

 Intervenants

(Exemple : modérateur du webinaire et du tchat, premier et second intervenants)

 Objectif du webinaire

(Exemple : lancement de produit, génération de leads ou éducation du marché)

 Public cible

(Exemple : secteurs d'activité, fonctions, taille d'équipe ou zones géographiques)

 Format

(FAQ, interview, conversationnel, studio live, cas client, branding ou tutoriel)

 Sujet

(Exemple : résoudre un point de douleur, inspirer ou faire découvrir un sujet)

 Diapositives

(Exemple : écran d'accueil, bienvenue, agenda & présentation des intervenants)

 Date, heure et durée

(Exemple : 45 min = 5 min d'intro, 15 min par intervenant... et deux créneaux le même jour pour couvrir les fuseaux horaires)

 Style

(Exemple : drôle, exclusif, énergique, rythmé ou corporate)

 Critères de réussite

(Exemple : nombre d'inscriptions, nombre de participants en direct)

 Promotion

(Exemple : publicité sociale et newsletter, Facebook, Twitter, LinkedIn, emails)

 Outils et tests techniques

(Exemple : logiciel, caméra et matériel audio)