|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Réflexion 1 – Organiser un évènement** | | |
| Durée : 20’ | Homme avec un remplissage uniouDeux hommes avec un remplissage uni | Source |

**Travail à faire**

Après avoir lu le **document** et à partir votre réflexion, répondez aux questions suivantes :

1. Quel est l’élément le plus important en ce qui concerne le choix du type d’événement ?
2. Dans quel cas l’entreprise a intérêt à organiser l’événement en externe ?
3. Qu’est-ce qu’une base de données qualifiée ?
4. Quel est le rôle d’un questionnaire d’évaluation ?
5. Que faut-il faire après l’événement ?

### **Doc.  Organiser un évènement : les clés du succès ?**

*Source condensée : https://www.actuentreprise.com/*

Réaliser un évènement nécessite un investissement financier et humain et véhicule l’image de marque de la société. L’enjeu est donc de taille. Nous vous proposons ainsi quelques conseils pour réussir vos évènements.

**1. Bien définir sa cible et ses objectifs.** L’évènement doit être intégré dans la stratégie globale de communication. Définissez donc quel est votre but : séduire de nouveaux prospects ? Fidéliser des clients ? Lancer un produit ?

**2. Type d’évènement** : Il existe de nombreux types d’évènements : séminaire, petit-déjeuner, conférence, atelier technique, exposition, salon, soirée, évènement VIP, team building, journée portes ouvertes…. Choisissez le moyen le plus adapté à votre objectif et à votre cible. Pour remotiver vos salariés, optez plutôt pour une journée de team building à l’extérieur de l’entreprise. Pour former votre réseau de revendeurs, préférez un atelier technique. Pour remercier vos meilleurs clients, invitez-les à une soirée VIP...

**3. La date** : étudiez les évènements organisés dans votre région sur la même cible pour éviter les interactions. Préférez les mardi et jeudi, évitez les vacances scolaires et les périodes de forte activité du secteur visé.

**4. Le lieu** : Vous pouvez réaliser votre manifestation dans vos locaux, dans une salle de séminaire, dans un lieu décalé… le choix se fera en fonction du message que vous souhaitez faire passer, de l’image que vous souhaitez véhiculer (haut de gamme, moderne, écologique…) et du ton que vous voulez donner à votre évènement.

**5. Interne ou externe** **?** Avez-vous les compétences et les ressources nécessaires à la gestion de l’évènement ? Ou souhaitez-vous le déléguer à une agence évènementielle ? Si tel est le cas, il vous faudra donner à l’agence un cahier des charges afin qu’elle puisse faire plusieurs propositions. Dès accord entre les parties, l’agence prendra en charge toute l’organisation de la manifestation.

**6. La communication** : Si la cible est réduite, envoyez une invitation (électronique, « carton » pour les VIP, SMS…) à une base de données qualifiée. Pour une cible nouvelle, communiquez dans les médias touchants celle-ci (presse spécialisée, radio, sites web spécialisés, newsletters…) bien en amont de l’évènement.

**7. Le jour J** : soignez la signalétique, l’accueil (badges, café d’accueil), l’animation, respectez l’agenda prévu et laissez une trace aux visiteurs (goodies, documentation…). Préparez et administrez un questionnaire d’évaluation auprès des participants. Informez un compte rendu aux absents.

**8. Mesure et exploitation des résultats :** mesurez le nombre de présents et le comparer aux objectifs ? Recontactez les participants et suivre les projets à court terme. Entrez les nouveaux contacts dans la base clients et si vous pouvez, inscrivez cet évènement dans la continuité (créez des cycles, d’autres types d’évènements sur le même thème ou sur des solutions complémentaires, une newsletter pour cette communauté…).

Pour réussir son évènement B to B, il est donc impératif de définir sa cible et son objectif, de s’y prendre bien en amont, de respecter un rétro planning, de communiquer un maximum pour créer du trafic et d’exploiter toutes les données récoltées le jour même.

**Réponses**

1. Quel est l’élément le plus important en ce qui concerne le choix du type d’événement ?
2. Dans quel cas l’entreprise a intérêt à organiser l’événement en externe ?
3. Qu’est-ce qu’une base de données qualifiée ?
4. Quel est le rôle d’un questionnaire d’évaluation ?
5. Que faut-il faire après l’événement ?