



**ON24**

# **WEBINAIRES ON24 RAPPORT D'ANALYSE**

**2021 - ÉDITION EMEA**

# SOMMAIRE

<b>NOTE DE SYNTHÈSE</b>	<b>04</b>
» Méthodologie	<b>05</b>
<b>SUCCÈS DES WEBINAIRES</b>	<b>06</b>
» Volume de webinaires	<b>06</b>
<b>ÉVALUATION PRÉ-WEBINAIRE</b>	<b>07</b>
» Cycle promotionnel	<b>07</b>
» Meilleurs jours pour l'envoi d'e-mails promotionnels	<b>08</b>
» Meilleurs jours pour assister à un webinaire	<b>09</b>
» Meilleures heures pour organiser un webinaire	<b>10</b>
<b>PERSONNALISER VOS WEBINAIRES</b>	<b>11</b>
<b>ÉVALUATION DE WEBINAIRES EN DIRECT</b>	<b>11</b>
» Temps moyen de visionnage	<b>11</b>
» Conversion inscrits-participants	<b>11</b>
» Taux moyen de participants	<b>12</b>
» Intégration des outils d'engagement	<b>13</b>
» Intégration de la vidéo	<b>14</b>
<b>PERSONNALISER SON EXPÉRIENCE WEBINAIRE</b>	<b>15</b>
<b>ÉVALUATION POST-WEBINAIRE</b>	<b>16</b>
» Vidéo à la demande	<b>16</b>
» Temps de visionnage à la demande	<b>16</b>
» Inscriptions post-direct	<b>17</b>
» Usage des données post-webinaire	<b>18</b>
» Les webinaires dans le cycle de marketing et de vente	<b>19</b>
<b>CONCLUSION</b>	<b>20</b>

# NOTE DE SYNTHÈSE

Depuis la création d'Internet, le temps que les gens passent à interagir sur les différents réseaux numériques a augmenté de façon spectaculaire. ON24 a été présent depuis sa fondation en 1998 pour la majeure partie de cette aventure. Les événements de l'année 2020 ont cependant conduit à une explosion soudaine de l'engagement numérique.

Aujourd'hui, les outils d'interaction en ligne, à disposition des professionnels du B2B, sont plus nombreux que jamais. Le public n'a que l'embarras du choix. Au vu des nombreuses expériences qui s'offrent aux consommateurs, de la boutique Amazon en passant par la plateforme de streaming Netflix, répondre aux attentes peut s'avérer plus difficile que jamais.

Mais qu'en est-il des webinaires ? Plus de vingt ans après leur invention, continuent-ils d'attirer et de mobiliser leur propre public ?

La réponse apportée par notre dernier rapport d'analyse sur les webinaires est un « oui » sans équivoque.

Malgré la variété de canaux et d'expériences disponibles, la production de webinaires a augmenté de façon considérable dans les organisations. En 2020, le nombre de webinaires diffusés sur la plateforme d'expérience numérique ON24 a connu une **fabuleuse croissance de 162 %**. ON24 a diffusé sur le web plus d'un quart de million de webinaires. Et, parmi eux, plus de 100 000 événements virtuels comptaient plus de 100 participants.

Plus impressionnant encore est l'augmentation de **251 % du nombre de participants**, pour atteindre plus de 60 millions. **Les heures de webinaire consommées ont augmenté de 290 %**, avec un total de **61 millions d'heures de contenu** visionné en 2020.

Ces chiffres montrent que les webinaires offrent une expérience particulière. Si nous avons le choix, nous préférons tous la conversation et l'interaction bidirectionnelle aux expériences passives. Nous préférons accéder au contenu selon nos propres modalités et choisir des expériences qui en valent la peine. Enfin, notre préférence va au contenu qui sait s'améliorer et se personnaliser au fil du temps.

L'outil webinaire rassemble toutes ces caractéristiques et fournit un retour d'information pour vous permettre d'offrir à chaque fois une expérience encore meilleure que la précédente.

Qu'en est-il donc de vos performances en matière de webinaires ? En analysant des milliers de sessions aux millions de participants, ce rapport d'analyse annuel sur les webinaires vise à définir les fondements de ce qui « marche ». Venez découvrir de quelle façon s'y prennent vos pairs et comment créer des expériences encore meilleures en 2021.

# MÉTHODOLOGIE

ON24, leader mondial des webinaires, a compilé les données de ce rapport. Les événements sur lesquels se base cette analyse ont été sélectionnés de manière aléatoire parmi les webinaires ON24 organisés dans les régions Europe, Moyen-Orient et Afrique en 2020.



ON24 a utilisé les données de 17 624 webinaires pour cette analyse



Tous les webinaires ont eu lieu entre janvier et décembre 2020



Tous les webinaires ont compté au moins 100 participants



L'échantillon représentatif est constitué à partir d'événements issus de plus de 1 000 comptes



L'échantillon va des grandes entreprises aux PME

Pour compléter l'analyse, une centaine de clients ON24 à travers le monde a été interrogée, afin d'apporter un éclairage supplémentaire aux données issues de la plateforme. De plus, les principales conclusions du [rapport Experiences](#)

[Everywhere d'ON24](#) ont été intégrées. Ce rapport se base sur une enquête plus large qui comprend également des professionnels qui n'utilisent pas ON24.

Cette étude examine les statistiques relatives au cycle de vie d'un webinaire, y compris celles sur la promotion et les inscriptions, l'interactivité, les habitudes de visionnage du public, ainsi que les chiffres de participation et de conversion pour le contenu en direct et à la demande. Sauf indication contraire, cette étude utilise les définitions suivantes :



**Webinaire en direct** — Événement audio ou vidéo diffusé en direct à une date et une heure précises.



**Webinaire à la demande** — Événement audio ou vidéo que les participants peuvent consulter en permanence, y compris les webcasts archivés initialement diffusés en direct.



**Inscrit** — Prospect inscrit pour assister à un événement.



**Participant** — Prospect qui s'est inscrit et qui a participé à un événement.

# SUCCÈS DES WEBINAIRES

## VOLUME DE WEBINAIRES

**59 %** des répondants à l'enquête prévoient d'augmenter le nombre de webinaires qu'ils produisent en 2021.

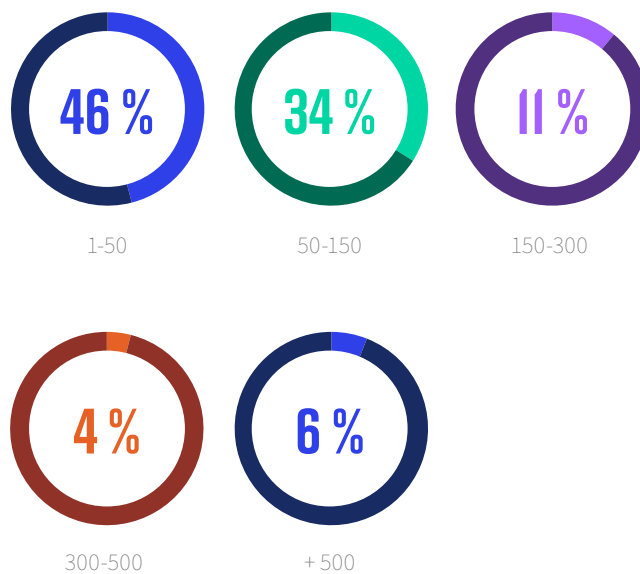
Les webinaires se prêtent à toutes sortes d'activités de communication. Chez ON24, nous identifions trois principaux types d'utilisation : le marketing, la formation et la formation continue. De nombreuses organisations font appel aux trois.

Le nombre de webinaires qu'une entreprise organise chaque année varie en fonction de son public, de ses ressources et de ses objectifs commerciaux. Il n'y a pas de bonne réponse : c'est la qualité du contenu, et non le nombre de webinaires que vous produisez, qui détermine le succès de votre programme de webinaires.

Environ un tiers **des clients ON24 interrogés (34 %) ont organisé entre 50 et 150 webinaires en 2020**. Moins de la moitié (46 %) en ont organisé jusqu'à 50. Parmi les répondants, environ 6 sur 10 (59 %) affirment qu'ils prévoient de produire plus de webinaires en 2021.

Les programmes de webinaires en série avec un animateur et un format définis sont une méthode que les organisateurs peuvent utiliser pour augmenter leur volume de webinaires, tout en gagnant du temps sur leur création. Plus de la moitié des personnes interrogées (51 %) ont déjà adopté cette approche et 11 % prévoient de le faire.

### Nombre moyen de webinaires en 2020



### CONSEIL ON24 : PRODUISEZ UN FLUX RÉGULIER DE NOUVEAU CONTENU WEBINAIRE.

Ne faites pas l'erreur de considérer les webinaires comme un simple outil qui arrive en fin de campagne de marketing, d'éducation et de formation. Au contraire, faites-en un élément régulier et récurrent de vos activités marketing. Au fur et à mesure que vous multipliez les sessions, vous identifierez ce qui fonctionne auprès de votre public, ce qui vous permettra d'améliorer continuellement vos performances.

# ÉVALUATION PRÉ-WEBINAIRE

## CYCLE PROMOTIONNEL

**15 %** des personnes s'inscrivent à un webinar le jour même de sa diffusion.

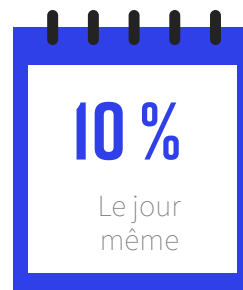
Les webinaires permettent d'augmenter et d'élargir votre audience. Le contenu de votre webinar est un élément clé, mais la manière dont il est promu l'est tout autant. Attirer l'attention sur vos webinaires, voire déclencher l'enthousiasme, peut se faire dans le cadre d'une démarche concertée, qui doit commencer au moins deux semaines avant le lancement, voire plus tôt.

**La majorité des inscrits aux webinaires dans la région EMEA (53 %) effectuent leur inscription soit dans les 7 jours qui précèdent la tenue de l'événement, soit le jour même de sa tenue.**

À l'inverse, les inscrits précoces, ceux qui s'inscrivent au moins 15 jours avant l'événement, ne représentent que 26 % de notre échantillon, soit une baisse de 9 points par rapport à 2020.

Ce changement rapide d'habitudes d'inscription peut être attribué à l'augmentation massive du nombre d'événements virtuels organisés en 2020.

Cette évolution est probablement due à l'augmentation du nombre de visionnages à la demande, car les participants qui s'inscrivent plus tôt aux webinaires savent qu'ils pourront regarder l'enregistrement plus tard s'ils ne peuvent pas y assister en direct.



### CONSEIL ON24 : LES CAMPAGNES PROMOTIONNELLES PLUS LONGUES SE TRANSFORMENT EN UN PLUS GRAND NOMBRE D'INSCRITS.

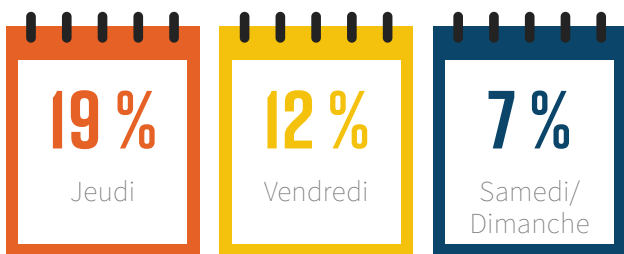
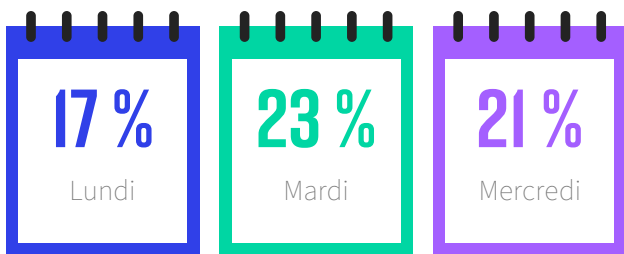


En allongeant le cycle promotionnel, on peut augmenter le taux d'inscriptions et la probabilité de convertir les inscrits en participants. Les e-mails de promotion ne doivent cependant pas être de simples rappels. Faites un démarrage en fanfare en incluant du contenu additionnel et en suscitant l'enthousiasme avant votre webinar. Pour en savoir plus, consultez notre [Guide des meilleures pratiques d'inscriptions aux webinaires](#).

### MEILLEURS JOURS POUR L'ENVOI D'E-MAILS PROMOTIONNELS

**64 %** de la communication Account-based Marketing pour des webinaires se fait par e-mails.

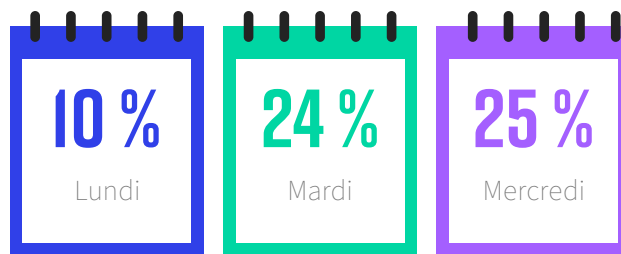
L'e-mail est le canal le plus efficace pour promouvoir les webinaires et inciter les participants à s'inscrire. Il s'agit d'un outil de communication qui nécessite une attention particulière. Comme l'ont montré les précédents rapports d'analyse, les e-mails promotionnels envoyés en milieu de semaine sont les plus efficaces. **Mardi, mercredi et jeudi sont les jours les plus propices** et rapportent environ deux tiers des inscriptions (63 %).



### MEILLEURS JOURS POUR ASSISTER À UN WEBINAIRE

**49 %** des clients ON24 déclarent avoir un ou plusieurs animateurs attirés pour leurs webinaires.

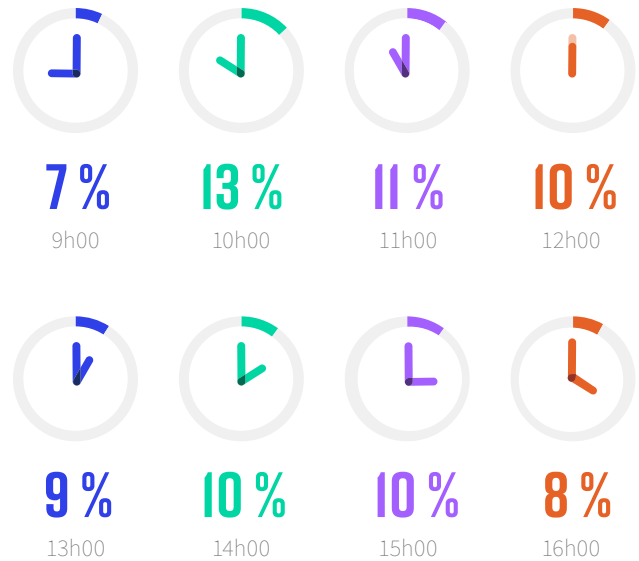
Le milieu de la semaine est également le meilleur moment pour organiser un webinaire, les **mercredi et jeudi étant les jours les plus appropriés**. Cependant, le meilleur jour pour réaliser votre webinaire dépend entièrement de vos objectifs et de votre public.



# MEILLEURES HEURES POUR ORGANISER UN WEBINAIRE

**24 %** des webinaires ON24 sont diffusés entre 10h et 12h, heure du Pacifique.

**Le meilleur horaire pour organiser un webinaire est 10h du matin (GMT). 14h et 15h sont également des horaires à envisager.** N'oubliez pas que l'heure optimale pour organiser un événement dépend de l'endroit où se trouve votre public, alors n'hésitez pas à faire des tests.



### CONSEIL ON24 : ORGANISEZ VOS WEBINAIRES EN MILIEU DE JOURNÉE.

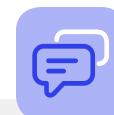
Le meilleur horaire pour un webinaire est celui qui s'adapte au rythme du public visé. En règle générale, l'heure du déjeuner ou le début de l'après-midi fonctionne bien. En cas de doute et pour couvrir plusieurs fuseaux horaires, demandez-vous où se trouve votre principal marché et prévoyez des heures avant et après le déjeuner.



# PERSONNALISER VOS WEBINAIRES

Le public d'aujourd'hui s'attend à une expérience de marque cohérente à tous les touchpoints. Il est donc agréable de constater que 95 % des clients ON24 déclarent qu'ils arrivent à obtenir des webinaires qui leur ressemblent.

Alors que les outils d'ON24 permettent à tous les utilisateurs de personnaliser l'aspect et la convivialité de leurs expériences numériques, beaucoup vont même au-delà. Près de la moitié d'entre eux (49 %) disent faire appel à un graphiste pour donner une identité de marque à leurs webinaires.



## CONSEIL ON24 : PERSONNALISEZ VOTRE INTERFACE WEBINAIRE POUR STIMULER L'ENGAGEMENT.



Profitez de l'environnement créé par le webinaire pour tisser un lien entre les participants et votre marque. Une interface webinaire entièrement personnalisée et aux couleurs de votre marque aidera votre programme à se distinguer dès le départ. Lisez notre [Guide sur la personnalisation de l'interface webinaire](#) pour savoir par où commencer. Lorsque vous serez prêt à passer au niveau supérieur, consultez notre Guide sur la création d'événements expérientiels.



# ÉVALUATION DES WEBINAIRES EN DIRECT

## TEMPS MOYEN DE VISIONNAGE

61M

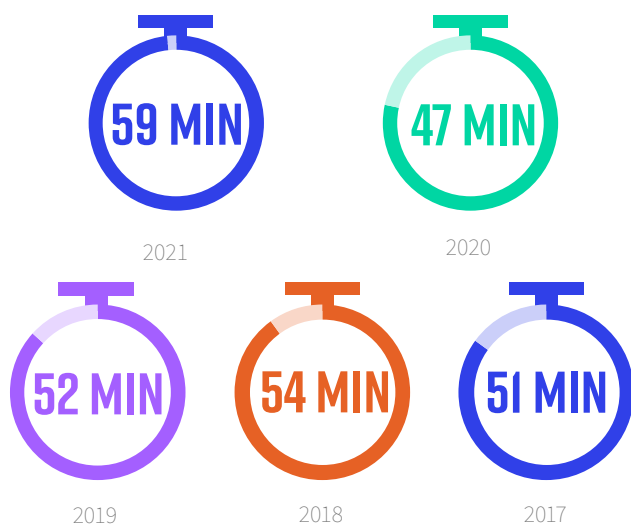
d'heures de contenu de type webinaire ont été regardées via ON24 en 2020.

La durée optimale d'un webinaire dépend du sujet, du contenu, du public et des objectifs de la session. La majorité des webinaires de la plateforme ON24 durent environ une heure, mais peuvent facilement dépasser cette durée s'ils traitent d'un sujet particulièrement complexe.

En 2020, le temps moyen de visionnage des webinaires dans la région EMEA était de 59 minutes.

Cette légère tendance à la hausse pourrait s'expliquer par la diminution des personnes utilisant des smartphones pour assister à des webinaires. Au cours du dernier trimestre de 2020, près de 13 % des participants de la région EMEA se sont connectés sur un appareil mobile, soit une hausse de 1 % pour la même période en 2019.

### Temps moyen de visionnement des participants :



ON24

## TAUX DE CONVERSION INSCRITS-PARTICIPANTS

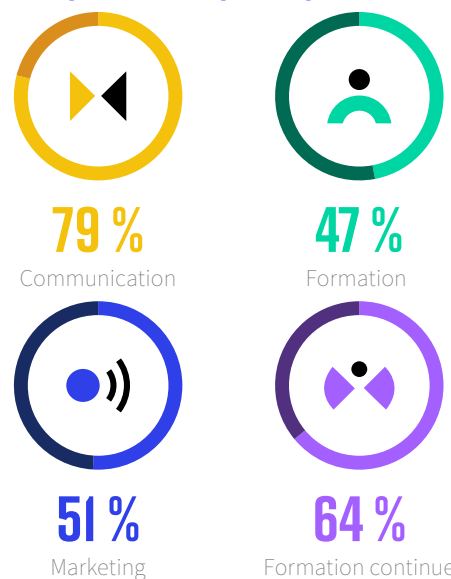
58 %

des inscrits en moyenne deviennent des participants.

Obtenir des inscriptions est la première étape d'un programme de webinaires réussi. Mais le taux de participation est l'un des principaux indicateurs de performance qu'il faut examiner pour évaluer le succès d'un événement. Un taux de conversion compris entre 35 et 45 % est généralement considéré comme satisfaisant.

En 2020, le taux de conversion moyen des inscrits en participants dans l'ensemble de la région EMEA était de 53 %. **Pour les événements comptant plus de 100 participants, le taux de conversion moyen était de 43 %.** D'après nos données, les webinaires de type communication et formation continue enregistrent les taux de conversion les plus élevés dans la région EMEA (79 % et 64 %, respectivement).

### Taux moyen de conversion pour les webinaires comptant plus de 100 participants :



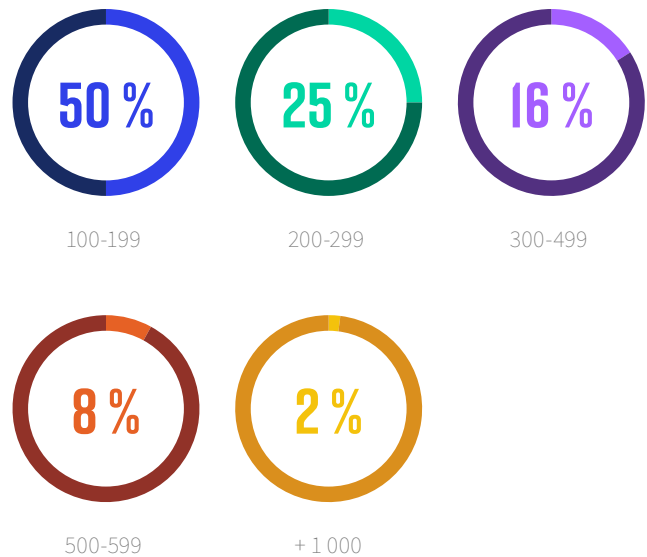
### TAUX MOYEN DE PARTICIPANTS

**66 %** de tous les webinaires organisés en 2020 comportaient une forme de vidéo.

D'après nos données, 41 % des webinaires ON24 dans la région EMEA en 2020 ont attiré au moins 100 participants, contre 32 % en 2019.

Parmi ces webinaires d'au moins 100 participants, **le taux de participation à des webinaires de 300 participants ou plus dans la région EMEA s'est maintenu à 26 %.**

Répartition des webinaires par taille, en pourcentage des sessions comptant plus de 100 participants en direct :



### CONSEIL ON24 : RETRANSMETTEZ VOS ÉVÉNEMENTS PHYSIQUES EN SIMULTANÉ GRÂCE AUX WEBINAIRES AFIN DE MAXIMISER LEUR PORTÉE.

Touchez un public plus large et offrez une expérience sur mesure, en combinant l'impact des événements physiques avec les possibilités d'élargissement permises par le format webinaire. En conférence entièrement virtuelle ou événement hybride, vous pouvez désormais répondre à différents types de besoins et proposer un contenu toujours accessible à tous. Consultez notre webinaire intitulé [Comment Box utilise le numérique pour booster la portée de ses événements physiques.](#)

# INTÉGRATION D'OUTILS D'ENGAGEMENT

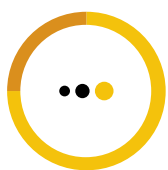
**70 %** de tous les webinaires organisés en 2020 proposaient aux participants des ressources à télécharger ou à utiliser.

L'engagement bidirectionnel est l'un des principaux avantages des webinaires. Il est donc essentiel d'encourager les interactions tout au long de chaque session.

Dans l'ensemble, les répondants évaluent l'interactivité de leurs webinaires à 3,2 sur une échelle de 5 points, soit une hausse par rapport à 2019 avec une note de 3.

Comme l'année dernière, **l'outil de questions-réponses est le choix le plus populaire pour**

### Utilisation des outils d'engagement :



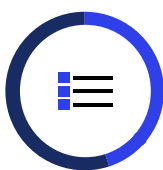
84 %

Questions-réponses



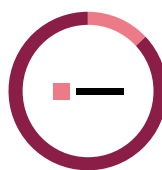
65 %

Ressources à télécharger



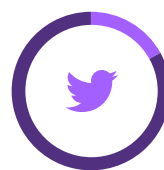
45 %

Sondages



13 %

Vote



17 %

Réseaux sociaux



7 %

Chat

**stimuler l'interaction avec le public dans la région EMEA.** Parmi tous les webinaires analysés, 84 % y ont fait appel.

Les listes de ressources (65 %) et les sondages (45 %) font également partie des outils d'engagement les plus fréquemment utilisés. Par rapport à l'année dernière, l'utilisation des sondages a augmenté de deux points de pourcentage.

Mais pour stimuler l'engagement, il ne suffit pas de mettre à disposition des outils sur l'interface webinaire ou autre expérience numérique. Les compétences de l'animateur font toute la différence et peuvent expliquer que la moitié des clients ON24 (49 %) ont désigné au moins un animateur récurrent pour leurs webinaires.

Les répondants cherchent aussi à améliorer l'engagement. Lorsqu'on leur demande de nommer leur priorité pour 2021, 42 % disent chercher à organiser des webinaires plus attrayants et interactifs. Ce chiffre est plus de deux fois supérieur à celui obtenu pour la deuxième priorité la plus courante : chercher à augmenter les inscriptions aux événements en direct (20 %).

### CONSEIL ON24 : ÉVALUEZ VOS WEBINAIRES MARKETING, AU-DELÀ DU NOMBRE DE PROSPECTS.



Définissez ce que signifie le terme « engagement » pour votre organisation, afin de mieux mesurer vos progrès au fil du temps. Gardez toujours un œil sur les taux de conversion. Mais n'oubliez pas de tenir compte des chutes d'audience et des commentaires des participants. [Téléchargez le Guide de l'optimisation pour le marketing B2B pour en savoir plus.](#)







**Environ 73 % de tous les webinaires en direct de la région EMEA en 2020 comportaient une vidéo, soit 26 points de plus qu'en 2019.**

Cela semble indiquer que les organisateurs sont de plus en plus à l'aise avec l'utilisation des technologies vidéo et reconnaissent l'importance de les intégrer dans leurs webinaires. Comme preuve supplémentaire, 85 % des clients ON24 déclarent que leurs présentateurs interviennent plus fréquemment en vidéo depuis la pandémie de COVID-19.

## INTÉGRATION DE LA VIDÉO

**35 %** des clients ON24 ont acheté du nouveau matériel pour leurs webinaires.

Types de vidéos présentes dans les webinaires ON24 :

-  Productions studio
-  Présentations par webcam
-  Clips vidéo intégrés
-  Streaming et partage d'écran

Bien que l'utilisation de la vidéo en webinaire ne nécessite guère plus qu'une webcam et un ordinateur, bon nombre de clients ON24 ont investi dans du matériel permettant d'améliorer la qualité de l'expérience vidéo qu'ils proposent. Environ 35 % des répondants ont déclaré avoir acheté du matériel pour la production de webinaires au cours de l'année passée ou auparavant.

### CONSEIL ON24 : UTILISEZ LA VIDÉO DANS VOS WEBINAIRES POUR STIMULER L'ENGAGEMENT.

La vidéo est l'une des formes les plus efficaces de contenu que vous pouvez utiliser pour transmettre votre message. Il a été prouvé que l'ajout de vidéos aux webinaires améliore l'engagement du public et le temps de visionnement. Transformez les spectateurs passifs en participants actifs en intégrant du contenu vidéo pertinent à vos webinaires. Pour plus de conseils, lisez notre guide intitulé [Cinq façons d'intégrer la vidéo dans vos webinaires](#).

# PERSONNALISER SON EXPERIENCE WEBINAIRE

**29 %** des clients ON24 intègrent leurs webinaires dans des pages de renvoi personnalisées destinées à des publics cibles.

Une expérience personnalisée est essentielle au succès d'une marque moderne. Grâce aux webinaires, les organisations peuvent atteindre un niveau plus élevé d'engagement personnel. Et cela est vrai tant pour des activités de marketing de comptes stratégiques ou d'Account-based Marketing générale, que dans le cadre d'une stratégie ciblant certaines industries ou cas d'usage.

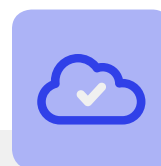
Notre enquête auprès des clients ON24 montre qu'une bonne partie d'entre eux s'efforcent de rendre leurs webinaires plus pertinents pour leurs clients cibles. Environ la moitié des répondants (49 %) utilisent des webinaires dans le cadre de leurs efforts d'Account-based Marketing. Dans ce groupe, la méthode de diffusion la plus courante pour ces webinaires est l'e-mail, dans 64 % des cas.

En dehors de l'Account-based Marketing, 46 % des clients créent des webinaires destinés à des secteurs spécifiques, tandis que 14 % le font pour des cas d'usage.

De plus, les webinaires n'ont pas besoin d'être personnalisés de façon indépendante. Environ trois clients sur dix (29 %) intègrent les webinaires dans des pages de renvoi personnalisées destinées à des publics cibles et 15 % prévoient de faire de même. Cette approche permet de transformer un webinaire générique en une offre très ciblée.

## CONSEIL ON24 : ADAPTEZ VOS WEBINAIRES AUX PRATIQUES D'ACCOUNT-BASED MARKETING.

Les efforts fournis pour vos webinaires peuvent continuer à produire des résultats longtemps après la fin de l'événement. Une façon de revaloriser vos webinaires est de les intégrer dans une page spécialement conçue pour l'interaction avec un compte cible. Celle-ci peut inclure à la fois la marque du compte cible, du contenu téléchargeable, des liens de prise de contact et même les coordonnées de votre service chargé de la satisfaction clients. Pour en savoir plus, [consultez ON24 Target](#).



# ÉVALUATION POST-WEBINAIRE

## VIDÉO À LA DEMANDE

**57 %** des clients ON24 créent des webinaires disponibles directement en vidéo à la demande.

Le direct reste le principal mode de diffusion des webinaires puisqu'il favorise l'engagement en temps réel. Mais les webinaires à la demande gagnent en popularité car les participants peuvent y accéder au moment qui leur convient le mieux. En organisant un webinaire en direct, puis en rendant l'enregistrement disponible à la demande, vous faites d'une pierre deux coups.

Les données recueillies montrent une préférence croissante pour les webinaires en direct. La participation aux webinaires en direct uniquement a fait un bond de 8 points en 2020, tandis que la consommation de vidéo à la demande a chuté de 9 points. Toutefois, la combinaison de la participation aux webinaires en direct et à la demande a augmenté de 1 %.

Les clients ON24 semblent répondre au besoin croissant de vidéo à la demande, puisque 57 % d'entre eux créent des webinaires directement disponibles en replay. En outre, 13 % d'entre eux prévoient de faire de même pour l'année à venir.



62 %

En direct uniquement

7 %

En direct et à la demande

31 %

À la demande uniquement

## TEMPS DE VISIONNAGE À LA DEMANDE

**27 %** des clients ON24 utilisent des plateformes de contenu de type Netflix pour promouvoir leurs webinaires à la demande.

Les webinaires à la demande donnent plus de longévité à votre contenu. Avec des sessions toujours accessibles en ligne, vous pouvez continuer à toucher, former et satisfaire un public en temps normal inaccessible en direct. Mais quelles sont les bonnes valeurs de référence pour la vidéo à la demande ? **En 2020, le temps moyen de visionnement à la demande dans la région EMEA était de 31 minutes, soit une augmentation de 10 points.**



2020

### INSCRIPTIONS POST-DIRECT

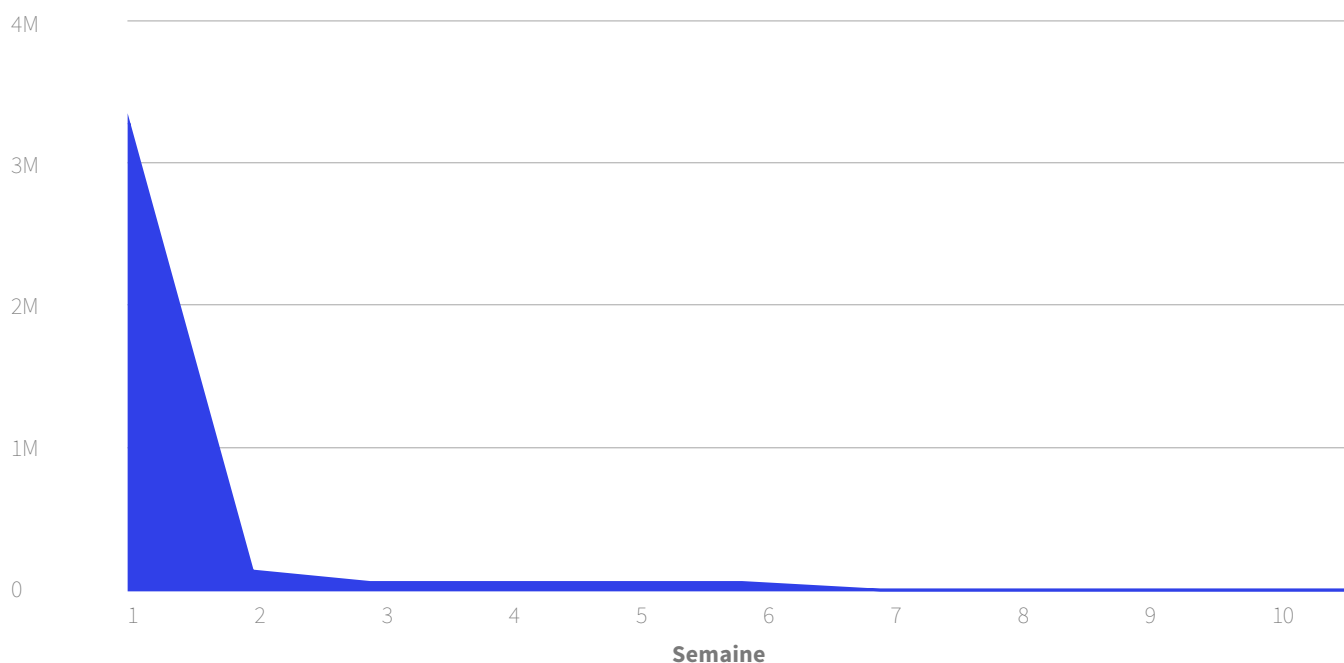
**89 %** des clients ON24 estiment que le webinaire est un support plus performant pour générer des prospects qualifiés.

#### Les participants de la région EMEA préfèrent le contenu en direct plutôt qu'à la demande.

En 2020, par exemple, 31 % d'entre eux ont assisté uniquement à des webinaires à la demande, soit une baisse de 9 points par rapport à 2019. Parmi ces spectateurs à la demande, la majorité s'est inscrite une semaine après un événement en direct.

Ce changement de préférence peut à nouveau être attribué au volume de webinaires produits en 2020 en réponse à la pandémie de COVID-19. Pourtant, il existe une véritable demande pour les options en replay. Les créateurs et les diffuseurs de webinaires devraient envisager de placer leurs sessions et d'autres contenus sur une plateforme dédiée. En effet, plus d'un quart des clients ON24 (27 %) adoptent cette approche et utilisent des plateformes de type Netflix pour promouvoir la vidéo à la demande.

#### Inscrits post-direct :





# DONNÉES POST-WEBINAIRE

## USAGE DES DONNÉES POST-WEBINAIRE

66 %

des clients ON24 affirment que leurs équipes de vente donnent la priorité aux prospects issus des webinaires.

Les plateformes de webinaires devraient être intégrées aux piles technologiques. Cela permet d'accélérer le reporting et le suivi, d'aligner le marketing et les ventes et de raccourcir le parcours d'achat. L'intégration des webinaires à une plateforme CRM, par exemple, permet aux équipes commerciales de bénéficier d'un accès immédiat aux informations sur les comptes. Elles peuvent ainsi assurer un suivi plus ciblé.

Les webinaires, ainsi que les données d'engagement qu'ils génèrent, sont précieux. Deux tiers des répondants à l'enquête (66 %) déclarent que les équipes commerciales donnent la priorité aux prospects issus des webinaires. C'est probablement en raison des informations et des signaux d'achat qu'ils contribuent à faire émerger et à fournir.

Ces données d'engagement peuvent également être utilisées pour améliorer l'expérience webinar. En testant l'impact des nouvelles approches par rapport à l'augmentation du taux d'engagement, les organisateurs de webinaires peuvent continuellement optimiser les performances de leurs programmes.



### CONSEIL ON24 : FOURNISSEZ À VOS ÉQUIPES COMMERCIALES DES DONNÉES SUR L'ENGAGEMENT DANS LE CADRE DE LEUR WORKFLOW.

Les webinaires et autres expériences numériques fournissent de précieuses indications sur les intentions, grâce aux données et à l'analyse sur l'engagement. Transmettez ces informations à la plateforme CRM de votre choix. Votre équipe de vente pourra ainsi facilement identifier les prospects et les comptes qui se sont engagés avec votre marque et de quelle façon. Découvrez comment ON24 peut vous aider dans cette tâche en utilisant le [Profil d'engagement prospects](#).

# CYCLE DE MARKETING ET DE VENTE

## WEBINAIRES DANS LE MARKETING ET LEUR CYCLE DE VENTE

**72 %** affirment que les webinaires ont un impact direct sur le flux des ventes et les revenus.

Les webinaires stimulent l'engagement et augmentent le flux des ventes. Notre enquête auprès des clients ON24 montre que, pour 99 % des répondants, les webinaires sont un élément primordial de leur plan marketing 2021.

**Au niveau stratégique, 3 personnes sur 10 (31 %) considèrent les webinaires comme « essentiels ».** En moyenne, les répondants évaluent l'importance des webinaires à 4,1 sur une échelle de 5, dans le cadre de leur stratégie de marketing numérique.

En termes d'impact sur les résultats, notre enquête indique que les webinaires influent directement à la fois sur le flux des ventes et sur les revenus, comme l'affirment 7 répondants sur 10 (72 %). En outre, 9 personnes sur 10 (89 %) pensent que les webinaires sont plus efficaces que d'autres canaux de communication pour générer des prospects qualifiés.

Les webinaires ont également un impact positif sur les dépenses marketing puisque les trois quarts des répondants (76 %) reconnaissent qu'ils contribuent à réduire leur coût par prospect.

Près de **48 % des répondants considèrent également que la qualité des prospects générés par les webinaires est supérieure à la moyenne** (4 ou 5 sur une échelle de 5 points), soit une hausse de 10 points depuis le dernier rapport annuel de référence. Dans l'ensemble, les répondants évaluent la qualité des prospects générés par les webinaires à 3,5 sur une échelle de 5 (contre 3,3 précédemment).

Les marketeurs utilisent également les webinaires à toutes les étapes du funnel. Près des deux tiers d'entre eux (63 %) les utilisent pour des activités du milieu du funnel. Mais les webinaires sont également utilisés pour les efforts en haut (58 %) et en bas du funnel (43 %). En effet, environ la moitié des interrogés déclarent utiliser (38 %) ou prévoir d'utiliser (12 %) des webinaires pour générer des étapes de conversions clés, telles que des démonstrations, des séances d'essai ou des prises de rendez-vous.

### CONSEIL ON24 : UTILISER LES DONNÉES WEBINAIRE POUR BOUCLER LA BOUCLE ET AMÉLIORER LES PERFORMANCES.

Veillez à collecter et à utiliser les données de vos webinaires pour identifier ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Cherchez également à intégrer votre plateforme webinaire à votre système CRM ou d'automatisation du marketing ou d'apprentissage en ligne. Cela permettra à ceux d'entre vous qui ne sont pas directement impliqués dans les webinaires de voir comment chacun de vos clients interagit et s'engage. [Découvrez comment ON24 Connect peut vous aider dans ce domaine.](#)

# CONCLUSION

Les données de notre rapport montrent que 2020 a encore été une excellente année pour les webinaires. La région EMEA regarde désormais plus de 19 317 heures de contenu webinar chaque jour. Et toutes les quatre secondes, une personne inscrite dans la région EMEA participe à un webinar ON24.

Ces dernières années, nous avons assisté non seulement à une augmentation du volume, mais aussi au développement d'expériences webinar de qualité. L'utilisation de la vidéo a augmenté de manière significative, la vidéo à la demande est en hausse et la technologie offre toujours plus de moyens de s'engager auprès du public. **Plus de deux tiers des clients ON24 (67 %) utilisent également les webinaires comme élément central de leurs événements virtuels.**

L'indice d'engagement ON24 est mesuré sur une échelle de 10 points. Elle évalue l'engagement d'un participant individuel vis-à-vis de votre webinar et de son contenu, sur la base du nombre moyen de minutes regardées, des questions soumises, des réponses aux sondages, des votes effectués, etc. Le score d'engagement d'ON24 est élevé dans l'ensemble de nos quatre grands types de webinaires :

- Marketing : 3,7
- Formation : 3,9
- Formation continue : 4,2
- Communications internes : 3,8

## Note moyenne d'engagement ON24 par type de canal

Les données de notre enquête montrent également que, dans un monde post-COVID, de nombreux clients ON24 prévoient que les changements effectués en 2020 perdurent. Seuls 13 % disent que leur stratégie relative aux événements physiques reviendra à une approche distincte, tandis que 81 % adopteront des stratégies hybrides. Par ailleurs, lorsqu'on les interroge plus largement sur leurs attentes, 34 % d'entre eux réduiront leurs efforts de marketing physique, tandis que 11 % se concentreront sur les canaux numériques.

Cependant, nous constatons aussi qu'il reste du chemin à parcourir pour convaincre des avantages des webinaires et des expériences numériques. Selon notre enquête auprès des clients ON24, 37 % d'entre eux déclarent que le défi le plus difficile à relever pour promouvoir les webinaires en interne est de démontrer leur valeur, 31 % citant quant à eux l'impact sur les revenus. Cela signifie que la majorité du travail à faire consiste à montrer de quelle façon les webinaires et autres expériences numériques peuvent aider à atteindre des objectifs commerciaux. En tant que webinexperts, notre mission est de faire valoir les webinaires comme canal idéal pour toucher le public et l'impliquer de façon véritablement humaine.

**Dans un monde toujours plus hyperactif, les webinaires nous permettent d'offrir un engagement humain à l'échelle numérique.**

# À PROPOS D'ON24

ON24 est l'un des principaux fournisseurs de logiciels cloud qui transforment la façon dont les entreprises s'adressent à leurs clients dans un monde où le numérique prévaut.

La plateforme d'expérience numérique ON24 facilite la création, le développement et la personnalisation d'expériences interactives qui favorisent une croissance significative de l'entreprise. Grâce aux webinaires, aux événements virtuels et aux expériences multimédias ON24, nous mettons à disposition un système d'engagement permettant aux différents publics de choisir et d'accélérer leurs propres parcours. ON24 est au service de plus de 1 900 entreprises dans le monde entier, avec des bureaux en Amérique du Nord, en EMEA et en APAC. Pour plus d'informations, rendez-vous sur [www.ON24.com](http://www.ON24.com) et suivez-nous sur LinkedIn et Twitter.



## **Vous souhaitez tester ON24 ? Profitez de l'essai gratuit sur ON24 Webcast Elite.**

**Vous savez maintenant ce que les webinaires peuvent accomplir. À présent, voyez comment vous pouvez aller au-delà et transformer les interactions avec le public en données et informations exploitables, indispensables pour convertir les prospects en clients, grâce à la plateforme d'expérience numérique ON24.**

**MONTREZ-MOI COMMENT**

