



[Start](#) > [Wirtschaft](#) > [Unternehmen](#)

14.01.2019

Unternehmen

Mehr Verkaufen durch Webinare

Wer Kunden überzeugen will, muss Inhalte liefern. Nur wer echten Nutzwert statt hohler Werbephrasen bringt, bleibt nachhaltig in Erinnerung und kann sich über Umsatz freuen.

Investition in Webinare lohnt sich

Professionelle Webinare mit hochkarätigen Speakern kosten zunächst einmal Geld. Das weiß das Consultingunternehmen tempus seit 2017. Die Firma veranstaltet in diesem Jahr zum dritten Mal den [Online-Personalkongress](#). Mit 50 Webinaren in zehn Tagen, 38 Stunden Webinarzeit und rund 25.000 Teilnehmern ist der Online Personal-Kongress 2018 die Nummer eins im deutschsprachigen Raum.

Nach der ersten Veranstaltung Mitte 2017 haben die Organisatoren nochmal eine Schippe draufgelegt: National bekannte Redner wie Dirk Kreuter, Bodo Schäfer und Boris Grundl präsentierten 2018 Managementthemen in der zweiten Runde der live gestreamten Veranstaltung.

Das Ziel ist es, Markenbildung und Bekanntheitsgrad zu steigern. Das Event hilft aber auch dem Vertrieb, wenn er passgenaue Dienstleistungen anbieten kann. Die Consultants investieren in Technik, Werbung und die Redner. Die ganze Organisation liegt ebenfalls bei den Gängern. Zahlen mussten die Teilnehmer vom 30. Juli bis 10. August 2018 für den hochwertigen Content nichts. Und tempus schwimmt weiter auf der Erfolgswelle: 2019 ist die dritte Auflage des Web-Kongresses geplant.

Die gesammelten Adressdaten sind außerdem Gold wert, wenn man sie richtig einsetzt. Eine gute Vorlage für Berater, wenn sie wissen, welcher User sich für welches Thema interessiert hat. Außerdem ein idealer Anknüpfungspunkt, wenn der Vertrieb ins Verkaufsgespräch gehen will. Eine verbesserte Conversion vom Interessenten zum Auftraggeber konnte tempus dadurch bereits verzeichnen.



So sehen viele Veranstaltungen heute nicht mehr aus, stattdessen trifft man sich heute per Webinar. (Foto: tempus)

Webinare entlasten den Vertrieb

Auch der Experte für digitale Bildung, die [IMC](#) AG aus Saarbrücken, nutzt Webinare zur Verkaufsförderung. Hier dienen die Live-Vorträge einerseits dazu, die Produkte des IT-Unternehmens zu erklären. „Software, Online-Plattformen und Lernumgebungen sind eben nichts, was man anfassen oder sich vorstellen kann. Wer unsere Produkte in einem Webinar gesehen hat, der versteht ihren Nutzen besser“, sagt Vorstand Christian Wachter.

Weiterer Vorteil: Die Mitschnitte der Veranstaltungen können später als Datenbank fungieren, in der man knifflige Fragen jederzeit nachschauen kann. „Auf diese Weise entlasten die Tutorials auch unsere Vertriebsmitarbeiter, indem sie nicht immer wieder dieselben Fragen beantworten müssen. Denn viele potenzielle Kunden informieren sich inzwischen über das Internet, bevor sie Kontakt aufnehmen“, so Wachter.

Aber IMC setzt nicht nur auf den reinen Verkaufseffekt. Durch Trend-Themen beim E-Learning, wie Performance Support und Virtual Reality, werden gezielt Entscheider aus Personal- oder Bildungsabteilungen in Unternehmen angesprochen und über aktuelle Entwicklungen informiert. „Wir bieten in diesen Formaten echten Nutzwert und formen unsere Marke. Wir wollen nicht vorrangig etwas verkaufen“, erklärt Wachter.

Studie: Webinare werden kurz vor Schluss gebucht

Doch wie bekommen B2B-Unternehmen ihre Webinare voll? Die Plattform GotoWebinar hat jüngst eine Studie dazu vorgelegt. Veranstalter bewerben ihre Online-Seminare vor allem über Webseiten, Newsletter und über Partner.

So hat das auch Markus Bendele gemacht: „Alle unsere Referenten haben selbst kräftig die Werbetrommel gerührt und so gemeinsam mit uns einen großen Schneeball erzielt.

Stichwort: Multiplikatoreffekt.“ Die sozialen Medien folgen laut Umfrage auf den mittleren Plätzen. Wenig genutzt für die Bewerbung von Webinaren werden Direktmailings und persönliche Telefonate.

Wer kurz vor dem Termin nur wenige Anmeldungen zu verzeichnen hat, der sei unbesorgt. Die Studie fand im vergangenen Jahr heraus, dass sich mehr als zwei Drittel der Nutzer (69 %) erst in der Woche vor dem Webinar anmelden. Die Hälfte davon sogar am selben Tag.