



Outil de planification de webinaires

Suivez ce plan de 12 semaines pour vous assurer que votre webinaire se déroule sans accroc. Pour savoir comment présenter des webinaires réussis, consulter la page [Webinaires et séminaires du site Meilleures pratiques des conseillers](#).

Public cible: _____

Sujet: _____

Date/heure: _____

12 semaines avant le webinaire

Étape	Notes	Responsable	Terminé?
Définir les rôles	Animateur/ Modérateur Présentateur Autre		
Créer la présentation <i>(voir la section Aperçu de la présentation ci-dessous)</i>			
Créer les ressources de suivi <i>(p. ex. : sommaire, manuel et outil)</i>			
Planifier les éléments incitatifs <i>(p. ex. : repas, cadeaux, dons)¹</i>			
Inviter un ou des conférenciers			
Vérifier le matériel <i>(voir la section Matériel ci-dessous)</i>			
Autre			



Aperçu de la présentation

Préparez une présentation de 30 minutes ou de 1 heure. Réservez de 5 à 10 minutes pour les questions. Mettez l'accent sur les éléments qui ajoutent de la valeur. Parlez des produits seulement si vous trouvez que la situation s'y prête.

Introduction : Histoire ou faits intéressants pour susciter l'intérêt du public. Ensuite, présentation de l'ordre du jour.

Messages clés : Qu'est-ce que votre public cible aimerait apprendre sur le sujet? Énumérez 3 points au maximum.

1

2

3

Conclusion et appel à l'action : Que devrait faire le public avec cette information?

Vous cherchez un webinaire clé en main?

À la page [Webinaires tout-en-un](#), vous trouverez des présentations de 30 minutes, les ressources de suivi et les modèles de courriel.

Equipment

Technologie	Lieu du webinaire	Son (choisissez 1 seul dispositif)	Éclairage (choisissez 1 seul dispositif)
Plateforme pour le webinaire	Aucune interruption	Micro pour téléphone intelligent	En face d'une fenêtre
Page d'inscription	Aucun bruit de fond	Casque d'écoute	Lampes derrière le téléphone
Connexion Internet puissante/stable	Arrière-plan bien rangé	Micro externe	Éclairage à DEL ou éclairage annulaire



8 semaines avant le webinaire

Étape	Notes	Responsable	Terminé?
Créer une page d'inscription			
Créer un plan de promotion (<i>voir ci-dessous</i>)			
Commencer à faire la promotion du webinaire			
Autre			

Messages selon le public

Prospects et public	Clients	Centres d'influence ²
<ul style="list-style-type: none"> • Mettez l'accent sur l'aspect informationnel. • Faites des liens avec les préoccupations de votre public cible. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptez le courriel au segment de clientèle. • Insérez une demande de recommandation. 	<ul style="list-style-type: none"> • Demandez à votre centre d'influence de faire suivre l'invitation. • Expliquez les avantages pour le centre d'influence.
<ul style="list-style-type: none"> • « Beaucoup trop de gens ratent l'occasion de... » • « Avez-vous de la difficulté à... » • « Vous êtes-vous déjà demandé comment... » • « À cette période de l'année, vous pensez probablement à... » 	<ul style="list-style-type: none"> • « C'est la rentrée et vous songez peut-être à... » • « C'est le moment de commencer à élaborer votre plan d'affaires pour la nouvelle année... » • « Invitez vos collègues et les membres de votre famille qui pourraient profiter de cette présentation. » 	<ul style="list-style-type: none"> • « J'aimerais inviter vos Clients. » • « Je crois que cette présentation est complémentaire aux services que vous offrez parce que... »

Insérez une description du contenu et des éléments incitatifs.

« Les participants recevront... »¹

« De plus, je m'engage à faire un don de 50 \$ par participant à... ».



Votre plan de promotion

Utilisez les exemples ci-dessous pour créer des invitations accrocheuses. Pensez aux réseaux qui conviennent le mieux, comme le marketing par courriel², les médias sociaux ou les invitations individuelles.

Public	Réseaux et message clé	Date de l'invitation	Date du suivi	Date du rappel
Clients				
Centres d'influence				
Clients potentiels				

Consultez la section [Faire connaître vos services du site Meilleures pratiques des conseillers](#) pour savoir comment faire la promotion de votre webinaire avec le marketing vidéo, LinkedIn et le marketing par courriel.

4 semaines avant le webinaire

Étape	Notes	Responsable	Terminé?
Créer un sondage de rétroaction			
Écrire l'ébauche des courriels de suivi			
Répéter la présentation avec tous les intervenants			
Continuer à faire la promotion du webinaire ²			
Autre			



Courriels de suivi

Effectuer des suivis est fondamental pour approfondir les relations avec les Clients et en gagner de nouveaux². Le but est de fixer des rencontres individuelles avec les participants qui ont démontré un intérêt marqué pour la présentation. Insérez le lien vers le sondage de rétroaction au courriel. Pour ceux qui s'étaient inscrits, mais qui ont dû annuler, offrez-leur la possibilité d'en apprendre davantage sur le sujet.

Public	Messages clés
Participants présents	
Absents	

La semaine du webinaire

Étape	Notes	Responsable	Terminé?
Envoyer les derniers rappels et les renseignements de connexion ²			
Organiser la logistique des éléments incitatifs (p. ex. : appeler les personnes inscrites, planifier la livraison/le ramassage du repas)			
Répéter la présentation			
Autre			



Le jour du webinaire

Étape	Notes	Responsable	Terminé?
Avant			
Vous habiller pour faire bonne impression			
Préparer la caméra et le microphone			
Tester la technologie			
Désactiver les notifications sur le téléphone et l'ordinateur portable			
Autre			
Pendant			
Enregistrer le webinaire			
Présenter le présentateur et l'objectif du webinaire	Animateur/ Modérateur		
Informers les participants que le webinaire sera enregistré	Animateur/ Modérateur		
Donner les instructions sur la participation	Animateur/ Modérateur		
Parler de façon claire et naturelle en évitant de lire le texte à l'écran	Présentateur		
Conclure et expliquer les prochaines étapes	Présentateur		
Animer la période de questions	Animateur/ Modérateur		
Autre			
Après			
Envoyer les courriels de suivi ²			
Autre			



1 semaine après le webinaire

Étape	Notes	Responsable	Terminé?
Examiner les résultats du webinaire : <ul style="list-style-type: none">• Nombre de participants• Rétroaction			
Publier une saisie d'écran du webinaire dans les médias sociaux			
Continuer à entretenir les relations avec les prospects par l'envoi de courriels ²			
Autre			

Autres renseignements

¹ Pourvu que cela reste dans les limites acceptables pour ne pas entraîner ou sous-entendre une quelconque obligation de la part du participant.

² Respectez toujours vos obligations en vertu de la *Loi canadienne anti-pourriel* (LCAP).