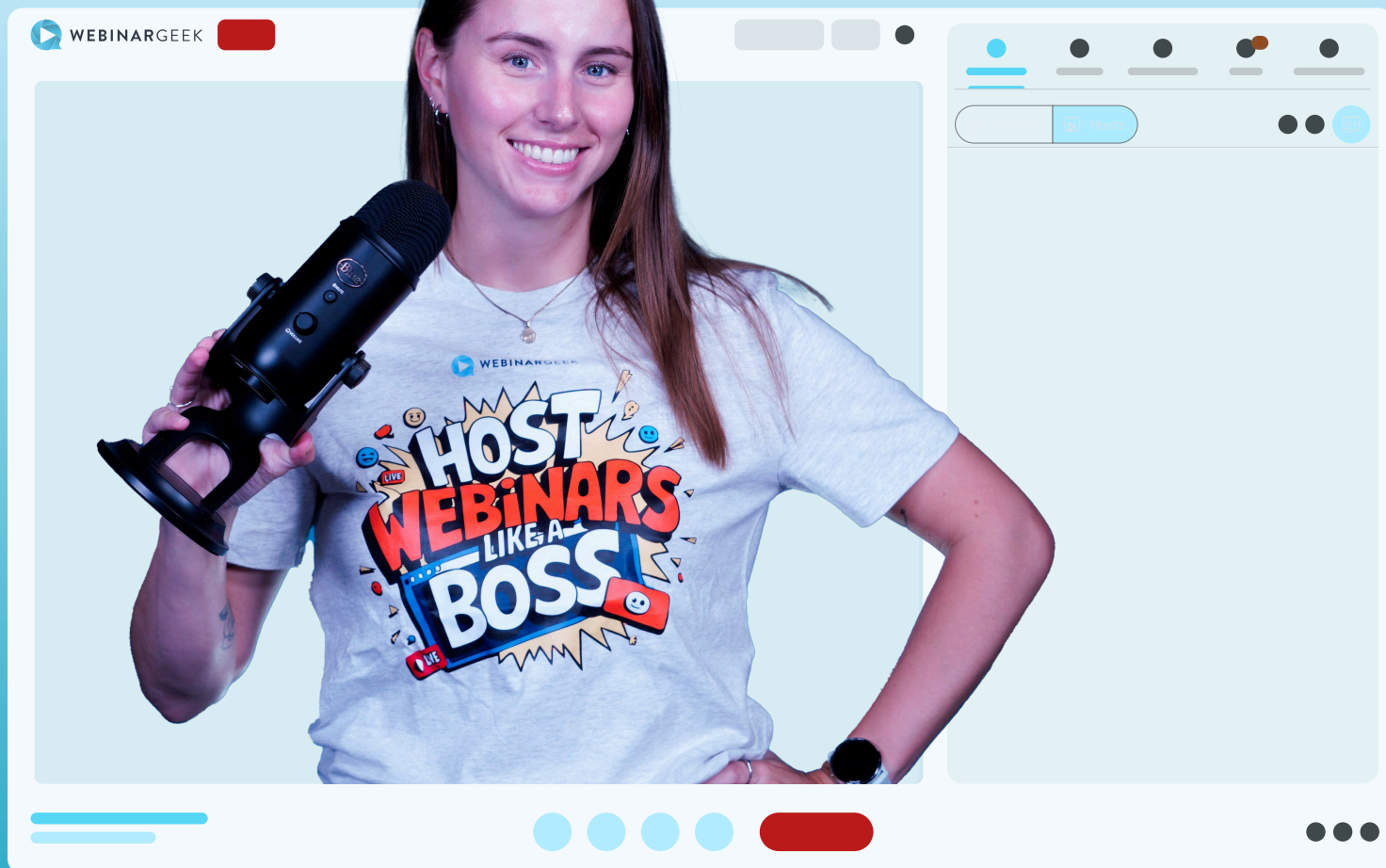


WEBINARGEK

2025 WEBINAR PLAYBOOK VOOR COACHES





WEBINARGEK

Van volgeboekst naar schaalbaar: jouw gids voor groei met webinars

Ben je als onderwijscoach zelfstandig of werk je met een klein team? Dan weet je hoe gelimiteerd jouw tijd en capaciteit zijn. Webinars kunnen precies dat verschil maken waardoor groei wél haalbaar wordt.

In deze gids ontdek je hoe je webinars inzet om meer leads te bereiken, hoe je échte waarde biedt aan je doelgroep en je bedrijf laat groeien op een tempo dat bij je past. Je krijgt ook de 30-daagse Webinar Launch Blueprint, zodat je meteen helder en doelgericht van start kan.

Inhoudsopgave

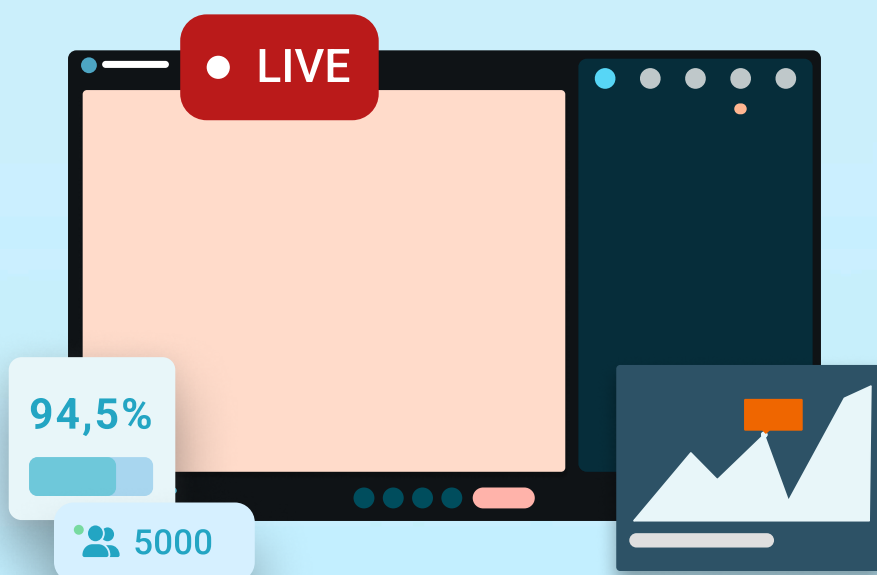
1. Introductie: Waarom webinars helpen bij groei
2. Wat webinars voor jou kunnen betekenen
3. Zo maak je webinars die converteren en verkopen
4. 30-daagse webinar launch blueprint
5. Waarom WebinarGeek



Introductie

Als coach zit je dag vaak vol met sessies, e-mails en contentplanning. En ondanks al dat harde werk voelt doorgroeien soms alsof je tegen een plafond aanloopt. Je hebt nu eenmaal maar 24 uur in een dag. En als jouw business volledig draait op één-op-één interactie, is het lastig om op te schalen.

Daar komen webinars om de hoek kijken. Ze helpen je meer mensen tegelijk te bereiken, zonder dat je inlevert op de warmte of duidelijkheid die jouw coaching zo waardevol maakt. Je blijft aanwezig, je blijft lesgeven, je blijft verbinden – maar dan in een vorm die slimmer met je tijd omgaat. In plaats van keer op keer hetzelfde verhaal te doen, bouw je aan een persoonlijke ervaring die schaalbaar is én vertrouwen opbouwt.



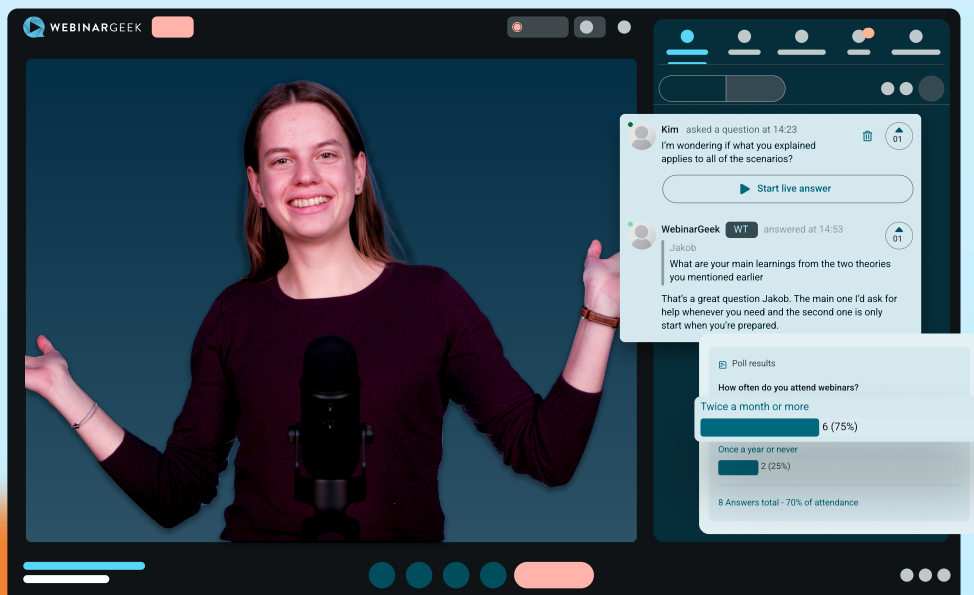
Wat webinars voor jou kunnen betekenen

Test en verfijn je aanbod terwijl je live bent

Een webinar is een laagdrempelige manier om een cursus of coachtraject te introduceren, nog vóórdat alles tot in de puntjes is uitgewerkt. Door goed te letten op de vragen, reacties en betrokkenheid van deelnemers, krijg je direct feedback waarmee je je aanbod en boodschap kan aanscherpen.

Laat zien dat jij dé expert bent in jouw vakgebied

Door regelmatig webinars te geven, bouw je niet alleen een publiek op, je bouwt ook aan je autoriteit. Het maakt niet uit of er tien mensen meeluisteren of honderd, je laat zien dat je kennis hebt, een visie deelt, en mensen verder helpt. Dat is waardevol voor je merk én voor je bereik.



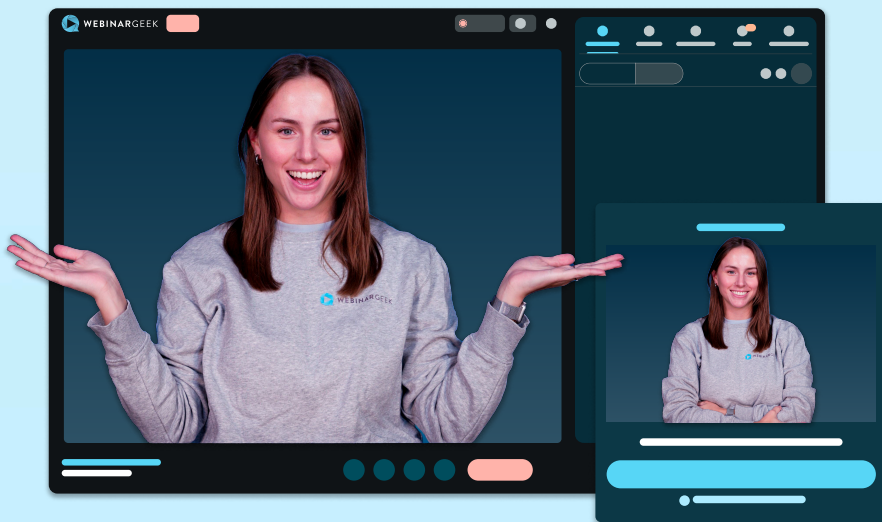
Bouw vertrouwen op met je stem en persoonlijkheid

Live aanwezig zijn doet iets met mensen. Je stem horen, je aanpak ervaren, je reacties zien, het zorgt allemaal voor echte connectie. Veel krachtiger dan een salespagina of e-mail. Een webinar brengt je dichterbij, zonder dat je fysiek bij elkaar hoeft te zijn.

Zet je belangrijkste lessen om in schaalbare content

In plaats van dezelfde uitleg keer op keer in één-op-één gesprekken te herhalen, kan je met een webinar je kernboodschap in één keer delen met een grotere groep. Een goed opgebouwd webinar is efficiënt én persoonlijk, ongeacht de grootte van je publiek.

En het mooiste? Je kan de opname hergebruiken, waardevolle momenten eruit knippen voor social media, en je presentatie steeds verder aanscherpen op basis van live feedback.



nies cools

"Ik wilde echt contact maken met mijn publiek, maar moest ook opschalen. Webinars boden precies die combinatie."

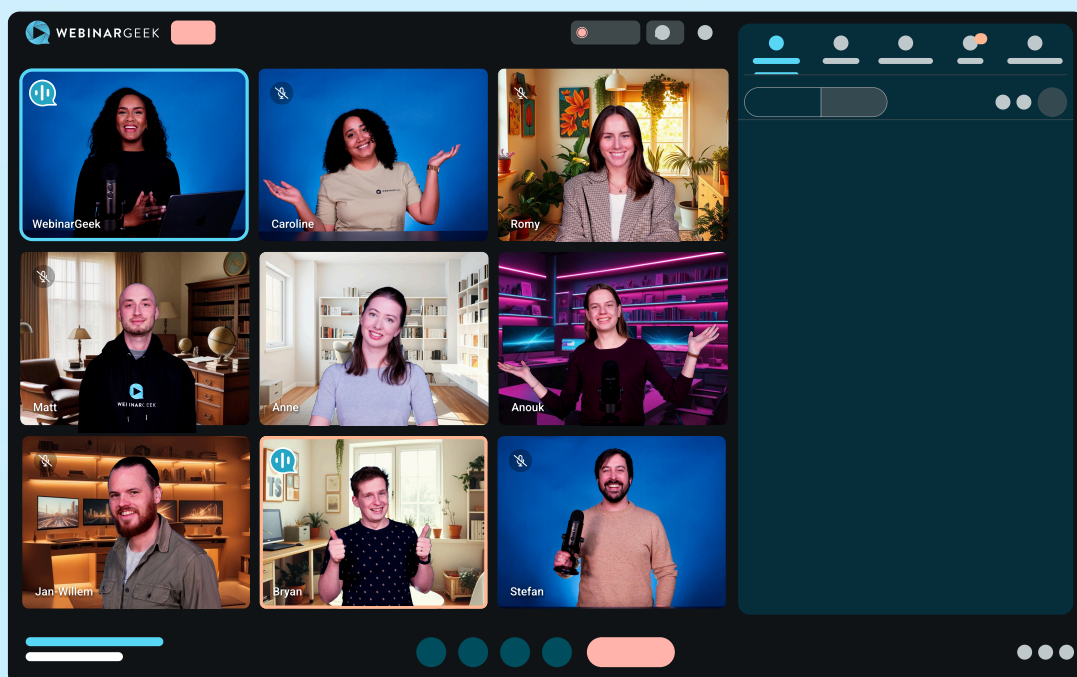
Nies groeide haar educatieve onderneming via webinars en bouwde aan een betrokken community.

 [Lees Nies' verhaal](#)

Klaar om op te schalen?

Nu je weet wat webinars voor jouw coachingspraktijk kunnen betekenen, is het tijd om in actie te komen. Niet zomaar iets in elkaar draaien, maar een webinar maken dat mensen écht aanspreekt. Eentje die deelnemers laat inschrijven, hun aandacht vasthoudt én ze in beweging zet.

Met deze stappen bouw je een webinar dat werkt in de praktijk.

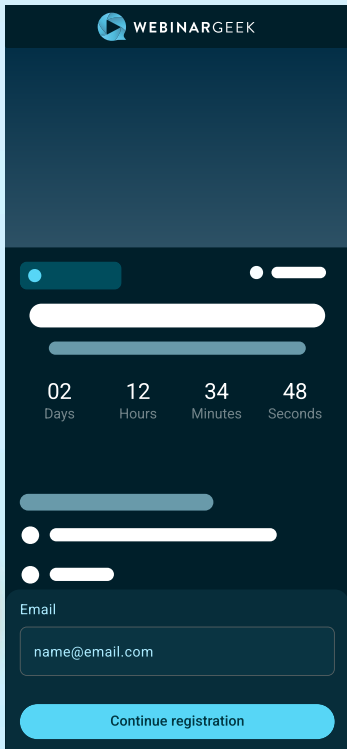


Zo maak je webinars die converteren en verkopen

Een aanmelding én aanwezigheid bij je webinar? Mooi. Maar dat is pas stap één. Wat je daarna doet, maakt het verschil. Kan je de aandacht vasthouden tot het eind? En kan je deelnemers begeleiden richting de juiste vervolgstap?

Of die vervolgstap nu een inschrijving voor je cursus is, een kennismakingsgesprek of een plek op je mailinglijst, de juiste voorbereiding is het halve werk.

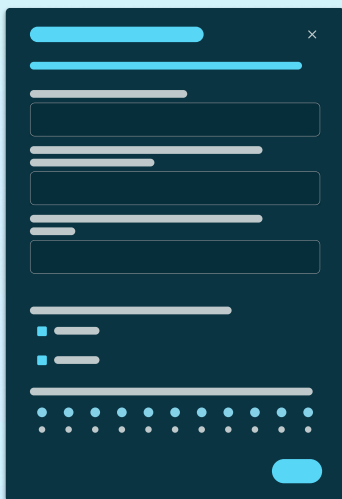
Begin sterk met een registratiepagina die bij jou past



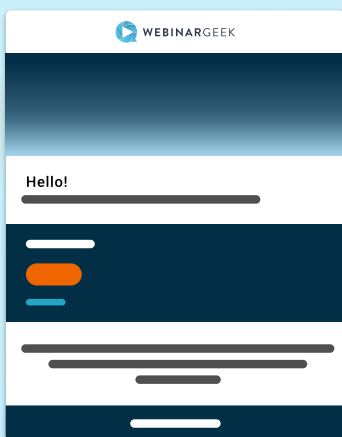
- **Je registratiepagina is het eerste wat iemand ziet voordat zij zich inschrijven voor je webinar.** Dit is de uitgesproken kans om meteen de toon te zetten. Helder, professioneel en in jouw eigen stijl.

Maak registratiepagina's in je eigen huisstijl, zodat ze een verlengstuk van je bedrijf zijn en niet als een standaard inschrijfformulier. Voeg je logo toe, kies je kleuren en gebruik aangepaste velden om precies de informatie te verzamelen die jij nodig hebt.

Zorg voor betrokkenheid vóór je webinar begint

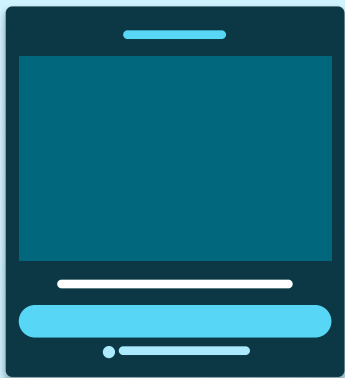


- **Vraag wat je publiek wil leren**
Een korte enquête vooraf geeft waardevolle input. Wat willen ze leren? Waar lopen ze tegenaan? Als je je content baseert op de input van je publiek, voelt je webinar direct relevanter en sluit het beter aan.



- **Blijf zichtbaar met op tijd verstuurde reminders**
Vertrouw niet op één bevestigingsmail die verloren raakt in een overvolle inbox. Stuur herinneringen: een week van tevoren, een dag van tevoren, en nog eentje een uur voor de start. Vooral die laatste telt mee: **36% van de aanmeldingen gebeurt op de dag zelf.**

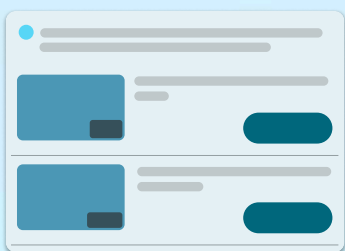
Houd de aandacht vast tijdens je webinar



- **Gebruik interactie om je publiek erbij te betrekken**

Polls, quizzen, live chat en Q&A: het zijn bewezen manieren om deelnemers actief mee te laten doen.

Begin met een poll ("Waar kom je vandaan?"), voeg halverwege een quiz toe om de stof te herhalen, of sluit af met een Q&A waarbij je live vragen beantwoordt.

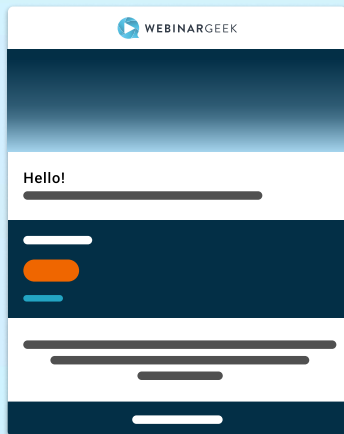


- **Breng variatie in je presentatie**

Gebruik je alleen slides? Dat werkt zelden. Wissel af met bijvoorbeeld scherm delen, korte video's of een live demo. Denk aan een walkthrough van een klantencase, het live tonen van een handige tool, of een video met een praktijkvoorbeeld.

Bonus: geef halverwege een 'extraatje' weg, zoals een downloadbare checklist, een tip die je normaal alleen in je betaalde coaching deelt, of een exclusieve deal. Dit verhoogd direct de waarde van je uitzending.

Zet betrokkenheid om in actie na je webinar



- **Stuur een passende follow-up per doelgroep**

Niet iedereen kreeg dezelfde ervaring, dus stuur ook niet één-en-dezelfde mail. Stuur een bedankmail naar wie tot het einde bleef hangen. Een replaymail naar wie het webinar miste. En een follow-up naar iedereen die op een call-to-action klikte, met daarin een duidelijk volgende stap: 'plan een kennismaking', 'download extra materiaal' of 'meld je aan voor coaching'.



- **Gebruik feedback om je volgende webinar te verbeteren**

Verstuur na afloop een korte evaluatie: wat vonden ze nuttig, wat kon beter, en wat zouden ze een volgende keer graag leren? Dit soort inzichten zijn goud waard. Het helpt je om niet alleen betere webinars te maken, maar ook om meer aansluiting te vinden bij je doelgroep.



MARIO BURGARD

WERBUNG, DIE VERKAUFT

***"Met webinars kan ik
salestechnieken aan een groter
publiek leren zonder het
persoonlijke contact te
verliezen."***

Mario zette zijn live trainingen om in een schaalbaar webinar format en bereikt nu deelnemers door heel Duitsland.



Lees Mario's verhaal

Webinar benchmarks om naar te streven in 2025

We hebben gegevens verzameld van duizenden webinars van onze klanten, en daaruit een paar nuttige richtlijnen gehaald. Zie dit als een referentie, geen harde eisen, maar wel mooie doelen om naartoe te werken.

Wanneer kan je het beste je webinar geven?

Een vraag die we vaak krijgen: Wat is het beste moment om live te gaan? Gelukkig hebben we daar een duidelijk antwoord op, gebaseerd op data van duizenden webinars.

33–40%

Registratiepercentage: 33–40% van de bezoekers van je registratiepagina meldt zich aan.

45–55%

Kijkerspercentage (live): 45–55% van de inschrijvingen komt opdagen.

15–20%

Conversiepercentage (live): 15–20% van de kijkers onderneemt actie.

7–10%

Conversiepercentage (automated): 7–10% converteert, ook als je zelf niet live bent.

45–60 MIN

Gemiddelde kijktijd: 45–60 minuten is het ideale bereik.

Wanneer kan je het beste je webinar geven?

Een vraag die we vaak krijgen: Wat is het beste moment om live te gaan? Gelukkig hebben we daar een duidelijk antwoord op, gebaseerd op data van duizenden webinars.

Beste dagen:

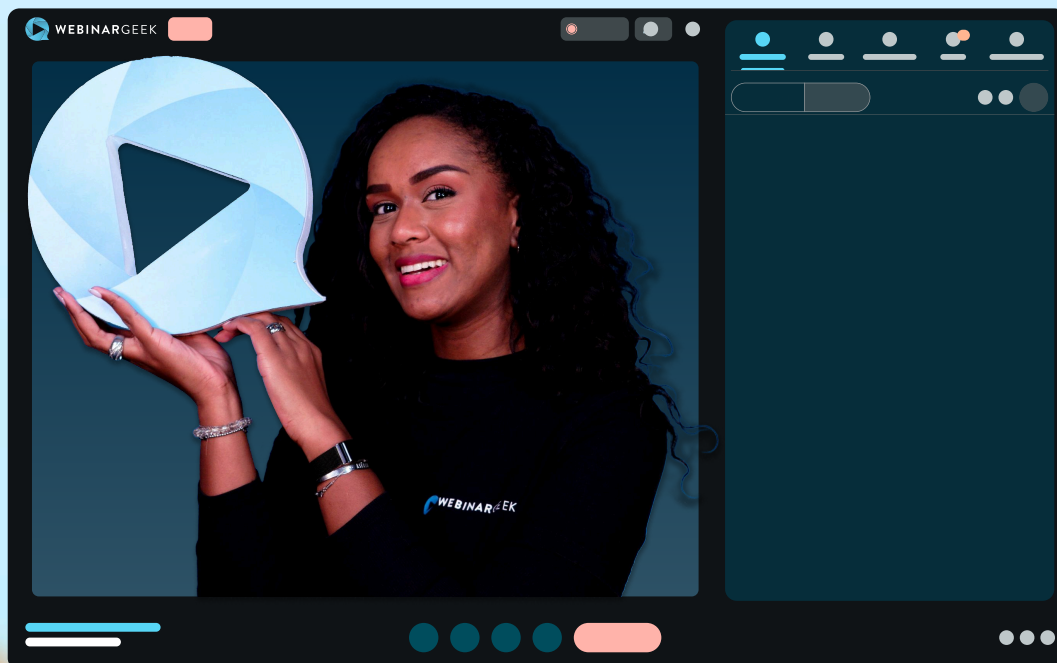
- Dinsdag
- Donderdag

Beste tijden:

- Voor B2B: tussen 10:00 en 12:00
- Voor B2C: tussen 19:00 en 21:00

Wil je precies weten waarom? We hebben er een hele gids over geschreven:

 [Lees meer](#)





Betrokkenheid is alles

Een stille zaal is een koude zaal. Hoe meer mensen meedoen, hoe groter de kans dat ze actie ondernemen. Gebruik deze tools om je publiek erbij te houden:

- **Polls en quizen:** peil meningen of kennis en gebruik de resultaten om het gesprek op gang te houden.
- **Live chat en Q&A:** laat je publiek vragen stellen, reageren of hun mening geven. Dit zorgt voor betrokkenheid én voor een gevoel van community. Bij Q&A's kunnen mensen vragen upvoten, zodat ook de minder actieve deelnemers hun input kunnen geven.
- **Duidelijke CTA's:** gebruik calls-to-action zoals "Plan je intake" of "Download de gratis gids" door je hele webinar heen, niet alleen aan het eind.
- **Evaluaties na afloop:** korte surveys of evaluaties helpen je niet alleen met feedback verzamelen, maar laten ook zien dat je luistert.

Webinars met interactieve elementen scoren tot wel 20% meer betrokkenheid. En meer betrokkenheid = hogere conversie.

Bonus tip: Maak je webinar mobielvriendelijk

Een groot deel van je publiek kijkt je webinar via hun telefoon, thuis op de bank, onderweg of tijdens het koken. Zorg er dus voor dat je slides en content ook op een klein scherm goed te volgen zijn.

- **Ontwerp je slides met mobiel in gedachten**

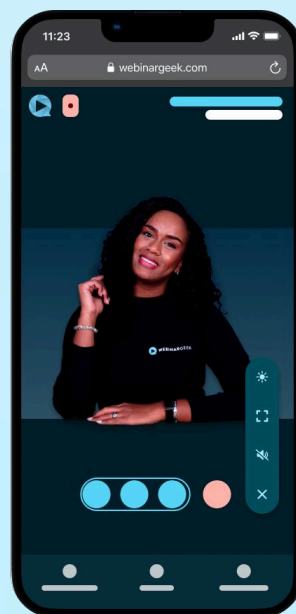
Gebruik grote lettertypes, duidelijke visuals en hoge contrasten (bijvoorbeeld donkere tekst op een lichte achtergrond, of andersom). Vermijd drukke dia's of ingewikkelde lay-outs die op mobiel snel onleesbaar worden.

- **Beperk de hoeveelheid tekst per dia**

Lange lappen tekst zijn lastig te lezen op een klein scherm. Houd elke slide bij één boodschap en licht de rest mondeling toe.

- **Maak je content scanbaar**

Werk met korte opsommingen, duidelijke koppen en genoeg witruimte, zodat je publiek gemakkelijk mee kan blijven lezen zelfs op een kleiner scherm.



REVENUE  COACH.COM

"Automated webinars draaien op de achtergrond terwijl wij focussen op de groei van ons bedrijf."

RevenueCoach bouwde een evergreen funnel die leads aantrekt en trainingen geeft zonder dagelijkse inzet.

 [Lees het verhaal van RevenueCoach](#)

30-daagse Webinar Launch Blueprint

Een webinar lanceren hoeft geen maanden te duren. Of het nu je eerste keer is of je er al vaker een hebt gegeven: een heldere planning helpt je om zonder stress van idee naar uitvoering te gaan.

Deze 30-daagse blueprint leidt je stap voor stap door het proces, van doelgroep bepalen tot het hergebruiken van je content. Je volgt een concreet pad, zonder tijd te verliezen aan twijfels of onnodige stappen.

Gebruik dit plan om overzicht te houden, gericht te werken en een webinar neer te zetten dat past bij jouw doelen.

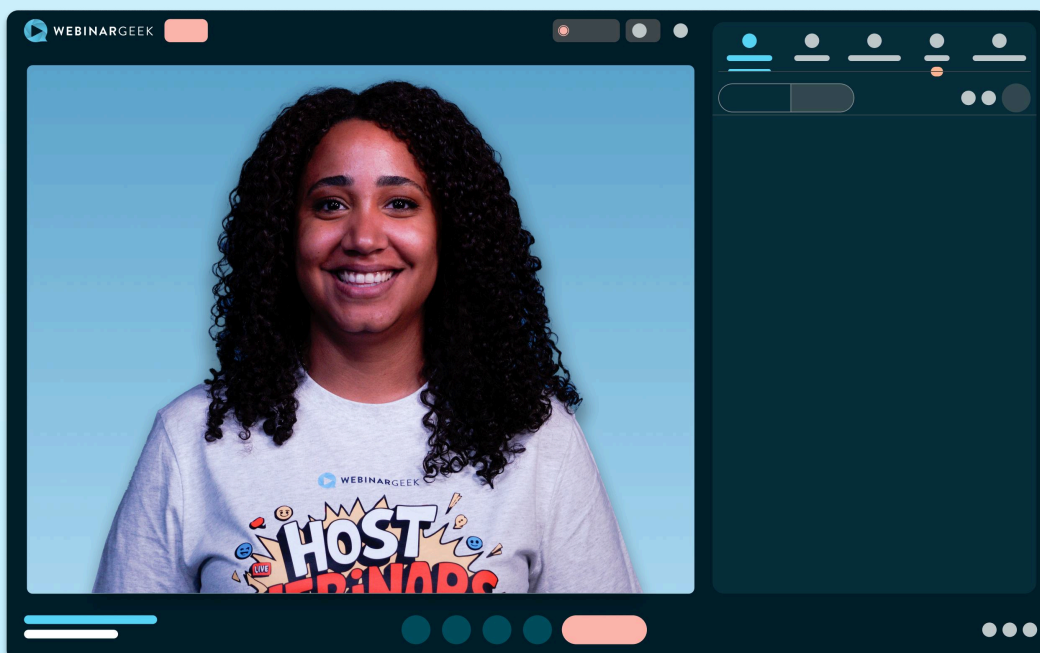
Dag 1–4: Leg je fundament

De beste webinars beginnen niet met slides, maar met een helder beeld van je doelgroep en doel.

- **Wie wil je bereiken?** Denk aan je ideale deelnemer: Waar lopen ze tegenaan? Wat willen ze bereiken?
- **Wat is je doel met dit webinar?** Wil je coachingklanten werven? Meer inschrijvingen op je nieuwsbrief? Je wachtlijst vullen? Een helder doel helpt je keuzes maken in je opbouw, presentatievorm en opvolging.
- **Kies een onderwerp dat aansluit bij een herkenbare uitdaging.** Mensen schrijven zich in als ze denken dat jouw webinar hun probleem oplost. Een scherpe titel die aansluit op een behoefte zorgt voor hogere conversie.

Hulp nodig bij dit onderdeel? Bekijk onze blog: "Hoe bepaal ik mijn doelgroep?"

▶ Lees meer



Dag 5–10: Bouw je webinar-assets

In deze fase maak je alles klaar wat je nodig hebt om je webinar te ondersteunen: van registratiepagina tot inhoud en e-mails.

1. Creëer een sterke registratiepagina

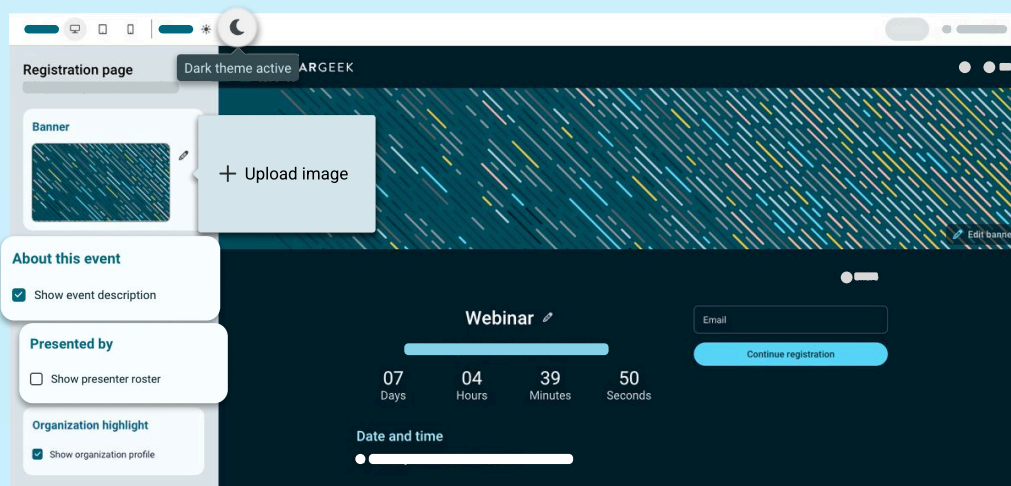
Je registratiepagina is het eerste wat mensen zien dus die moet direct duidelijk maken wat je aanbiedt en waarom het waardevol is.

Zorg voor:

- **Een heldere titel en pakkende beschrijving** die focust op het resultaat voor de kijker.
- **Een korte bio met een foto van de host** om vertrouwen te wekken.
- **Een duidelijke call-to-action** die uitnodigt tot inschrijven.
- **Social proof**, zoals een eerdere review, een testimonial of aantal deelnemers.
- **Mobielvriendelijk design** voor bezoekers die via hun telefoon inschrijven.

Tip: Onze blog over succesvolle registratiepagina's helpt je stap voor stap op weg.

 [Lees meer](#)



2. Schrijf je script of outline

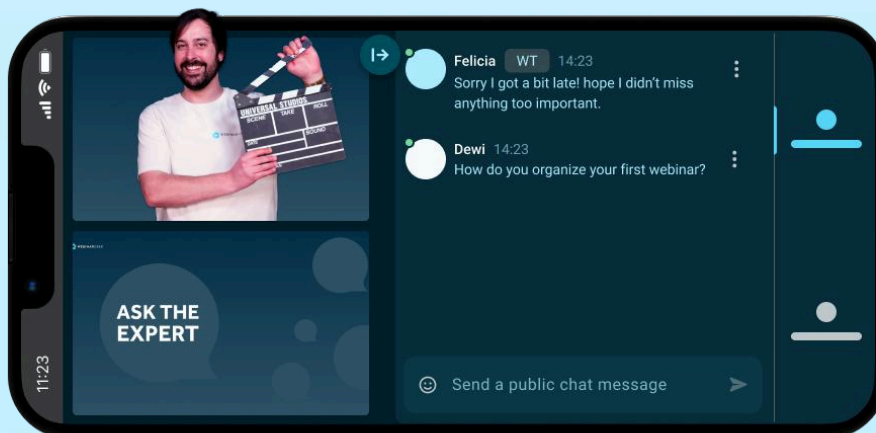
Een sterke webinar structuur begint met een duidelijke opening die inspeelt op een herkenbare uitdaging of wens van je publiek. Vanaf daar neem je deelnemers mee in een logisch opgebouwd verhaal dat waardevolle kennis biedt, inspireert en aanzet tot actie. Sluit af met een concreet en relevant aanbod. Denk aan een traject, cursus of andere vervolgactie. Overweeg ook om subtiele calls-to-action door het hele webinar te verwerken, in plaats van alleen op het einde.

3. Ontwerp slides die ook op mobiel werken

Veel deelnemers volgen je webinar via hun telefoon. Daarom is het belangrijk dat je slides ook op kleine schermen goed leesbaar zijn. Gebruik grote lettertypes, visuele elementen met veel contrast en beperk de hoeveelheid tekst per slide. Werk met heldere koppen en overzichtelijke blokken, zodat je verhaal makkelijk te volgen blijft.

4. Zorg voor een sterke e-mailflow

Een goede e-mailsequence maakt een groot verschil in hoeveel mensen uiteindelijk op komen dagen. Begin met een bevestigingsmail direct na de inschrijving. Verstuur vervolgens reminders: eentje een week van tevoren, nog één de dag ervoor en een laatste herinnering een uur voor aanvang. Deze momenten houden je webinar onder de aandacht en die laatste reminder is belangrijk, want 36% van de aanmeldingen komt op de dag zelf.



Dag 11–16: Promoot je webinar

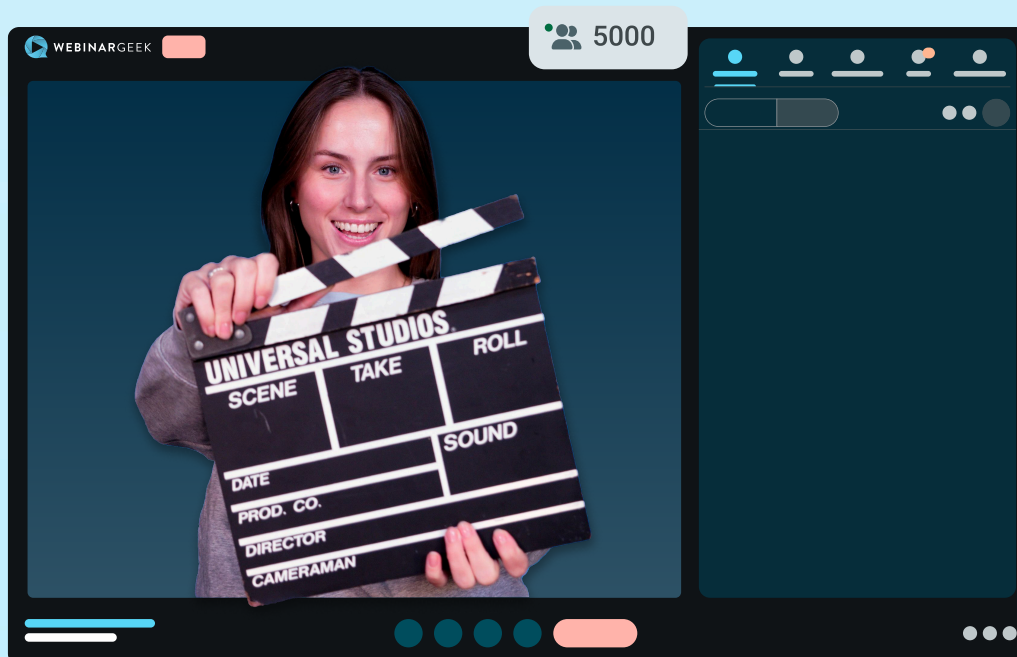
Nu je inhoud klaarstaat, is het tijd om mensen enthousiast te maken om zich in te schrijven. Begin zo'n drie weken voor je webinar met promotie via je sociale kanalen, je nieuwsbrief en persoonlijke uitnodigingen.

Wacht niet te lang met communiceren, maar wees er ook op voorbereid dat veel inschrijvingen pas later binnenkomen. Ongeveer 48% van de aanmeldingen gebeurt in de laatste week en zelfs 22% in de laatste 48 uur. Blijf dus actief promoten tot het moment dat je live gaat. Herhaling is hier echt geen overbodige luxe.

Wat betreft e-mails: die werken het beste als je ze stuurt tussen 9:00 en 11:00 uur, op een dinsdag, woensdag of donderdag. Dan is de kans het grootst dat je bericht ook écht gezien wordt.

Wil je precies weten wanneer het slimste moment is om je uitnodiging te versturen? We schreven er een blog over:

▶ Lees meer



Dag 17–30: Ga live en hergebruik je content

Het moment is daar: tijd om je webinar te geven. Houd je presentatie persoonlijk, spreek helder en op tempo, en probeer te praten alsof je één iemand aanspreekt in plaats van een hele groep. Een korte pauze of een check-in met je publiek houdt de aandacht scherp en maakt je verhaal toegankelijker.

Na afloop kan het webinar op veel manieren opnieuw inzetten:

- **Social clips**

Knip sterke fragmenten uit je opname en deel ze via LinkedIn, Instagram of andere kanalen. Ideaal om nieuwe geïnteresseerden aan te trekken of om de belangrijkste inzichten te herhalen. Er zijn genoeg gebruiksvriendelijke tools beschikbaar waarmee je dit snel en makkelijk kan doen.

- **Blog of podcast**

Gebruik de transcriptie of outline als basis voor een blogartikel of een podcast-aflevering. Zo bereik je mensen die liever lezen of luisteren dan kijken.

- **Lead magnet**

Zet de opname of de belangrijkste highlights achter een paywall en gebruik die als waardevol lead magnets voor nieuwe leads.

Door je webinar slim te hergebruiken, vergroot je niet alleen je bereik, maar haal je ook meer uit je tijd. En dat zonder alles opnieuw te hoeven doen.

Wil je een complete checklist?

Bekijk dan ons Webinar Essentials ebook:

 [Webinar Essentials](#)

Waarom kiezen voor WebinarGeek

WebinarGeek is gemaakt voor coaches en trainers die professionele webinars willen geven zonder gedoe.

Van je registratiepagina opzetten tot herinneringsmails sturen en live interactie met je publiek: alles gebeurt vanuit één plek. Live, automated of een hybrid webinar, zonder downloads, en altijd toegankelijk via de browser op elk apparaat.

Wat ons onderscheidt? Gebruiksvriendelijkheid, slimme interactieve features en échte support door echte mensen. En omdat we gevestigd zijn in Europa, is je data veilig en volledig AVG-proof.

WebinarGeek wordt beoordeeld met een 4,8 op G2 en Capterra, en is uitgeroepen tot de beste webinar software in de Benelux en DACH-regio.

Klaar om webinars een vast onderdeel van je groeistrategie te maken? Wij helpen je graag op weg.

Start jouw proefperiode

 [Start gratis trial](#)

