

ON24

HITOS DE LOS SEMINARIOS WEB UN INFORME DE ON24

2021 - EDICIÓN PARA EMEA

ÍNDICE

DECLARACIÓN EJECUTIVA	04
» Metodología	05
EL ÉXITO DE LOS SEMINARIOS WEB	06
» Volumen de seminarios web	06
VALORES DE REFERENCIA PREVIOS A LOS SEMINARIOS WEB	07
» Ciclo promocional	07
» Los días idóneos para enviar correos electrónicos promocionales	08
» Los días idóneos para lograr una mayor asistencia	09
» La mejor hora para celebrar seminarios web	10
IMAGEN DE MARCA PARA SEMINARIOS WEB	11
VALORES DE REFERENCIA PARA SEMINARIOS WEB EN DIRECTO	11
» Tiempo medio de visualización	11
» Conversión de inscritos a asistentes	11
» Índice medio de asistentes	12
» Integración de herramientas de participación	13
» Integración de vídeo	14
PERSONALIZACIÓN DE SEMINARIOS WEB	15
VALORES DE REFERENCIA POSTERIORES A LOS SEMINARIOS WEB	16
» Visualización bajo demanda	16
» Tiempo de visualización bajo demanda	16
» Inscripciones posteriores a los eventos en directo	17
» Uso de datos posteriores a los seminarios web	18
» Los seminarios web en el ciclo de ventas y marketing	19
CONCLUSIONES	20

DECLARACIÓN EJECUTIVA

Desde el nacimiento de Internet, la cantidad de tiempo que los usuarios dedican a participar en canales digitales ha crecido a un ritmo vertiginoso. ON24 ha estado presente en casi todo este proceso desde su fundación en 1998. Sin embargo, los acontecimientos de 2020 provocaron una explosión repentina de la participación en el mundo digital.

En la actualidad, los profesionales del B2B pueden participar en Internet de muchas más formas que nunca antes. La audiencia tiene una gran oferta donde elegir y, ante las experiencias que pueden obtener como consumidores (como las de Amazon para las compras o Netflix para el entretenimiento), estar a la altura de las expectativas puede ser muy complicado.

Dicho esto, ¿qué sucede con los seminarios web? ¿Este canal sigue atrayendo a la audiencia y conectando con ella más de dos décadas después de su invención?

Nuestro último informe de "Hitos de los seminarios web" lo confirma sin margen de duda.

Incluso con tantos canales y experiencias diferentes donde elegir, las organizaciones han aumentado considerablemente el número de seminarios web que producen. Así, en el año 2020 el número de seminarios web ofrecidos en la plataforma de experiencias digitales de ON24 **creció un espectacular 162 %**. En ON24 se organizaron más de 250.000 seminarios web de ON24 y, de ellos, más de 100.000 eventos virtuales contaron con más de 100 participantes.

Más impresionante todavía es el crecimiento del número de personas que participan en los seminarios web. **Los asistentes han crecido un 251 %**, hasta superar los 60 millones. **Las horas de contenido de seminarios web consumidas también han crecido un 290 %**, con **61 millones de horas de contenido** en 2020.

Estas cifras demuestran que los seminarios web ofrecen algo especial. Cuando se le da a elegir, la audiencia prefiere la conversación y la interacción bidireccional, en lugar de las experiencias pasivas. Quiere poder acceder al contenido a su gusto y disfrutar de experiencias que valgan la pena y que mejoren y se personalicen con el tiempo.

Los seminarios web permiten hacer todo esto y obtener información que permita ofrecer experiencias cada vez mejores.

Con estas bases de partida, ¿qué rendimiento tienen tus seminarios web? En este informe anual de "Hitos de los seminarios web", hemos analizado miles de seminarios web con millones de asistentes, con el objetivo de ofrecerte una referencia de "buenas" prácticas y resultados. Descubre cómo lo están haciendo tus colegas... y cómo puedes ofrecer experiencias todavía mejores en 2021.

METODOLOGÍA

ON24, la plataforma de seminarios web líder en el mundo, ha recopilado los datos de este informe. Los eventos recogidos en este análisis se han seleccionado entre un número aleatorio de seminarios web de ON24 realizados en las regiones de Europa, Oriente Medio y África (EMEA) en 2020.



En este análisis, ON24 ha tomado valores de 17.624 seminarios web



Todos los seminarios web se celebraron entre enero y diciembre de 2020



Todos los seminarios web tuvieron al menos 100 asistentes



Los eventos son una muestra representativa de más de 1000 cuentas



Hay empresas de todos los tamaños, desde pymes a grandes empresas

Para complementar el análisis, se ha encuestado a unos 100 clientes de ON24 de todo el mundo. El propósito era añadir más información a los datos procedentes de la plataforma. Además, se han incorporado las principales conclusiones

del [informe "Experiencias en todas partes" de ON24](#), basado en una encuesta con una base más amplia que incluye también a profesionales que no utilizan ON24.

Este estudio examina las estadísticas a lo largo del ciclo de vida de los seminarios web, e incluye métricas relativas a promoción e inscripción, interactividad, hábitos de visualización de la audiencia, y conversión y asistencia en directo y bajo demanda. A menos que se señale de otra forma, este estudio utiliza las siguientes definiciones:



Seminarios web en directo: eventos de audio o vídeo emitidos en un día y a una hora concretos.



Seminarios web bajo demanda: eventos de audio o vídeo que los asistentes pueden ver siempre, incluidas las emisiones en directo archivadas.



Inscritos: clientes potenciales inscritos para ver un evento.



Asistentes: clientes potenciales que se inscribieron y han asistido a un evento.

EL ÉXITO DE LOS SEMINARIOS WEB

VOLUMEN DE SEMINARIOS WEB

59 %

de los encuestados tienen pensado aumentar el número de seminarios web que producen en 2021.

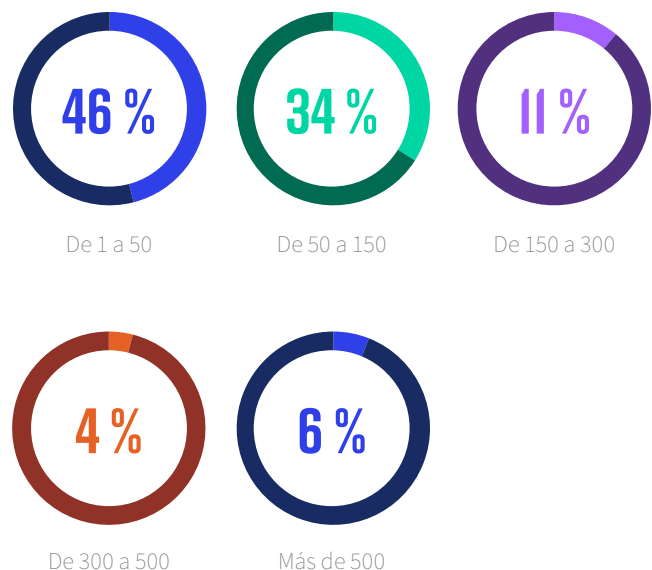
Los seminarios web son idóneos para actividades de comunicación de todo tipo. En ON24, distinguimos tres aplicaciones más habituales: el marketing, la formación y la capacitación continua. Muchas organizaciones llevan a cabo las tres actividades.

El número de seminarios web que imparte una empresa al año cambia en función de su audiencia, recursos y objetivos de negocio. No hay una fórmula universal: lo que determina el éxito de un programa de seminarios web es la calidad del contenido, no la cantidad de seminarios que se producen.

Alrededor de **un tercio (34 %) de los clientes de ON24 encuestados realizaron entre 50 y 150 seminarios web en 2020** y menos de la mitad (46 %), menos de 50. Entre los encuestados, alrededor de seis de cada diez (59 %) afirman que tienen previsto aumentar el número de seminarios web que producen en 2021.

Los programas de seminarios web en serie con un anfitrión y un formato fijos son un método que pueden utilizar los productores para aumentar el volumen de los seminarios web y, al mismo tiempo, reducir el tiempo necesario para organizar un evento. Alrededor de la mitad (51 %) de los encuestados ha adoptado esta estrategia y otro 11 % tiene previsto hacerlo.

Media de seminarios web en 2020



CONSEJO DE ON24: DEBERÍAS PRODUCIR UN FLUJO REGULAR DE CONTENIDO DE SEMINARIOS WEB.

No caigas en la trampa de ver los seminarios web como una simple táctica que añadir al final de tus campañas de marketing o de tus iniciativas de formación y capacitación. Te recomendamos que los conviertas en un componente habitual de tu actividad de marketing. A medida que realices más sesiones, descubrirás qué es lo que da buenos resultados con tu audiencia y así podrás mejorar tus resultados.

VALORES DE REFERENCIA PREVIOS A LOS SEMINARIOS WEB

CICLO PROMOCIONAL

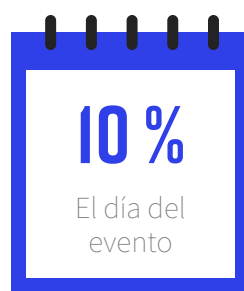
15 % de los inscritos se registran en los seminarios web el día de la emisión.

Los seminarios web sirven para construir audiencias y escalarlas. El contenido del seminario web es clave, pero también lo es la forma de promocionarlo. Dar a conocer tus seminarios web (o incluso conseguir que causen sensación) debe ser un trabajo coordinado que comience al menos dos semanas antes del lanzamiento, o incluso antes.

En EMEA, la mayoría (53 %) de las personas que se inscriben en seminarios web lo hacen en los siete días anteriores a la celebración del evento o incluso el mismo día. Por el contrario, quienes se inscriben con al menos 15 días de antelación constituyen el 26 % de la muestra, lo que supone un descenso de nueve puntos con respecto a 2020.

Esta caída en el volumen de inscripciones con antelación puede atribuirse al enorme aumento del número de eventos virtuales celebrados en 2020.

El cambio probablemente se haya visto impulsado por el aumento de la visualización bajo demanda, ya que los usuarios se inscriben antes a los seminarios web con la seguridad de que podrán ver la grabación más tarde si no pueden asistir en directo.



CONSEJO DE ON24: UNAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN MÁS LARGAS SE TRADUCEN EN UN MAYOR NÚMERO DE INSCRITOS.



Un ciclo de promoción más largo puede aumentar las tasas de inscripción y la probabilidad de convertir a los inscritos en asistentes. No obstante, los correos electrónicos de promoción no pueden limitarse a ser meros recordatorios. Para empezar con buen pie, debes incluir contenido complementario y crear entusiasmo y expectación antes del seminario web. Encontrarás más consejos en nuestra [guía de prácticas recomendadas para promover la inscripción en seminarios web](#).

LOS DÍAS IDÓNEOS PARA ENVIAR CORREOS ELECTRÓNICOS PROMOCIONALES

64 % de las empresas que imparten seminarios web para marketing basado en cuentas lo hacen directamente a través del correo electrónico.

El correo electrónico es el canal más eficaz para promocionar los seminarios web y para conseguir inscripciones, por lo que es un área a la que conviene prestar una atención cuidadosa. Como se ha demostrado en anteriores informes de referencia, los correos electrónicos promocionales que se envían a mitad de semana son los más efectivos. **Los martes, miércoles y jueves son los días que dan mejores resultados**, y suponen unas dos terceras partes (63 %) de las inscripciones.



LOS DÍAS IDÓNEOS PARA LOGRAR UNA MAYOR ASISTENCIA

49 % de los clientes de ON24 dicen que tienen uno o varios anfitriones fijos para sus seminarios web.

A mitad de la semana también es el mejor momento para celebrar un seminario web y, como antes, **los miércoles y los jueves vuelven a ser los mejores días**. Sin embargo, el mejor día para un seminario web dependerá en última instancia de tus objetivos y audiencia.

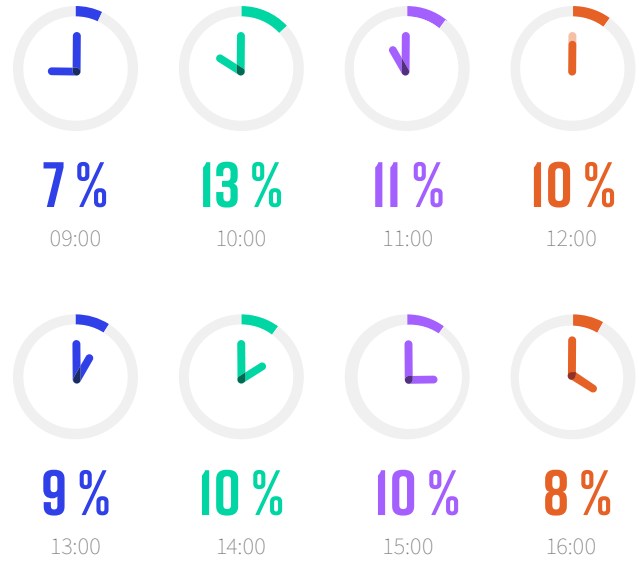


VALORES DE REFERENCIA PREVIOS A LOS SEMINARIOS WEB

LA MEJOR HORA PARA CELEBRAR SEMINARIOS WEB

24 % de los seminarios web de ON24 se emiten entre las 10:00 y las 12:00 (PT).

La mejor hora para celebrar un seminario web es a las 10:00 (GMT). Otras horas que valorar son las 14:00 y las 15:00. Recuerda que la hora ideal para celebrar los seminarios web depende de la ubicación de la audiencia, así que no dudes en seguir el método de prueba y error.



CONSEJO DE ON24: CELEBRA TUS SEMINARIOS WEB EN LAS HORAS CENTRALES DEL DÍA.

La hora idónea para celebrar un seminario web es la que se adapte a los horarios de la audiencia, pero, por norma general, la hora del almuerzo y las primeras horas de la tarde funcionan bien. En caso de duda y si tu audiencia está en varias zonas horarias, ten en cuenta dónde se encuentra tu mercado principal y elige las horas de antes y después del almuerzo.

IMAGEN DE MARCA PARA SEMINARIOS WEB

Hoy en día, la audiencia espera una experiencia de marca homogénea en todas las etapas. Por eso, es positivo ver que alrededor del 95 % de los clientes de ON24 afirma que sus seminarios web son un reflejo de su imagen de marca.

Aunque las herramientas de ON24 permiten a cualquier usuario personalizar el aspecto de las experiencias digitales, muchos van más allá. Casi la mitad de los encuestados (49 %) señala que ha contado con un diseñador para plasmar su marca en los seminarios web.



CONSEJO DE ON24: PERSONALIZA TU CONSOLA DE SEMINARIOS WEB PARA PROMOVER LA PARTICIPACIÓN.

Aprovecha el entorno del seminario web para crear lazos entre los asistentes y tu marca. Una consola de seminarios web totalmente personalizada y con imagen de marca te servirá para diferenciar tu programa desde el principio. Lee nuestra [guía de imagen de marca para la consola de seminarios web](#) para aprender a dar tus primeros pasos. Cuando lo tengas todo listo para pasar de nivel, consulta nuestra guía para crear eventos basados en la experiencia.



VALORES DE REFERENCIA PARA SEMINARIOS WEB EN DIRECTO

TIEMPO MEDIO DE VISUALIZACIÓN

61 MILL.

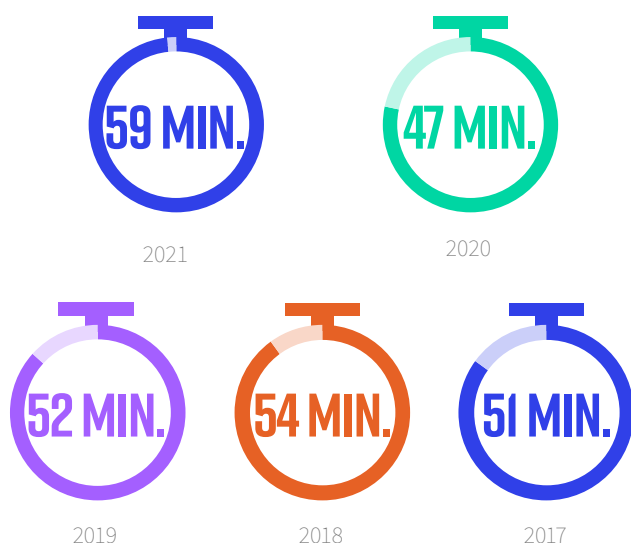
de horas de contenido de seminarios web vistas a través de ON24 en 2020.

La duración óptima de un seminario depende del tema, el contenido, la audiencia y los objetivos del programa. La mayoría de los seminarios web de la plataforma de ON24 duran alrededor de una hora, pero pueden superar fácilmente esa duración si cubren un tema especialmente complejo.

En 2020, **el tiempo medio de visualización de los seminarios web en EMEA fue de 59 minutos.**

Esta ligera tendencia al alza podría explicarse por la disminución de los usuarios que ven los seminarios web en el smartphone. En el último trimestre de 2020, alrededor del 13 % de los asistentes de EMEA se conectaron desde un dispositivo móvil, un 1 % más respecto al mismo periodo de 2019.

Tiempo medio de visualización de los asistentes a seminarios web:



CONVERSIÓN DE INSCRITOS A ASISTENTES

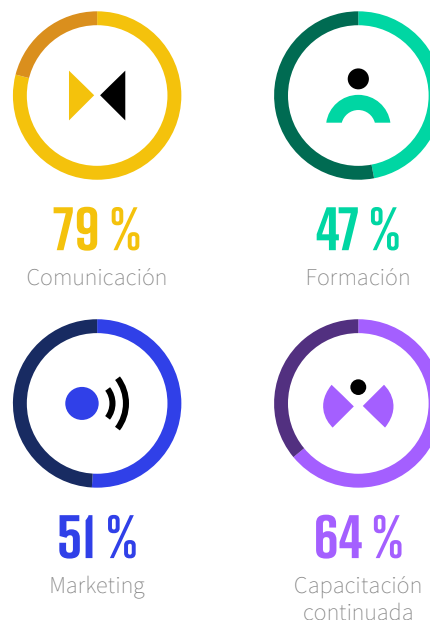
58 %

de los inscritos se convierten, de media, en asistentes.

Conseguir participantes es el primer paso para el éxito de un programa de seminarios web, pero la tasa de asistencia es uno de los indicadores clave de rendimiento que hay que tener en cuenta a la hora de evaluar la eficacia de un evento. Habitualmente, se considera buena una tasa de conversión de entre el 35 % y el 45 %.

En 2020, la tasa media de conversión de inscritos a asistentes en EMEA fue del 53 %. **En los eventos con más de 100 asistentes, la tasa de conversión media fue del 43 %.** Según nuestros datos, los seminarios web de comunicación y capacitación continuada registran los mayores índices de conversión en EMEA (79 % y 64 %, respectivamente).

Tasa de conversión media de seminarios web con más de 100 asistentes:



VALORES DE REFERENCIA PARA SEMINARIOS WEB EN DIRECTO

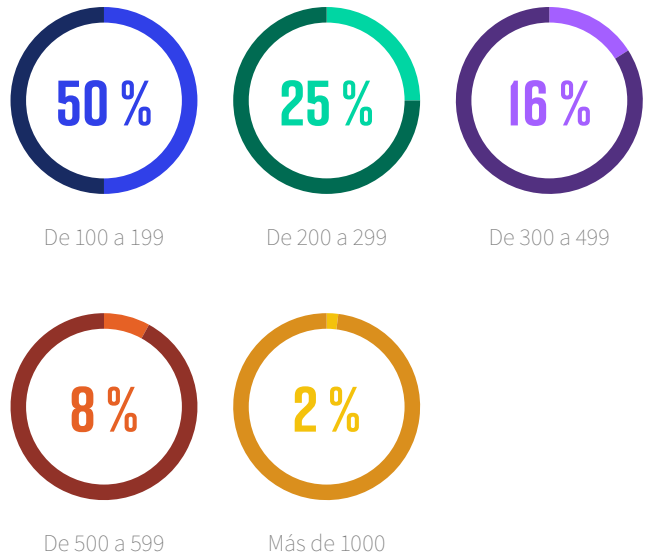
ÍNDICE MEDIO DE ASISTENTES

66 % de todos los seminarios web incluyeron algún tipo de vídeo en 2020.

Según nuestros datos, en 2020, el 41 % de los seminarios web de ON24 en EMEA atrajeron a 100 o más asistentes, un porcentaje superior al 32 % de 2019.

De estos seminarios web con 100 o más asistentes, en EMEA **la tasa de asistencia a los seminarios web con 300 o más asistentes se mantiene estable en un 26 %.**

Distribución de los seminarios web por tamaño, expresado como porcentaje del total de seminarios web con más de 100 asistentes en directo:



CONSEJO DE ON24: UTILIZA LOS SEMINARIOS WEB PARA RETRANSMITIR TUS EVENTOS PRESENCIALES Y CONSEGUIR UNA MÁXIMA REPERCUSIÓN.

Llega a una audiencia más amplia y crea una experiencia más personalizada combinando la repercusión de los eventos presenciales con la escala que proporcionan los seminarios web. Tanto si se trata de un evento híbrido como de una conferencia totalmente virtual, puedes satisfacer las necesidades de diferentes perfiles de usuarios y ofrecer un contenido siempre disponible al que se pueda acceder de la manera más cómoda. Mira nuestro seminario web sobre [cómo utilizar Box soluciones digitales para promover la repercusión de los eventos presenciales.](#)

VALORES DE REFERENCIA PARA SEMINARIOS WEB EN DIRECTO

INTEGRACIÓN DE HERRAMIENTAS DE PARTICIPACIÓN

70 %

de todos los seminarios web de 2020 incluían materiales que los asistentes podían descargar o utilizar.

La participación bidireccional es una de las principales ventajas de los seminarios web, por lo que es esencial fomentarla en todas las sesiones.

De media, los encuestados valoran la interactividad de sus seminarios web con 3,2 puntos en una escala de cinco, frente al 3,0 de 2019.

Al igual que el año pasado, la **herramienta de preguntas y respuestas es la opción de participación más popular para promover la**

interacción de la audiencia en EMEA, y se utiliza en el 84 % de los seminarios web analizados.

Las listas de materiales (65 %) y las encuestas (45 %) son las herramientas de participación que van después en el ranking de más utilizadas. El uso de encuestas ha aumentado en dos puntos porcentuales respecto al informe del año pasado.

Sin embargo, para impulsar la participación se necesita algo más que presentar herramientas en un seminario web o cualquier otra experiencia digital. Las habilidades del anfitrión marcan una diferencia significativa, lo que puede explicar que la mitad (49 %) de los clientes de ON24 tengan al menos un anfitrión fijo para sus programas de seminarios web.

Los encuestados también quieren mejorar su estrategia de participación. Cuando se les pidió que eligieran su prioridad principal para 2021, el 42 % afirmó que quería ofrecer seminarios web más participativos e interactivos. Esta cifra duplica con creces la segunda prioridad más citada: mejorar la inscripción de los eventos en directo (20 %).

Uso de herramientas de participación:



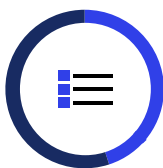
84 %

Preguntas y respuestas



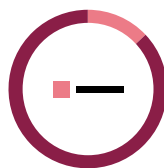
65 %

Materiales de descarga



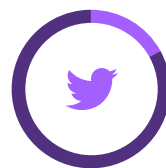
45 %

Encuestas



13 %

Consultas a la audiencia



17 %

Redes sociales



7 %

Chat grupal

CONSEJO DE ON24: PARA MEDIR LOS RESULTADOS DE TUS SEMINARIOS WEB DE MARKETING, MIRA MÁS ALLÁ DEL NÚMERO DE CLIENTES POTENCIALES CONSEGUIDOS.



Define qué significa la participación para tu organización, ya que servirá para determinar los objetivos que se tomarán como referencia para evaluar el progreso a lo largo del tiempo. Siempre hay que hacer un seguimiento de las tasas de conversión, pero no hay que olvidar los puntos de abandono y los comentarios de los asistentes. [Para obtener más información, descarga la guía de optimización para especialistas en marketing B2B.](#)

VALORES DE REFERENCIA PARA SEMINARIOS WEB EN DIRECTO



En 2020, aproximadamente el 73 % de todos los seminarios web en directo que se celebraron en EMEA incluyeron algún tipo de vídeo (26 puntos más que en 2019).





Esto lleva a deducir que los usuarios cada vez se sienten más cómodos con el uso de las tecnologías de vídeo y reconocen la importancia de incorporar vídeo en los seminarios web. Una prueba más es que el 85 % de los clientes de ON24 afirma que desde la pandemia de COVID-19 se celebran más presentaciones en vídeo.

INTEGRACIÓN DE VÍDEO

35 %

de los clientes de ON24 han comprado nuevo equipamiento para sus programas de seminarios web.

Estos son los tipos de vídeo presentes en los seminarios web de ON24:

-  Producidos en un estudio profesional
-  Presentaciones con cámara web
-  Clips de vídeo integrados
-  Streaming y pantalla compartida

Aunque el uso de vídeo en un seminario web requiere poco más que una cámara web y un ordenador, un buen número de clientes de ON24 ha invertido en hardware para mejorar la calidad de su experiencia de vídeo. Alrededor del 35 % de los encuestados dijo haber comprado nuevos equipos para su programa de seminarios web en el último año o con anterioridad.

CONSEJO DE ON24: UTILIZA EL VÍDEO EN TUS SEMINARIOS WEB PARA PROMOVER LA PARTICIPACIÓN.

El vídeo es una de las formas de contenido más eficaces que puedes utilizar para transmitir tu mensaje, y se ha demostrado que añadir vídeo a los seminarios web aumenta la participación de la audiencia y el tiempo de visualización. Convierte el visionado pasivo en participación activa integrando contenido de vídeo relevante en tus seminarios web. Para obtener más consejos, lee nuestra guía [Cinco formas de integrar el vídeo en tus seminarios web](#).

PERSONALIZACIÓN DE SEMINARIOS WEB

29 %

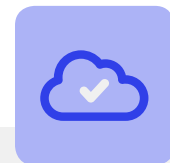
de los clientes de ON24 integran sus seminarios web en páginas de destino personalizadas para las audiencias objetivo.

Hoy en día, las experiencias personalizadas son fundamentales para que el marketing tenga éxito. Con los seminarios web, las organizaciones pueden ganar en participación personal, ya sea para cuentas, sectores y casos prácticos concretos, o para la actividad general de marketing basado en cuentas.

La encuesta realizada entre los clientes de ON24 muestra que una buena parte de ellos está tomando medidas para que sus seminarios web sean más relevantes para los clientes objetivo. Alrededor de la mitad de los encuestados (49 %) utiliza seminarios web en sus iniciativas de marketing basado en cuentas. En este grupo, el método más habitual para presentar estos seminarios web es el correo electrónico (64 %).

Además del marketing basado en cuentas, un 46 % crea seminarios web dirigidos a sectores específicos, y un 14 % lo hace por caso práctico.

Además, los seminarios web no tienen por qué ser personalizados de forma aislada. Alrededor de tres de cada diez (29 %) encuestados integran los seminarios web en páginas de destino personalizadas para la audiencia objetivo, y otro 15 % tiene previsto hacerlo. Esta estrategia puede servir para reutilizar seminarios web que de otro modo serían genéricos, al convertirlos en una oferta muy orientada.



CONSEJO DE ON24: REUTILIZA TUS SEMINARIOS WEB PARA EL MARKETING BASADO EN CUENTAS.

El esfuerzo que inviertes en tus seminarios web puede seguir generando resultados mucho después de que finalice el evento. Una forma de reutilizar tus seminarios web es insertarlos en una página diseñada específicamente para conectar con la cuenta objetivo, que puede incluir la marca de tu cuenta objetivo, contenido de descarga, botones de contacto e incluso los datos de contacto de tu equipo de "customer success". Para obtener más información, [echa un vistazo a ON24 Target](#).

VALORES DE REFERENCIA POSTERIORES A LOS SEMINARIOS WEB

VISUALIZACIÓN BAJO DEMANDA

57 %

de los clientes de ON24 crean seminarios web que pasan directamente al visionado bajo demanda.

Aunque las emisiones en directo siguen siendo el principal tipo de presentación para los seminarios web porque fomentan la participación en tiempo real, los seminarios web bajo demanda han aumentado de popularidad, ya que los usuarios inscritos pueden acceder a ellos cuando les resulta más cómodo. Realizar un seminario web en directo y poner la grabación a disposición de los asistentes te ofrece las ventajas de ambas opciones.

Los datos de los asistentes muestran que cada vez hay mayor preferencia por ver los seminarios en directo. De los asistentes a seminarios web, la asistencia solo en directo dio un salto de ocho puntos en 2020, mientras que la visualización bajo demanda cayó nueve puntos. Sin embargo, la asistencia en directo y la visualización bajo demanda de los seminarios web ha aumentado un 1 %.

Los clientes de ON24 parecen estar respondiendo a la creciente visualización bajo demanda, ya que el 57 % crea seminarios web que pasan directamente a esta modalidad. Otro 13 % lo tiene previsto hacer en el próximo año.



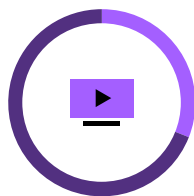
62 %

Solo en directo



7 %

En directo y bajo demanda



31 %

Solo bajo demanda

TIEMPO DE VISUALIZACIÓN BAJO DEMANDA

27 %

de los clientes de ON24 utilizan hubs de contenido al estilo de Netflix para promocionar sus seminarios web bajo demanda.

Los seminarios web bajo demanda dan a tu contenido viabilidad a largo plazo. Con seminarios web siempre activos y disponibles, puedes seguir conectando, informando y satisfaciendo a audiencias que habitualmente no podrían participar en directo. Así visto, ¿cuál es un buen valor de referencia para la visualización bajo demanda? **En 2020, el tiempo de visualización bajo demanda en EMEA fue de 31 minutos de media, lo que supone un aumento de diez puntos.**



2020

VALORES DE REFERENCIA POSTERIORES A LOS SEMINARIOS WEB

INSCRIPCIONES POSTERIORES A LOS EVENTOS EN DIRECTO

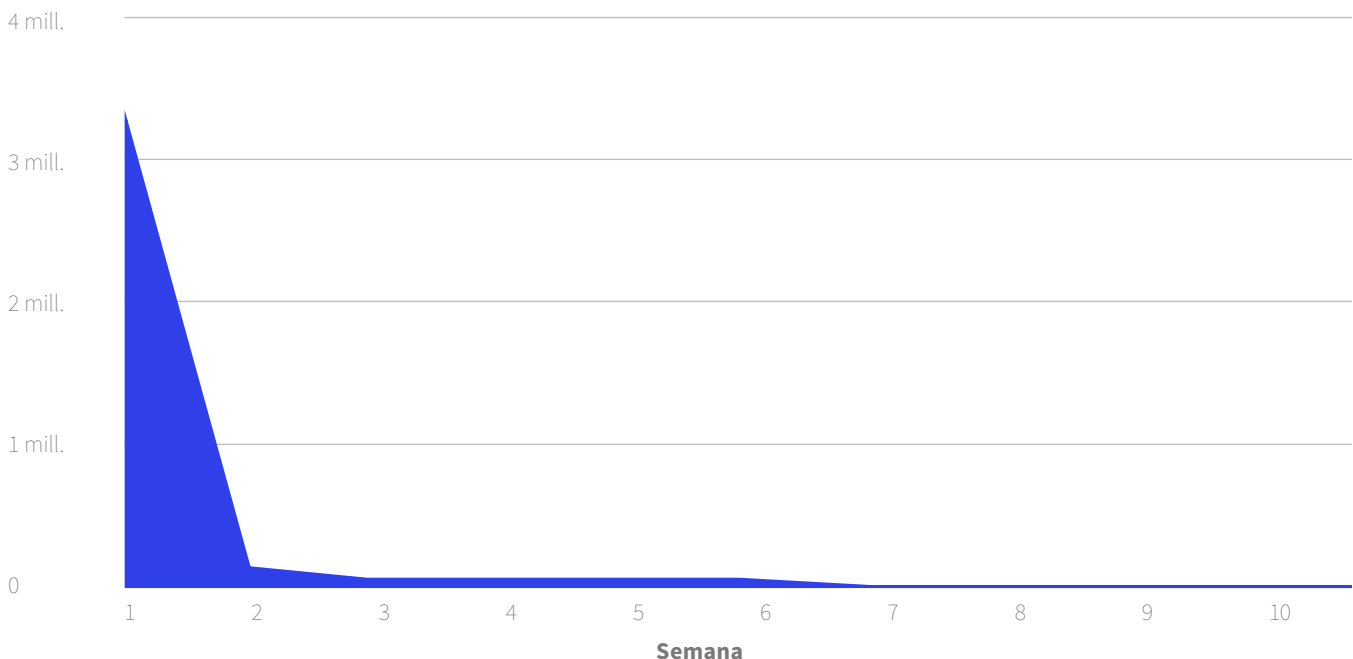
89 %

de los clientes de ON24 creen que los seminarios web superan a otros canales a la hora de crear clientes potenciales de calidad.

Los asistentes de EMEA prefieren el contenido de seminarios web en directo a eventos bajo demanda. Por ejemplo, en 2020 el 31 % de los asistentes de EMEA solo vieron seminarios web bajo demanda, una caída de nueve puntos respecto a 2019. La mayoría de estos usuarios se inscribe una semana después del evento en directo.

De nuevo, este cambio en las preferencias puede atribuirse al volumen de seminarios web producidos en 2020 ante la pandemia de COVID-19. Aun así, las opciones de visualización bajo demanda siguen siendo populares. Quienes crean y promueven seminarios web deberían plantearse la opción de emplazar los seminarios web y otros contenidos en un hub de contenido. De hecho, más de una cuarta parte (27 %) de los clientes de ON24 adoptan esta estrategia y utilizan hubs de contenido al estilo de Netflix para fomentar la visualización bajo demanda.

Inscritos con posterioridad al evento en directo:



DATOS POSTERIORES A LOS SEMINARIOS WEB

USO DE DATOS POSTERIORES A LOS SEMINARIOS WEB

66 %

de los clientes de ON24 afirma que sus equipos comerciales dan prioridad a los clientes potenciales que proceden de seminarios web.

Las plataformas de seminarios web deben integrarse con las pilas de tecnología. De este modo, se agilizan los informes y el seguimiento, se simplifican los trasposos entre el departamento de marketing y el de ventas, y se acelera el proceso de compra. Integrar los seminarios web con una plataforma de CRM, por ejemplo, da a los equipos de ventas acceso inmediato a la información de cuentas para realizar un seguimiento más selectivo.

Los seminarios web y los datos de participación que generan son valiosos. Dos tercios (66 %) de los encuestados afirman que el departamento de ventas da prioridad a los clientes potenciales procedentes de seminarios web, probablemente debido a la información útil y a las señales de compra que se obtienen de ellos.

Estos datos de participación también sirven para encontrar formas de mejorar la experiencia de los seminarios web. Así, se pueden comprobar los efectos de nuevas estrategias en el aumento de la participación para optimizar los resultados de los programas.



CONSEJO DE ON24: PROPORCIONA A TUS EQUIPOS DE VENTAS DATOS DE PARTICIPACIÓN INTEGRADOS EN SU FLUJO DE TRABAJO.

Los seminarios web y otras experiencias digitales proporcionan señales de intención de compra muy prácticas a través de datos y análisis de la participación. Canaliza estos datos a tu plataforma de CRM para que el equipo de ventas pueda determinar fácilmente qué cuentas y qué clientes potenciales están comprometidos con tu marca y qué forma adopta esa participación. Descubre cómo puede ayudarte ON24 a conseguirlo con la herramienta [Perfil de participación de cliente potencial](#).

CICLO DE VENTAS Y MARKETING

LOS SEMINARIOS WEB EN EL CICLO DE VENTAS Y MARKETING

72 %

dicen que los seminarios web tienen una repercusión directa en el embudo de ventas y en los ingresos.

Los seminarios web sirven para promover la conexión y aumentar el embudo de ventas. Como muestra la encuesta realizada entre los clientes de ON24, la inmensa mayoría de los encuestados (99 %) afirma que los seminarios web son un elemento esencial de su plan de marketing para 2021. **A nivel estratégico, tres de cada diez encuestados (31 %) consideran que los seminarios web son "esenciales"**, mientras que los encuestados califican de media la importancia de los seminarios web para su estrategia de marketing digital con 4,1 puntos en una escala de cinco.

En lo que respecta al efecto en la cuenta de resultados, la misma encuesta apunta a que los seminarios web tienen una repercusión directa en el embudo de ventas y en los ingresos, y así lo afirman siete de cada diez (72 %) encuestados. Alrededor de nueve de cada diez (89 %) también creen que los seminarios web superan a otros canales en la creación de clientes potenciales de calidad.

Muchos notifican también un efecto positivo en el gasto de marketing, y tres cuartas partes (76 %) coinciden en que les sirven para reducir el coste por cliente potencial.

Un **48 % de los encuestados también considera que la calidad de los clientes potenciales generados a través de los seminarios web es superior a la media** (4 ó 5 puntos en una escala de cinco), lo que supone un aumento de 10 puntos desde el último informe anual de valores de referencia. En términos generales, los encuestados valoran la calidad de los clientes potenciales generados a través de seminarios web con 3,5 puntos en una escala de cinco (frente al 3,3 anterior).

Los profesionales del marketing utilizan los seminarios web en todas las fases del embudo. Casi dos tercios (63 %) los utilizan para actividades de la parte intermedia del embudo, pero los seminarios web también se utilizan para iniciativas de la parte superior (58 %) e inferior (43 %). De hecho, casi la mitad dice que está utilizando (38 %) o tiene previsto utilizar (12 %) seminarios web para impulsar conversiones clave como demostraciones, pruebas y programación de citas.



CONSEJO DE ON24: UTILIZA LOS DATOS DE LOS SEMINARIOS WEB PARA CERRAR EL CÍRCULO Y MEJORAR LOS RESULTADOS.

Recopila y utiliza los datos de tus seminarios web para determinar qué da buenos resultados y qué no tanto. Además, intenta integrar tu plataforma de seminarios web con tus sistemas de CRM, automatización de marketing o formación digital. De esta forma, las personas que no están directamente involucradas en los seminarios web podrán ver cómo interactúan y participan tus clientes. [Descubre cómo conseguirlo con ON24 Connect.](#)

CONCLUSIONES

Los datos de nuestro informe revelan que 2020 fue otro año excelente para los seminarios web. Actualmente, en la región de EMEA se ven más de 19.317 horas de contenido de seminarios web a diario y, cada cuatro segundos, un inscrito de EMEA se convierte en asistente a un seminario web de ON24.

En los últimos años, no solo hemos visto un aumento en el volumen de seminarios web, sino también en la calidad de la experiencia. Ha aumentado significativamente el uso del vídeo, el visionado bajo demanda está en el orden del día y la tecnología ofrece aún más formas de conectar con la audiencia. **Más de dos tercios de los clientes de ON24 (67 %) también utilizan los seminarios web para hacer posibles experiencias de eventos virtuales.**

ON24 puntúa en una escala de 10 puntos la participación de un asistente individual con tu seminario web y tu contenido, a partir de la media de minutos de visualización, preguntas enviadas, consultas a la audiencia respondidas o encuestas completadas, entre otras métricas. Si agregamos los datos obtenidos de nuestras cuatro concentraciones más importantes de seminarios web, vemos que la puntuación de participación de ON24 sigue siendo sólida:

- Marketing: 3,7
- Formación: 3,9
- Capacitación continuada: 4,2
- Comunicación interna: 3,8

Puntuación de participación media de ON24 por tipo de canal

Los datos de nuestra encuesta también muestran que muchos clientes de ON24 prevén que los cambios que hicieron en 2020 se mantendrán después de la pandemia. Solamente el 13 % dice que el futuro de su estrategia de eventos físicos volverá a ser una estrategia independiente, mientras que el 81 % adoptará estrategias híbridas. Por otra parte, cuando se les pregunta de forma más general sobre sus expectativas, el 34 % reducirá sus iniciativas de marketing físico y el 11 % se decantará por los canales digitales.

No obstante, también se observa que hay que trabajar para convencer a otros de las ventajas de los seminarios web y las experiencias digitales. En la encuesta realizada entre los clientes de ON24, el 37 % señala que el reto más difícil a la hora de promocionar los seminarios web internamente es mostrar su valor y el 31 % menciona la repercusión en los ingresos. Esto significa que hay trabajo por hacer para mostrar cómo los seminarios web y otras experiencias digitales ayudan a alcanzar los objetivos empresariales. Como expertos en seminarios web, tenemos que demostrar que son el canal ideal para llegar a nuestra audiencia y tener un contacto humano con ella.

En un mundo digital, los seminarios son la forma de ofrecer un lazo humano a escala digital.

ACERCA DE ON24

ON24 es un proveedor líder de software en la nube que está transformando la relación entre clientes y empresas en un mundo centrado en lo digital.

Con la plataforma de experiencias digitales de ON24, es muy sencillo crear, ampliar y personalizar experiencias interactivas que impulsen un crecimiento empresarial de forma medible. A través de los seminarios web, eventos virtuales y experiencias multimedia de ON24, ofrecemos un sistema para conectar con la audiencia y agilizar su recorrido. ON24 presta servicio a más de 1900 empresas de todo el mundo y tiene sedes en Norteamérica, EMEA y APAC. Para obtener más información, visita www.ON24.com y síguenos en LinkedIn y Twitter.



¿Te gustaría probar ON24? Inscríbete en una prueba gratuita de ON24 Webcast Elite.

Ya has visto todo lo que pueden conseguir los seminarios web. Ahora descubre cómo puedes ir más allá del seminario web y convertir la participación de la audiencia en los datos y la información útiles que necesitas para convertir las oportunidades en clientes, todo ello con la plataforma de experiencias digitales de ON24.

¡QUIERO VERLO!

