

## **Top 10 checklist voor een succesvol webinar**

### **1. Waarom kijkt het publiek?**

Net als bij een congres of debat, moet de organisatie het doel van de kijker scherp hebben. Waarom kijkt men? Welke informatie wordt er gedeeld in het webinar? Hoe belangrijk is die informatie voor de kijker? Of het nu gaat om klanten, medewerkers of andere stakeholders, het webinar moet relevant voor hen zijn. Alleen dan maakt men er tijd voor in de agenda.

### **2. Zorg voor een scherp inhoudelijk doel**

Wat wil je als organisator van het webinar bereiken? Wil je informatie en kennis delen? Wil je in gesprek met de kijker? Verwacht je discussie tussen de kijkers? Is het webinar onderdeel van een bredere campagne of communicatiestroom? Een duidelijk en scherp doel zorgt voor een succesvol format en begrijpelijke inhoud.

### **3. Gebruik de content na afloop**

Het grote voordeel van een webinar is dat alle content opgenomen wordt. Gebruik dit voordeel om na afloop de content opnieuw te delen via online campagnes.

### **4. Niet te lang alsjeblieft**

Een webinar hoeft echt niet langer dan 60 - 90 minuten te duren. Een langer programma kan als het bijvoorbeeld een cursus betreft. Zorg dan wel voor voldoende pauzes.

### **5. Kies de beste studio**

Er zijn vele goede webinarstudio's in het land. Ook kun je op locatie een studio opbouwen. Dit is gemiddeld twee keer zo duur als het huren van een vaste studio. Vaste studio's draaien dagelijks webinars en brengen dus veel ervaring mee. De vormgeving kan altijd worden aangepast aan de klant. Een goede studio heeft ruimte voor een tafelgesprek met 4 gasten, een aparte presentatieplek voor keynotes, 3-7 camera's, regie en een fijne ontvangstruimte voor de sprekers en crew.

### **6. Maak het interactief**

Het webinar moet een goed format hebben. In de praktijk is het een talkshow met diverse onderdelen. Denk aan een interview, tafelgesprek, korte presentaties en interactie met het publiek. Het publiek kan vragen stellen en vragen (polls) beantwoorden. Hiervoor zijn makkelijke online tools beschikbaar. Gebruik deze. Betrek de kijker bij het programma.

### **7. Een producent maakt gelukkig**

De organisatie van een succesvol webinar is een samenspel tussen vele partijen. Ten eerste de initiatiefnemer (bedrijf of overheid), de gasten, redactie, presentator, studio-crew, etc. Een producent verbindt al deze partijen en zorgt voor de praktische organisatie van het webinar. De inzet van een bureau of zzp'er als producent is erg belangrijk voor het succes.

### **8. Een talkshow heeft redactie**

Talkshows op tv worden redactioneel voorbereid. Alle tafelgasten hebben een voorgesprek. Voor een scherp webinar is dit net zo belangrijk. De redactie bewaakt de inhoudelijke lijn en verbindt de inhoud van de tafelgasten en keynote sprekers. De redactie levert een script op en bereidt de presentator inhoudelijk voor. Met de inzet van redactie start elk gesprek met inhoudelijke voorsprong waardoor het voor de kijker direct relevant is.

### **9. Presenteren is een vak**

De presentator van het webinar betreft de kijkers via het oog van de camera. De presentator bewaakt de tijd, samen met de regisseur. De presentator maakt de interactie en is verantwoordelijk voor een inhoudelijk gesprek aan tafel. Veel dagvoorzitters leiden door de coronacrisis wekelijks webinars. Gebruik deze ervaring voor het succes van het webinar.

### **10. Denk aan de visagie**

De visagie wordt vaak vergeten, maar is toch zeer belangrijk. Als de sprekers en gasten er gezond uitzien op beeld, komt de boodschap gewoon beter over.

*Maarten Bouwhuis leidt wekelijks webinars voor het bedrijfsleven en de overheid. Via zijn netwerk denkt hij mee over de inzet van producenten, studio's en redactie.*