auf denen wir für uns oder unser Produkte werben können, vervielfacht. Je mehr und je spezifischer Sie die ganzen Kanäle nutzen umso erfolgreicher vermarkten Sie Ihr Webinar. Trommeln Sie für Ihr Webinar im Internet, nutzen Sie aber auch klassische Wege wie Pressearbeit oder Mailings.

- **Eigene Internetseite für das Webinar anlegen.** Legen Sie für das Webinar eine eigene Seite an, auf der das Webinar beschrieben wird und auf der sich die Teilnehmer registrieren können. Achten Sie darauf dass der Anmeldevorgang so einfach wie möglich ist. Fragen Sie nur die Informationen ab, die Sie wirklich benötigen. Wenn Ihnen Name und E-Mail-Adresse reicht – umso besser.
- **Produzieren Sie ein Webinar-Banner auf Ihrer Internet-Startseite.** Erstellen Sie ein Banner mit einer Aufforderung, sich für Ihr Webinar anzumelden und platzieren Sie es auf Ihrer Homepage. Dadurch werden sie alle erstmaligen Besucher Ihrer Websites anlocken, an dem Webinar teilzunehmen, um mehr über ein Thema, das Unternehmen und Ihre Angebote zu erfahren.
- **E-Mail-Kampagne**
 - **Bestehende Kontaktliste.** Nutzen Sie Ihre bestehende Liste von Ansprechpartnern und Kontakten und senden Sie diesen Ihre Webinar-Informationen entweder direkt über die Webinar-Software oder per E-Mail zu.
 - Wenn Sie einen **Newsletter** besitzen, vergessen Sie nicht, eine kleine Beschreibung und einen „Aufruf zur Registration“ für das Webinar hinzuzufügen.
 - **Neue Kontaktliste.** Sie können auch die Verbesserung Ihrer Kontaktliste mit zusätzlichen neuen Kontakten erwägen. Wenn Sie Ihr Zielpublikum identifiziert haben, können Sie zusätzliche Kontakt-Listen sogar kaufen oder durch Projekt-Partner erwerben.
 - **Erstellen Sie eine E-Mail-Signatur,** die Ihr Seminar promotet und einen Link auf die Webinar-Registrierungs-Seite beinhaltet. So können Sie bei jeder Mail, die Sie oder Ihr Team versendet, neue Teilnehmer gewinnen.

- **Laden Sie Webinar-Informationen auf Dokument-Sharing Sites.** Scribd, docstoc, SlideShare und andere Dokument-Sharing-Websites haben eine große Anzahl von Nutzern. Das Hochladen von Webinar Informationen auf diesen und ähnlichen Websites wird Ihnen helfen, Ihr Webinar bekannter zu machen.
- **Schreiben Sie einen Blog-Post.** Schreiben Sie einen überzeugende Blog-Post über Ihr Webinar in Ihrem Corporate oder eigenen Blog, mit klarer Beschreibung des Webinars und den Informationen und dem Nutzen, den Ihr Publikum dadurch bekommen wird. Ein überzeugender Blog-Post über Ihr Webinar kann leicht auf verschiedenen Bookmarking Sites landen oder mittels Social Media verteilt werden. Wenn Ihre Teammitglieder einen aktiven Blog haben, können Sie sie motivieren, auch einen Blog-Eintrag zu gestalten.
- **Pressemitteilungen.** Sie können online über kostenpflichtige oder kostenlose Dienste wie Pressemitteilungen einreichen (www.online-artikel.de; www.openpr.de; www.firmenpresse.de; www.pr-inside.com; www.presseanzeiger.de; www.PRWeb.com). Senden Sie Ihre Mitteilungen auch an lokale Medien, Fachzeitschriften, Internetpublikationen, Fachportale oder andere Websites.
- **Affiliate-Marketing.** Erstellen Sie eine spezielle E-Mail, Blog-Postings oder Twitter-Kampagne, die Ihre Partnern an ihre Listen verschicken können und damit Ihre Veranstaltung fördern. Im Gegenzug können Sie in Ihrem Webinar oder auf Ihrer Website zu den Partnern verlinken oder sie erwähnen. Im Affiliate-Marketing können Partner (auch Affiliates genannt) mit speziellen Werbe-Links in ihren Homepages, Websites, Blogs, E-Mails, Newsletter, Suchmaschinen, Videos, Feeds und sonstigen Online-Inhalten werben, bekommen dafür eine Gegenleistung.
- **Laden Sie ein Video-Teaser hoch.** Veröffentlichen Sie ein Video-Teaser auf YouTube, Vimeo oder einer anderen Video-Plattform. Der Vorteil ist, dass Videos auch von Google indexiert werden und Sie so zu einem bestimmten Thema auch als „Treffer“ aufgelistet werden und von vielen Menschen gefunden werden können. Außerdem reagieren Internetnutzer positiver auf audio-visuelle Medien, und Sie können noch gezielter und effektiver Menschen ansprechen.
- **Webinar mittels Social-Bookmarking-Seiten bekanntmachen,** wie Digg, Stumble Upon, Buzz Up und andere. Der Schlüssel ist dabei eine interessante Schlagzeile zu wählen und geeignete und aktiv gesuchte Tags auszuwählen.
- **Presentation-Sharing.** Verwenden Sie Slideshare, Google Präsentation oder Box.net, um dem Thema relevante Präsentationen und andere Inhalte zu veröffentlichen: Es gibt keinen besseren Weg, um Ihrer Veranstaltung einen höheren Popularitätsgrad zu verschaffen als durch den Austausch von Inhalten nach der Veranstaltung. Presentation-Sharing ist ein oft übersehener Kanal für die Distribution von Inhalten.

- **Verwendung von Social Media für Ihre Webinar-Förderung.** Social Media und Social sind zwar nicht die einzige Antwort auf alle Herausforderungen, Webinare zu promoten, können aber mächtige Tools werden, die Sie im Marketing unterstützen.

Verstärken Sie Ihre Aktivitäten dort, wo Ihre Zielgruppe im Netz zu finden ist



- **LinkedIn/Xing, Twitter, Google+ und Facebook** sind jedoch weltweit die wichtigsten und relevantesten Social Media Dienste, allen voran für Marketing und das Erhöhen der Anzahl von Zugriffen auf Ihre Webinare. Es ist nicht empfehlenswert, nur darauf für die Förderung Ihrer Veranstaltung zu setzen. Je mehr Kanäle Sie verwenden, desto besser.
- **LinkedIn/Xing.** LinkedIn und Xing sind ein wunderbares Werkzeug, das Sie nutzen können, um Ihr Event-Marketing zu verbessern. Sie unterstützen vor allem die Promotion von Webinaren im B2B-Bereich.
 - Erstellen Sie eine Gruppe für Ihre Veranstaltung: Laden Sie Leute ein Ihrer Gruppe beizutreten, starten Sie Diskussionen rund um die Veranstaltung oder eventbezogenen Themen, geben Sie wichtige Neuigkeiten an Ihr Publikum weiter.
 - Veröffentlichen Sie eine Agenda, um ihrem Publikum zu zeigen, welche Inhalte Sie vermitteln werden, und locken Sie so auch eine größere Zielgruppe an.
 - Verwenden Sie Wordpress oder BlogLink als Anwendung für Event-Blogs: Dies ist eine großartige Möglichkeit, Ihre Meinungsführerschaft in Ihre LinkedIn-Präsenz zu integrieren oder um Traffic (Besucherströme) auf Ihre Veranstaltungssite anzutreiben. Dies wird auch die SEO- Ergebnisse (Suchmaschinenoptimierung, Search Engine Optimization) Ihrer Veranstaltung steigern.
 - Verwenden Sie LinkedIn-Umfragen zu Ihrem Publikum. LinkedIn-Umfragen sind eine einfache Möglichkeit, Fragen an Ihr Publikum zu stellen. Oder starten Sie einige interessante Gespräche, um mit Ihren Nutzern zu interagieren.
 - Kaufen Sie Werbung auf LinkedIn, um Ihr Ereignis zu fördern: LinkedIn-Werbung wird oben neben den Benutzerprofilen von Interessenten angezeigt. Dies ist eine großartige Möglichkeit, um Ihre

- Veranstaltung zielgruppenspezifisch zu bewerben, indem Sie anhand spezieller Kriterien Ihre Anzeigenkampagne ausrichten.
- Verwenden Sie die erweiterte Suche, um Teilnehmer, Referenten, Analysten, Presse, Medien, Partnern oder anderen interessierten Parteien für Ihre Ereignisse zu identifizieren.
 - Verwenden Status-Updates, um das Ereignis zu fördern: Posten Sie täglich relevante Informationen und alles was rund um das Ereignis passiert.
 - Legen Sie Stichworte und Informationen über die Veranstaltung an, um sie besser sichtbar zu machen als eine Veranstaltung für Menschen, die sich für diesen Bereich interessieren. Sie können auch Personen zu der Veranstaltung einladen und auch Updates und Ankündigungen über das Ereignis posten
 - **Twitter.** Eine schnelle und einfache Strategie, wenn es um die Förderung eines Webinars geht.
 - Erstellen Sie 20 oder mehr Tweets und posten Sie sie alle zwei Stunden. Da Menschen auf Twitter zu allen Stunden des Tages und der Nacht zu erreichen sind, kommen Sie hier an unterschiedliche Zielgruppen heran. Die Formel für eine Twitter-Kampagne ist 2-3 Tweets mit Ratschlägen, Tipps, Zitaten oder Links zu anderen Websites mit guten Tipps und Hinweisen mit einem bit.ly-Link zu verpacken, damit Sie Ihren Traffic verfolgen können.
 - Beginnen Sie mit dem Aufbau einer großen Menge Follower. Wenn Ihr Inhalt konsequent, relevant und interessant ist, haben Sie eine engagierte Gruppe von Anhängern.
 - Kennen Sie Ihre Zielgruppe und was ihr gefällt.
 - Wenn Sie einen bekannten und angesehenen Experten als Presenter haben, nutzen Sie dessen Bekanntheitsgrad.
 - Machen Sie Ihre Tweets retweetable. Halten sie ihre Tweets so präzise wie möglich (etwa 80-90 Zeichen), so gibt es genügend Zeichen für die Menschen zu retweeten und Ihre Worte zu verbreiten.
 - Erstellen Sie einen Twitter-Hashtag für Ihre Veranstaltung und beziehen sie es in E-Mail-Einladungen, Erinnerungen, etc. ein, um mit ihrem Publikum vor, während und nach dem Webinar zu interagieren. Um das Twitter-Potenzial völlig auszuschöpfen, nutzen sie die Macht der Hashtags aus. Twitter-Hashtags sind Codewörter (unter Voranstellung des "#"-Symbol), die Ihre Beiträge für die Stichwortsuche bestimmen. Zum Beispiel, wenn Sie den Hashtag „# Webinar“ in Ihrem Tweet einbeziehen, wird jeder, der nach dem Hashtag „Webinar“ sucht, Ihr Webinar und Ihre Tweets finden.
 - Verwenden Sie Wörter, die am wahrscheinlichsten retweeted werden (abhängig von Ihrem Thema). Bedanken Sie sich bei allen für Retweets.

- Beziehen Sie Beeinflusser, die Sie persönlich kennen, mit ein, indem diese Sie mit einem Retweet unterstützen würden. Laden Sie einen oder zwei Influencers zu Ihrem Webinar ein.
- Fügen Sie einen Link zur Registrierung in jeden Tweet über das Ereignis ein.
- **Facebook:** Posten Sie Ihre Webinar-Details und einen Anmeldeformular-Link auf Ihre oder die Facebook-Seite Ihrer Firma. Durch das Facebook-Event-Modul können Sie die Details der Veranstaltung posten und die Mitglieder Ihres Netzwerks einladen. Wenn Sie Markenbotschafter haben (Mitarbeiter in Schlüsselpositionen), die Ihre Botschaft verbreiten können, stellen sie sicher dass sie auch den Webinar-Link im ihren Status-Updates und in allen relevanten Gruppen, denen sie angehören, einbeziehen. Facebook kann sehr nützlich sein, wenn Sie Webinare im B2C-Bereich anbieten, sich also direkt an den Endkunden richten.
- **Google+:** Nutzen Sie Google+ wie einen Blog und schreiben Sie relevante Inhalte zum Webinar-Thema. Positionieren Sie sich inhaltlich als Experte, der etwas Interessantes zu sagen hat, dann wird Ihr Beitrag gelesen und geteilt. Verlinken Sie auf Google+ auch alle Pressemeldungen, Artikel und sonstigen Marketingaktivitäten. Beziehen Sie Ihre Kreise schon im Vorfeld über Fragen, Umfragen, Diskussionen in die Webinarproduktion ein.
- **Integrierte Social-Media-Lösungen:** Beachten Sie, dass einige Softwareanbieter integrierte Social-Media-Funktionen anbieten. Für die Trainingslösung GoToTraining bietet beispielsweise Citrix Systems eine neue Social-Sharing-Funktion. Diese Funktion ermöglicht es Trainern, ihre Kurse, Programme und Registrierungsinformationen über Twitter, Facebook und LinkedIn anzubieten und mit anderen zu teilen. Trainer können so eine einzige Online-Plattform nutzen, um Trainingssessions zu bewerben, zu vermarkten, zu halten und zu monetarisieren.