

Hybrider ses événements : concevoir, produire et mesurer

OBJECTIFS

- Se familiariser avec le concept de meeting design ou architecture de l'événement
- Créer le design de son événement hybride/digital en collaborant avec ces parties prenantes via la méthode de l'#EVENTCANVAS
- Apprendre les fondamentaux de l'hybridation des événements
- Savoir adapter son événement en ligne et en mode hybride
- Etre capable de mesurer la performance de son événement hybride/digital

PROGRAMME

1/ DESIGNER UN EVENEMENT HYBRIDE/DIGITAL

Séquence 1 : Découverte de l'Event Canvas

Session d'introduction à la méthode

- Appréhender les outils Mural et Zoom
- Apprendre à se connaître
- L'EventCanvas, pourquoi et comment ?
- Comment les leaders et acteurs du changement utilisent l'#EventCanvas ?
- Les étapes de l' EventCanvas
- Cas d'étude pour le reste des sessions

Identifiez le CHANGEMENT de comportement

- Identifier les 6 rôles pour l'Event Canvas
- Sélectionner nos parties prenantes
- Utilisation des cartes d'empathie
- Mise en pratique de l'Event Canvas par partie prenante

CADREZ le défi de la conception – cas pratique

- L'EventCanvas étape par étape

Séquence 2 : De l'Event Canvas au prototype de l'événement hybride/digital

CADREZ le défi de la conception (suite)

- L'EventCanvas étape par étape (suite)
- Créer l'histoire de chaque étape
- Le Delta Event Canvas : préparation pour la conception

L'heure du PROTOTYPE

- Prototype/s de l'événement : par groupe réflexion sur le prototype envisagé et le parcours d'expérience
- Debrief du Business case + questions additionnelles

CODE MT08

Public

Cadres, responsables événementiels, et collaborateurs impliqués dans la stratégie, le développement, le marketing et la communication d'entreprises organisatrices d'événements professionnels

Pré-requis

Organiser des événements pro/ grand public.

Démarche pédagogique

Pédagogie participative et interactive, alternance de théorie et de cas pratiques et utilisation des outils Mural et BZIIT ACADEMY

Durée :

25 heures

Tarif inter par personne

Adhérent : 1 750 € HT.

Non adhérent : 2 150 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

Hybrider ses événements : concevoir, produire et mesurer

PROGRAMME - la suite

2/ PRODUIRE ET PROMOUVOIR UN EVENEMENT HYBRIDE/DIGITAL

Séquence 3 : Comment adapter votre événement en ligne et en mode hybride

Comment diffuser de la vidéo sur Internet ?

- Matériel vidéo et son, logiciel/outil de diffusion, mixage, montage du plus simple au plus compliqué et onéreux
- Les plateformes : publication ou diffusion live (Youtube, Facebook, Twitter, LinkedIn,...)
- Conseils, bonnes pratiques et partages d'expérience

Comment créer un webinar avec chat, slides, sondage?

- Bonnes pratiques, conseils et logiciels

Comment créer un événement long, multi session et multi formats?

- Créer et mettre à jour le site de l'évènement (agenda, speakers, sponsors,...)
- Intégrer une billetterie
- Les plateformes principales d'événements en ligne (fonctionnalités, fourchettes de budget) par taille d'événements
- Quelle optimisation sur le mobile : application ou site responsive?
- Définir une ligne éditoriale, un programme, des formats (panel, interview, keynote, atelier...)
- Comment briefer et coacher les speakers? (check technique, déroulé et fil conducteur,...)
- Comment animer les sessions? Quel rôle pour l'animateur?
- Et les participants en ajoutant de l'interactivité?
- Simulive : Comment enregistrer certaines sessions en avance?
- Quel hotline technique prévoir?
- Cas spécifique : les événements hybrides?
 - Multidiffusion des participants et speakers
 - Gestion des badges, scanning des participants offline
- Cas spécifique : les événements 100% en réalité virtuelle en 3D
- Conseils, bonnes pratiques et partages d'expérience

Comment gérer ses sponsors?

- Les formats de visibilité : stand, prise de parole, ateliers
- Le networking et le one to one
- Visites guidées et Learning Expeditions sur les salons
- Conseils, bonnes pratiques et partages d'expérience

Séquence 4 : Comment réussir la promotion de son événement avant, pendant et après

Comment travailler sa communication et son marketing en amont?

- Définir votre stratégie de communication : l'approche TOMSTER
- Créer et relayer du contenu sur les média sociaux (comment créer des vidéos teaser et posts multimédia avec des outils simples et peu onéreux)
- Amplifier ses messages par l'achat media : FB ads, Mots clefs Google et publicité YouTube, retargeting
- Mettre en place des actions d'emailing et une stratégie de CRM / newsletter
- Comment mobiliser la presse et les influenceurs?
- Conseils, bonnes pratiques et partages d'expérience
- Amplifiez votre événement pendant son déroulement
- Livetweet et relai sur les réseaux sociaux
- Envoi d'emails et de SMS

Hybrider ses événements : concevoir, produire et mesurer

PROGRAMME - la suite

N'oubliez pas le relai post événement

- Comment publier et amplifier son replay?
- Ne pas oublier le contenu rédactionnel pour son référencement?

Comment mesurer la performance de son événement en ligne

- Outils et indicateurs de mesure, benchmarks moyens

Séquence 5 : Evoluer vers l'animation de communautés thématiques ou professionnelles pour réduire ses risques et assurer ses revenus

Pourquoi développer une approche annuelle?

Comment organiser et animer la relation à sa communauté?

Comment mettre en place une stratégie de contenus?

Adopter une stratégie d'inbound marketing en connectant contenus, sites et CRM

3/ MESURER LA PERFORMANCE D'UN EVENEMENT HYBRIDE/DIGITAL

Séquence 6 : La mesure d'un événement hybride/digital

Les indicateurs clés de mesure de la performance :

- Lien entre Curseur d'hybridation et source de données disponibles
- Lien entre Objectifs de l'événement et source de données disponibles
- Principe clé pour mesurer la performance d'un événement hybride
- L'empreinte digitale des événements
- Données publiques, données privées et RGPD
- Les principaux indicateurs et ratio des événements hybrides
- Les 7 facteurs clés de succès pour mesurer à moindre coût

L'heure du prototype :

Accès gratuit à la plateforme DATA & ACADEMY pour chaque participant

- Chaque participant indique ses prochains enjeux événementiels pour lancer une collecte DATA précise pour la seconde session

Séquence 7 : Comprendre les mesures pour anticiper et agir selon les résultats

Benchmark et Retour d'expérience sur 5 autres événements similaires pour chacun des participants (résultats obtenus selon les informations publiques disponibles : nombre de participants physiques / en ligne, eNOTORIETE message, engagements, portée, nombre de vues des contenus publiés)

LA MESURE AVANT L'ÉVÉNEMENT :

- Mise en place et pilotage de vos Objectifs dans les outils de suivi Analytics (Google Analytics, Tag Manager, plateforme publicitaires, billetterie, CRM interne, social listening, autre plateforme ...)
- Tracking des actions marketing clés (emailing, UTM de campagnes, campagnes sponsorisées Facebook, LinkedIn, Instagram, twitter, suivi des influenceurs et relais partenaires ...)
- Mise en place et diffusion automatique de tableau de bords simple avec les indicateurs clés (data studio, outil de Business intelligence connecté à vos données)
- Gestion d'Alertes

Hybrider ses événements : concevoir, produire et mesurer

PROGRAMME - la suite

LA MESURE PENDANT L'ÉVÉNEMENT

- Mesure des participants, des flux vidéos mono-diffusion et multi-diffusion
- Consolidation des flux vidéos dans un tableau de bord centralisé
- Monitoring Social Média temps réel
- Monitoring des données de chat, sondage , interactivité

LA MESURE APRES L'ÉVÉNEMENT

- Piloter les campagnes de Replay pour booster la visibilité des contenus créés pendant l'événement
- Intégrer ou Réintégrer l'ensemble des données dans votre CRM pour améliorer vos prochains événements
- Synthétiser l'ensemble des données Avant, Pendant et Après pour communiquer auprès de la Direction, Partenaires, Sponsors, Exposants et marché

L'heure du prototype :

- Chaque participant adapte les objectifs de ses futurs événement en fonction des data présentées et des nouvelles notions acquises

Séquence 8 : Les nouvelles tâches et organisation projet pour réussir l'hybridation des événements

La gestion de projets d'événements hybrides

Les nouvelles tâches à organiser et piloter

Bonnes Pratiques d'Organisation entre équipes de production événementielle, équipes marketing, prestataires externes
Savoir prioriser la transformation digitale du système d'information de l'entreprise pour mesurer de mieux en mieux et à moindre coût et aller progressivement vers le marketing prédictif événementiel

L'heure du prototype :

- Synthèse des bonnes Pratiques clés et organisation projet à mettre en oeuvre pour réussir les types d'événements traités en cas d'exemple

Les Formateurs : VRConsulting, Hub Institute et BZIIIT



Vincent Roux - CEO VRConsulting, Directeur France Event Design Collective

VRConsulting est un cabinet de conseils qui challenge les business models existants : il accompagne les entreprises dans les secteurs de l'événementiel et les start-ups à l'accélération de leurs performances. En partenariat avec l'Event Design Collective, il aide les organisateurs événementiels à la création d'événements innovants et impactants.

Emmanuel Vivier - Cofondateur du HUB Institute et de la conférence HUBFORUM

Le HUB Institute est le Think Tank Digital leader des transformations business dont sont membres à l'année plus de 120 grandes entreprises. Une équipe de 40 analystes internes et 250 experts externes, accompagne les grandes entreprises pour anticiper et maîtriser les dernières tendances, innovations et bonnes pratiques.

Le HUB Institute réunit et accompagne tout au long de l'année une communauté de 55.000 décideurs B2B autour des 4 transformations clefs de la NEXT ECONOMY (Transformation digitale, Rh et Management, Sustainability et e-santé et bien-être).



Laurent Trippied - CEO bziit

Bziit est une plateforme web DATA & IA pour les professionnels de l'événementiel permettant de collecter de l'information sur le Web et les réseaux sociaux, traiter de manière automatique ces données issues du web pour monitorer des plans d'actions afin d'améliorer la e-notoriété et la participation à des événements hybrides. Cette plateforme s'adresse aux Organisateurs d'événements et lieux d'exposition