

ON24

効果的な
オンデマンドウェビナー
戦略策定の秘訣

効果的な オンデマンドウェビナー 戦略策定の秘訣



ウェビナーをその場限りのものにし ないために

多くの企業は、ウェビナーが潜在顧客や顧客、パートナーなどとコミュニケーションを図るための最も重要なツールであると考えています。ウェビナーの技術が進化したことで、購買サイクル全体にとって価値のある、魅力的でインタラクティブなイベントを実施できるようになりました。ところが残念なことに、イベントのライブ配信日が過ぎると、ほとんどのウェビナーはいつの間にか忘れられ、二度と注目されなくなってしまいます。

ウェビナーの登録者のうち、ライブ配信日に出席する人の割合は平均で35～45%ですが、アーカイブ動画があれば、さらに20%ほどがオンデマンドでウェビナーに出席します。オンデマンド視聴者の大半は、ライブ配信日の2～3週間以内にアーカイブ動画を視聴します。その後、オンデマンド視聴者の数は次第に少なくなり、主催者が何も対策しなければそのまま忘れられていくのです。

登録者の視聴動向

- ライブ配信を視聴:44%
- ライブ配信とオンデマンド配信を視聴:8%
- オンデマンド配信を視聴:22%

効果的なオンデマンドウェビナー戦略策定の秘訣

ウェビナーをオンデマンド配信する

今や、ウェビナーをその場限りで終わらせる時代ではありません。ほとんどの最新ウェビナープラットフォームには、ウェビナーの動画を保存して、ライブ配信が終わったらすぐにオンデマンド配信する機能があります。通常、オンデマンド配信のリンクは企業のウェブサイトに掲示され、ライブ配信日から数週間（時には数ヶ月）にわたって公開されます。

リアルタイムのイベントではないアーカイブ動画でも、魅力的でインタラクティブなエクスペリエンスをオンデマンドで提供することは可能です。配信に使用する技術にもよりますが、オンデマンドウェビナーの出席者でも、投票やアンケート、ソーシャルメディアなどへの参加が可能で、質問をすることもできます（ただし、回答は後日メールで届くことになります）。また、ウェビナーコンソールからコンテンツをいつでもダウンロードできるようにして、オンデマンド配信している間はコンテンツを追加したり差し替えたりすることができます。

オンデマンドウェビナーにオーディエンスを集めることができれば、企業にも出席者にも価値を提供し続けることができるのです。

プロモーションを止めない

企業がウェビナーを主催するときによく犯すミスは、ライブイベントが終わったらプロモーションを全然しなくなることです。ウェビナーのコンテンツには大きな価値があるので、オンデマンド配信すれば、視聴したオーディエンスは多くのことを学べます。オンデマンドウェビナーはプロモーションがカギです。しかし、手法を変えずに同じイベントを繰り返し宣伝することはできません。時期をずらしてプロモーションを

行えば、アーカイブ動画に新たな視聴者を獲得するチャンスが高まります。

メッセージにバリエーションを持たせて、幅広いオーディエンスに訴求しましょう。オンデマンドウェビナーをこれから行う認知度向上キャンペーンや他のプロモーションとリンクさせる方法がないか考えてみてください。優れたウェビナーをしばらく寝かせておいて、数週間後や数ヶ月後に再び公開すれば、まったく新しいオーディエンスを誘致することができます。プロモーションするオンデマンドウェビナーを切り替えることで、柔軟性が増し、新たな潜在視聴者の関心を適切なタイミングで捉えるチャンスが生まれます。

戦略

メッセージの鮮度を保ち、アーカイブ動画をプロモーションする時期をずらす

複数のメディアで同時配信する

アーカイブ動画に視聴者を呼び込むには、イベントを簡単に見つけてアクセスできるようにする必要があります。多くのウェビナープラットフォームには、オンデマンドウェビナーや動画コンテンツをホストするためのオンラインチャンネルやポータルを作成する機能があります。作成したポータルは、ブログやパートナー企業のサイト、フォーラムなどに埋め込むことができ、ターゲットを絞ったオーディエンスに向けてコンテンツを幅広くプロモーションすることができます。

コンテンツを一般公開する

YouTubeやVimeo、SlideShareなどのサイトでオンデマンドウェビナーを同時配信すると、ウェビナーコンテンツの検索やアクセスがさらに簡単になり、視聴者を増やすことができます。イベント全体の動画を単独で公開することも、トピックごとに区切って動画シリーズとして公開することもできます。一部のウェビナープラットフォームにはコンテンツの編集/リミックス機能があるので、過去のイベントから様々な新しい動画を制作できます。気軽に視聴できる短編動画や、内容を掘り下げた長編動画を組み合わせることで、幅広い視聴者を惹き付けることができます。このようにコンテンツのキュレーションを行うことで、ウェビナーの価値が大きく高まるのです。

視聴者の獲得にウェビナーの結果を活かす

ウェビナーでは、投票、アンケート、チャット、グループコラボレーション、ソーシャルメディアなど、オーディエンスを引き付けるための様々なインタラクティブツールが用意されます。こうしたインタラクションは、視聴者の関心を読み取ることができるので、ライブイベントでは非常に貴重なものです。それだけでなく、ライブ配信を見逃した人々にオンデマンドウェビナーを宣伝するために、インタラクションを活用することもできます。オンデマンドウェビナーをプロモーションするためのメール配信やソーシャルメディアキャンペーンを計画しているなら、ライブイベントの投票やアンケートの結果を見返してみてください。こうした興味深いデータを活用することで、他人の意見を知りたがる新しい視聴者を獲得することができます。結果のデータをインフォグラフィックにまとめて、オンデマンドウェビナーのプロモーションに利用するのもいいでしょう。

ツイートを最大限に活用

ウェビナーの興味深い投票結果をツイートして、アーカイブ動画のリンクを貼ると効果的

他のウェビナーとのクロスプロモーションを行う

新たにライブ配信するウェビナーは、過去のアーカイブ動画をプロモーションするチャンスでもあります。ライブ配信中やイベント期間内に宣伝することも、最新ウェビナーの出席者に送るフォローアップメールの中にオンデマンドポータルへのリンクを書き添えることもできます。マーケティング担当者にとっては、直近の出席者により多くのコンテンツを紹介し、バイヤーのジャーニーを促進するチャンスになります。

効果的なオンデマンドウェビナー戦略策定の秘訣

ケーススタディ： QASymphonyウェビナー シリーズ

Summary

QASymphony社は、ON24®でウェビナープログラムを開始してから数ヶ月以内に大きな成果を上げました。オンデマンドウェビナーの視聴によってリードを40%増やし、ウェビナー出席者の平均15~20%に購買意欲があることを見極め、15万米ドルを超える取引をセールスパイプラインに送りました。

Challenge

出席者数の限界を克服してリードを増やす

QASymphony社の最優先課題は、会社の成長を加速し続けることでした。まず、QASymphony社は、ターゲットオーディエンス向けの業界関連資料が不足しているのに対処するため、コンテンツマーケティングプログラムとリードジェネレーション戦略の中心として、ソートリーダーシップウェビナーを活用することにしました。業界の年間トレンドレポートを解説するウェビナープログラムを開始したところ、あっという間に3,400名を超える登録者を獲得しました。ところが、意外にもこれで大きな問題が露呈することになりました。利用していたウェビナーツール「GoToWebinar」では登録者数に上限があり、大きなデマンドに対応できなかったのです。

Solution

スケーラブルなウェビナープログラム

慎重に検討した結果、QASymphony社はON24を選択しました。今後も1,000名を超える大規模なウェビナーをホストし続ける予定だったため、出席者数が上限に達してしまう事態は許されなかったのです。ON24を利用し始めてからは、限界を気にせず大規模なウェビナーを

ホストできるようになりました。また、ON24のオンデマンド機能や、配信後まで考慮した綿密なウェビナー戦略を活用することで、ライブ配信のずっと後になっても数百人のリードを創出できるようになりました。

Results

ウェビナーによりファネルの潜在顧客が増加

QASymphony社は、ON24を使った最初のウェビナーの成果を「ホームラン」と評しましたが、プログラムの規模が拡大するにつれ、さらに大きな成果を上げることになりました。ON24のサポートにより、ファネルのあらゆるレベルで潜在顧客を顧客に転換し、総合的なオンデマンド配信戦略を実践することでリードを40%増やしたのです。また、ウェビナープログラムの刷新によって、15万米ドルの取引をセールスパイプラインに送り、各ウェビナーの出席者の15~20%を購買意欲のあるリードとして見極めることで、ファネルの低い位置にいる潜在顧客をより早く顧客に転換することができました。

理想的なオンデマンド配信戦略

質の高いリードの創出や、リードクオリファイをする上で、ウェビナーは非常に効果的です。このガイドでご紹介したヒントを元に、ウェビナーのオンデマンド配信を実施すれば、ライブ配信後も長期にわたりイベントの価値を維持することができます。イベントアーカイブのプロモーションを通じて、発信するメッセージやコンテンツに触れる人数を大幅に増やし、マーケティング投資のリターン率を高めることができます。

重要なポイント

- ウェビナーのライブ配信から48時間以内にアーカイブ動画をオンデマンド配信する
- オンデマンドウェビナーを、潜在顧客向けプロモーションに継続的に利用する
- 時期をずらしてイベントアーカイブのプロモーションを行う
- ウェビナーチャンネルを開設し、パートナー企業のウェブサイト、ブログ、ソーシャルメディア、フォーラムなどにコンテンツの同時配信を行う
- ライブウェビナーの投票やアンケート結果を活用し、新たな視聴者を獲得する
- 他のウェビナーとのクロスプロモーションでイベントアーカイブを宣伝する



効果的な オンデマンドウェビナー 戦略策定の秘訣



ON24 について

ON24 (オン・トゥエンティーフォー) のミッションは、企業がリッチなデータを含むデジタルエクスペリエンスを通じて、顧客エンゲージメントを高め売上を向上するためのデジタルトランスフォーメーションを支援することです。ON24のプラットフォームによって、マーケターはオールウェイズ・オンのパーソナライズされたライブウェビナー、コンテンツ、バーチャルイベントといった体験を提供し、オーディエンスとリアルタイムにエンゲージすることで、購入タイミングを逃さず、パイプラインの加速につながります。ON24上では、グローバル規模で多数の企業が見込み顧客や既存顧客とのエンゲージメントをしており、その数は1分間に数億に上ります。ON24はサンフランシスコに本社を構え、米国、欧州、日本およびアジアパシフィック太平洋地域で事業を展開しています。

詳しくは、<https://jp.on24.com> をご覧ください。



ON24 合同会社

150-6139 東京都渋谷区渋谷 2-24-12 渋谷スクランブルスクエア39F

050.1741.4320 | JP.ON24.COM

© 2018 ON24, Inc.