

Онлайн-вебинары как инструмент маркетинга

Вилявин Роман,
заместитель директора
по продвижению в западном сегменте
«Promodo»

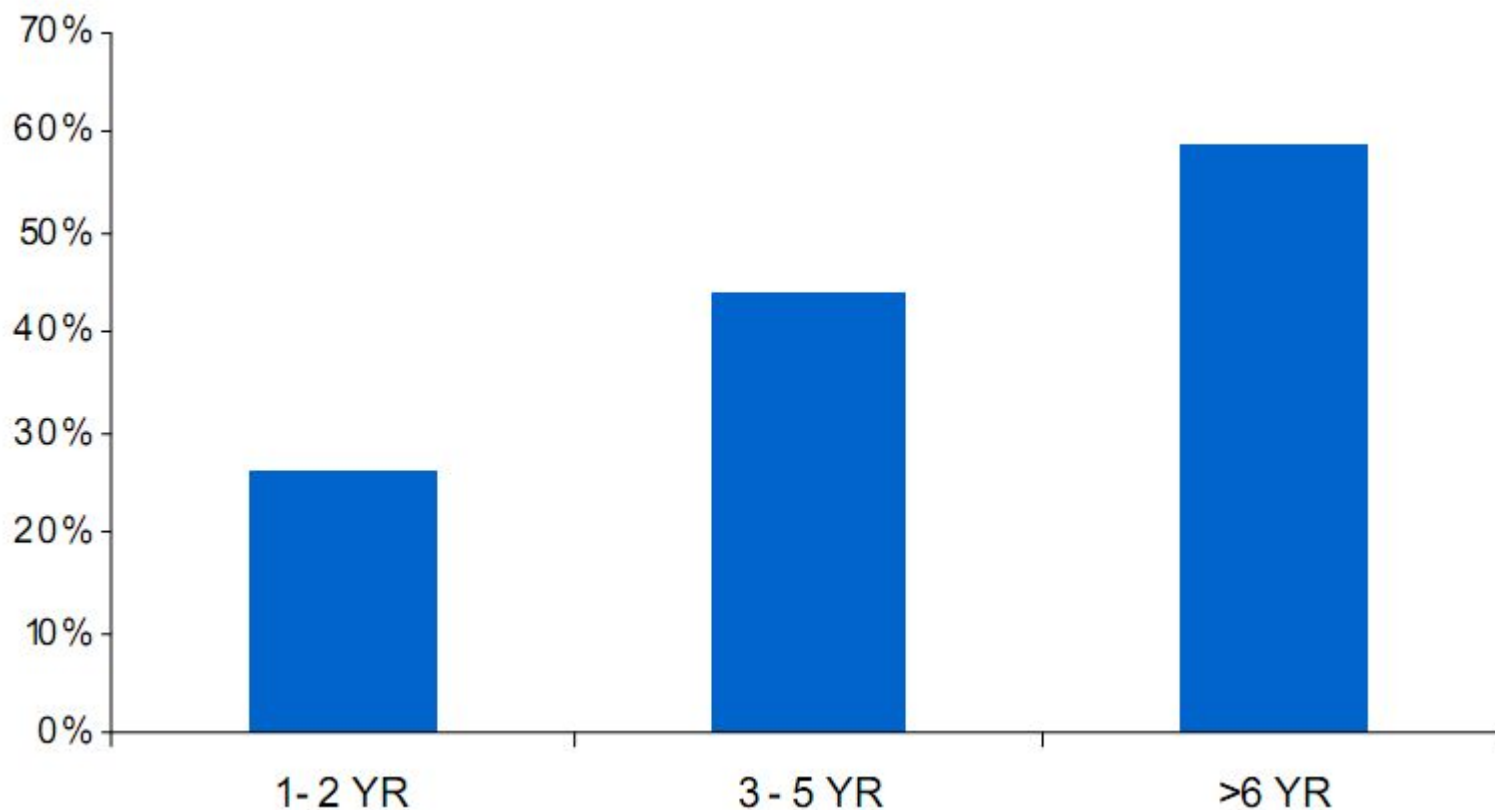
14-15 октября 2011, Харьков
Optimization.com.ua

Зачем?

- ❑ **Этап в воронке продаж (whitepaper-demo-webinar...)**
- ❑ **Генерация лидов**
- ❑ **Узнаваемость бренда и репутация экспертов**
- ❑ **Повышение лояльности**

46% B2B маркетологов на западе используют вебинары

Эффективность для лидов (опыт проведения)



Шаг 1. КРІ

- Количество лидов**
- Количество начатых переговоров о продаже**
- Количество участников вебинара (регистраций/слушателей)**

Шаг 2. Marketing & Sales

- Процесс передачи лидов в отдел продаж**
- Место вебинара в воронке продаж**
- Включить в команду представителя от sales**

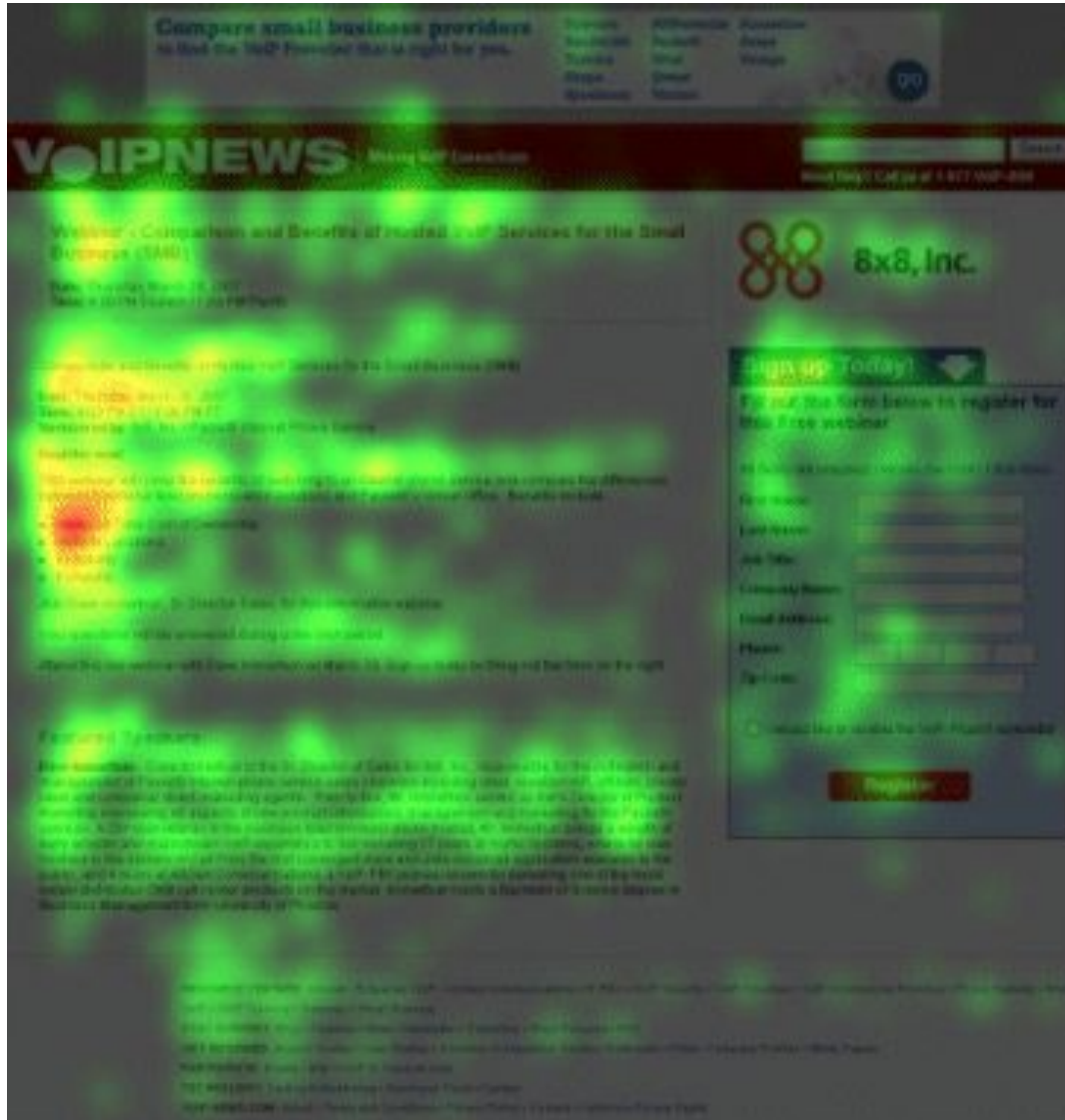
Шаг 3. План проекта

- Тема вебинара**
- Спикеры**
- Контент**
- Регистрации**
- Разработка (landing page, email templates...)**
- Выбор платформы вебинара**
- Передача данных в CRM**

Шаг 4. Инструменты

- ❑ **3 шаблона писем** (registration, confirmation)
- ❑ **1 landing page**
- ❑ **Маркетинговые инструменты** (баннера, промо-блоки...)

Landing page



How to Qualify, Score and Nurture Leads for Optimal ROI

Dear Roman Viliavin,

Your registration for this meeting has been confirmed. All of the information you need to join the meeting is below.

Remember to follow the conversation on Twitter as well with the hashtag [#mktgfunnel](#) [#b2bmktg](#)

Follow us on Twitter: [@Eloqua](#) [@MarketingSherpa](#) [@RTWebSem](#) [@ReadyTalk](#)


Login

[Join Meeting](#)

<https://cc.readytalk.com/partlogin/fv9zrnexww2w>

You will be connected to broadcast audio after joining the meeting.

As an alternative, you may connect via telephone:

 U.S. & Canada Toll-Free 1-800-672-9508

Meeting Description:

B2B buyers have a growing tendency and capacity to research their purchase decisions online long before they engage with Sales. As marketers, we now need to assess which leads are ready to engage, and which are still

Date & Time

Date: Thu, Sep 8, 2011

Time: 02:00 PM EDT

Duration: 1 hour

Host(s): ReadyTalk **Webinar** Series

[Add Meeting to your Calendar](#)

[Lotus Notes Help](#)

ReadyTalk Support Information

[Test your computer](#) for compatibility prior to the meeting.

For technical support:

U.S. and Canada: 800.843.9166

International: 303.209.1600

Email: help@readytalk.com

Web: [Conferencing Support](#)

Presenter Information

Chris Petko



Chris is the Sr. Director of Expert Services at [Eloqua](#). With over 7 years at Eloqua, Chris has gained extensive experience using technology to drive results in areas such as

Follow-up email

webinarSERIES

presented by **ReadyTalk** 

How to Qualify, Score and Nurture Leads for Optimal ROI

Dear Roman Viliavin,

Sorry you weren't able to join us today. Attached to the right is a PDF of the slide deck along with the recording of the webinar.

We hope you can join us next time for another event in the ReadyTalk Webinar Series!


Best,

[Simone Verhulst](#)

Webinar Series Manager

Meeting Description:

B2B buyers have a growing tendency and capacity to research their purchase decisions online long before they engage with Sales. As marketers, we now need to assess which leads are ready to engage, and which are still

Date & Time	
Date:	Thu, Sep 8, 2011
Time:	02:00 PM EDT
Duration:	1 hour
Host(s):	ReadyTalk Webinar Series
Downloadable Files	
	Qualify, Score, Nurture_09...
Recordings	
• How to Qualify, Score and...	
Presenter Information	
Chris Petko	
	
Chris is the Sr. Director of Expert Services at Eloqua . With over 7 years at Eloqua, Chris has gained extensive experience using technology to drive results in areas such as data quality, lead management, closed loop reporting, pipeline	

Выбор платформы

- Время работы на рынке**
- Какие отчеты есть?**
- Инструменты увеличения отдачи?** (email reminders & follow-ups)
- Системы оплаты?** (за событие, ежемесячно)
- Возможности импорта-экспорта базы**

Продвижение вебинара

- ❑ **Внутренние ресурсы** (сайт, блог, подписчики)
- ❑ **Аккаунты в соцсетях** (Facebook, LinkedIn, Twitter)
- ❑ **Данные CRM системы** (контакты в соответствующем цикле продаж)
- ❑ **Пресс-релизы** (PRWeb и т.п.)
- ❑ **Контекстная реклама** (AdWords, LinkedIn)
- ❑ **Тематические площадки** (анонсы)

Методы продвижения

- ❑ **Content development** (guides, case studies, blog...)
- ❑ **SEO** (long tail keywords -> on-page SEO -> inbound links)
- ❑ **PPC** (exact match, custom landing pages, AdSense banners)

Наш опыт проведения

- ❑ **Тема:** "SEO for small business", 28 июля 2011
- ❑ **~100 регистраций:** 30% пресс-релизы, 30% PPC, 30% площадки...
- ❑ **~50 живых слушателей**
- ❑ **Продаж: 0** (обработка лидов!)
- ❑ **Бюджет ~\$100 + 20 человеко-часов**

Спасибо за внимание!

Задавайте вопросы

Роман Вилявин, компания «Promodo»

Twitter: @viliavin

roman@promodo.com

www.promodo.com