

初めてのウェビナーをやる前に！

必ず読むべき ウェビナー成功ガイド



Smart Webinar

Powered by EXPOLINE





テレワークや会議のオンライン化など、新しい働き方も広まり、マーケティングの1つの手段としてセミナーをオンライン化したウェビナーも主流になりつつあります。
本書ではウェビナーについての基本情報から実施するまでのポイントなどをお伝えします。

このような方におすすめ

- ✓ マーケティング担当者
- ✓ ウェビナーについて知りたい方
- ✓ 今後ウェビナーを実施したい方

目次

1. ウェビナーとは
2. ウェビナーのメリット
3. ウェビナーのデメリット
4. 対面型セミナーとウェビナーの違い
5. ウェビナーの効果を最大限に高めるために必要なこと
6. 初めてのウェビナーも完全サポート「Smart Webinar」
7. 「Smart Webinar」の機能
8. 「Smart Webinar」のレポート
9. 会社概要

開催の手間が少ない



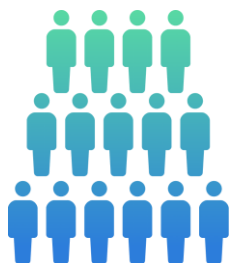
PC1台あれば他の設備が無くても開催可能、また会場や不必要な運営スタッフの手配も不要なので手間が少ないです。

開催コストが低い



左記に挙げた会場や運営スタッフの手配が不要、にも関係しますが、対面式のセミナーのような経費がかからないためコストを抑えて運営することができます。

大人数を集客できる



対面式のセミナーの場合は大人数を集客したい場合、それに見合った大きさの会場が手配できないと実現不可能ですがウェビナーの場合はオンラインのため容易に大人数を集客することが可能です。※使用ツールの人数制限によります

非接触で開催できる



オンラインのため非接触でのイベント開催が可能です。新型コロナウイルスなどの感染症拡大防止にも寄与することができます。



通信環境次第で遅延、 停止する可能性がある

運営側の通信環境がよくない場合、ウェビナーが遅延してしまったり、音声途切れたり、場合によっては停止してしまう可能性があります。



参加者が離脱しやすい

参加者は運営側に基本顔が見えないため、対面式のセミナーと比較し、途中飽きたら離脱しやすい環境と言えます。



参加者の顔が見えないので 雰囲気を読みづらい

講師、運営側は参加者の顔が見えないため、参加者の反応や理解度を見て話を調整するといったことが難しいです。



交流会など参加者同士の 交流が目的のイベントは難しい

オンラインであったり、参加者同士の情報もわからないため、交流を目的としたイベントの実施は難易度が高いです。

	会場	コスト	運営の手間
対面型のセミナー	✕ 必要 集客人数に合わせた広さの会場手配が必要	✕ 高い 会場費、人件費、雑費などが必要	✕ 多い 運営スタッフの管理、備品・機材の設営、撤去など（規模が大きい場合には内装なども）
ウェビナー	○ 不要 オンラインなので集客規模に関わらず会場手配は不要	○ 低い 必要なのは基本的にウェビナーツールの利用料のみ	○ 少ない PC・スマホ1台あれば実施可能。人員も最低人数がいればOK

会場、コスト、運営の手間全てにおいて従来の対面型のセミナーよりウェビナーの方が
効率よく実施しやすい場合が多いです

ただし、単にウェビナーを開催するだけでは効果を最大化することはできません。ウェビナーの開催、運営以外に以下のようなことも検討、実施していく必要があります。



参加者への資料提供・
アンケート配信



当日参加できなかった
申込者へのフォロー



ウェビナーの結果分析・
後追い

ウェビナーの効果を最大限に高めるために必要なこと



① 参加者への資料提供・アンケート配信

——— なぜ必要なのか

単にウェビナーを聞いてもらうだけでは次のステップに繋げることが難しく、参加者の興味関心を把握したり、次のアクションを提示するため。



ウェビナー資料の提供



アンケートの配信

ウェビナー後に参加者が意思決定するための参考としてウェビナー資料(ウェビナー動画を提供する場合もあり)の提供をしたり、ウェビナーで訴求した商品・サービスのニーズを聞くためにアンケートの配信を行ったりする方法があります。
アンケートを解答してくれた参加者に特典として資料・動画を提供、というやり方も効果的です。



② 当日参加できなかった申込者へのフォロー

——— なぜ必要なのか

ウェビナーの申込をしても全ての方が確実に参加してくれるとは限りません。不参加者が出る前提でフォローアップを検討する必要があるため。



不参加者への声掛け



見逃し配信

どのウェビナーでも一定数の不参加者は出てしまいます。参加者のみに後追いするケースもありますが、不参加者への声掛けも必要に応じて検討、実施するといいいでしょう。

また、当日やむを得ない事情で不参加だった方のために当日の録画を見逃し配信という形で提供するのも効果的です。



③ ウェビナーの結果分析・後追い

——— なぜ必要なのか

ウェビナーも営業施策のため費用対効果の分析は必要不可欠。また、参加者の分析などを行わないとその後の後追いもうまくいかないため。



費用対効果



参加者のデータ

ウェビナーにいくらの経費（運営費、講師費用など）をかけて、いくらのリターンを生み出せたかの費用対効果を毎回算出してウェビナーの価値を高めていきましょう。

後追いに関しては参加者の属性や興味などのデータを基に、全参加者一律の後追いではなく、優先度をつけ効率的に実施していきましょう。



ウェビナーは従来のセミナーと比較すると効率的に実施できるためマーケティング施策としておすすめです。

ただし、本書でもお伝えした**ポイントを抑えて行わないとその後の商談や受注に繋がらず**、運営工数が無駄になってしまう可能性もあります。

しかし、これから初めてウェビナーを実施する場合、全てのポイントを実施することは難易度が高かったり、慣れないと予期せぬトラブルになってしまう可能性もあります。

そこで、外部のウェビナーツールを使用するという選択肢もあります。

次ページより初めてのウェビナーを完全サポートする

 **Smart Webinar** をご紹介します。
Powered by EXPOLINE



Smart Webinarはウェビナー開催が初めての方でも必要なタスクを
一気通貫で行うことが可能です。



Smart Webinar

Powered by EXPOLINE





登録フォーム作成

ウェビナー申込用の登録フォームを5分で作成可能です(取得情報も自由に設定可能)



ライブ配信・疑似ライブ配信

ライブ配信はもちろん、録画を利用した疑似ライブ配信も簡単に実施可能です



資料ダウンロード

あらかじめ資料を格納し、ウェビナー参加者が簡単にダウンロードすることができます



アンケート

ウェビナーの参加者用アンケートを作成する機能です



チャット

ウェビナー参加者とチャットでコミュニケーションをとるための機能です



zoom・teamsと連携

外部ツールと連携しスムーズなウェビナー運用が可能です



見逃し配信

ライブ配信したコンテンツを日時指定だけで自動で見逃し配信可能です



成果レポート

BI機能内蔵で参加者情報などを見やすく分析も簡単にできます



メール配信

メール配信ツールを別途準備せずともツール内で送信可能です



ダッシュボード

かけたコストと登録者数からウェブナー毎のCPAが見れたり月毎の登録者情報などサマリーが見れます



ステータス

ウェビナーの企画から実施後の検証・分析まで各ステップ毎のステータスや各種情報が見れます



分析

ウェビナー実施後の参加者、歩留まり率、アンケート回収数などの情報を基に振り返りができます



A STEP IN I.T.,A NEW STEP FORWARD.

ITで踏み出す新たな一歩をともに

会社概要

社 名 : 株式会社スプラシア

代表者 : 代表取締役社長 中島 優太

事業内容 : 開発プラットフォームを活用したITサービス開発
イベント領域におけるSaaS製品の提供

本社所在地 : 〒104-0031

東京都中央区京橋3-1-1

東京スクエアガーデン20F

TEL 03-6820-8620 / FAX 03-6820-8625



Smart Webinarについて
問い合わせをする