

16 STATISTIQUES QUE TOUT MARKETEUR DEVRAIT CONNAÎTRE SUR LE WEBINAR

Le webinar est devenu un moteur de revenus

74%

Des marketeurs B2B

en font leur top source de leads qualifiés (Content Marketing Institute, 2025)

30%

Des participants

à un webinar entrent ensuite dans le pipeline commercial (Shno.co, 2026)

47%

Des participants

peuvent devenir des leads quand le webinar inclut un CTA clair (Shno.co, 2026)

Les performances réelles en 2025

Un des formats les plus engageants en B2B

373

Participants en moyenne par webinar (Webikeo)

53%

De conversion inscription → participation (Webikeo)

42 mn

D'attention moyenne par webinar (Webikeo)

+2x plus d'engagement que les contenus classiques (email / blog)

Participation : live vs replay

30%

Participent en live (Webikeo)

20%

Consomment en replay (Webikeo)

+66%

De vues supplémentaires générées par le replay (Webikeo)

Le webinar est devenu un contenu hybride

Génération de leads & conversion

20-40%

Des participants deviennent des leads qualifiés

30%

De conversion sur les content hubs

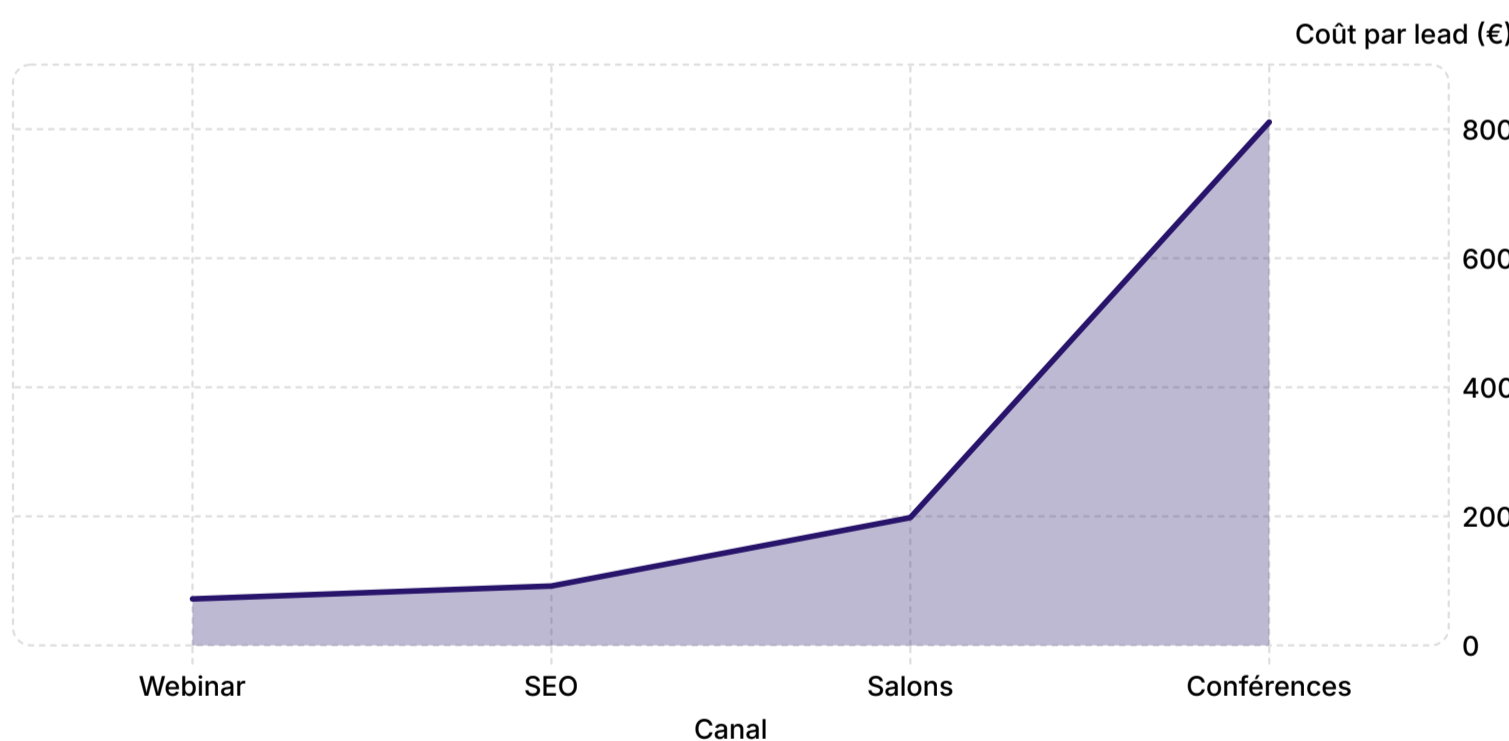
25%

Des ventes se font après le webinar (via nurturing)

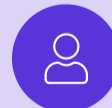
Le vrai ROI du webinar se joue après le live

ROI & efficacité vs autres canaux

Le canal B2B le plus rentable

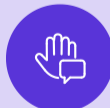


Points clés pour un webinar performant



Personnalisation

+ conversions



Interactivité

+ engagement



Nurturing post-event

+ revenu



Co-hosting / partenaires

+ audience

Le webinar combine portée, engagement et conversion : un format devenu incontournable pour les marketeurs B2B.