

1 – Concevoir et valoriser vos événements

Marketing et Communication

Adapter son événement aux attentes des visiteurs

Objectifs

Acquérir les fondamentaux nécessaires pour déployer une stratégie marketing centrée sur le visiteur, afin d'engager une nouvelle croissance et dynamiser sa fréquentation

Identifier la promesse de son événement et ses fondamentaux

Identifier les motivations des visiteurs

Structurer les critères de segmentation des visiteurs, le parcours et l'expérience visiteurs

Segmenter l'offre commerciale et événementielle

Mesurer la satisfaction clientèle

Programme

1. Actualiser et réinterroger ses fondamentaux marketing

- Identifier la promesse de son événement pour les visiteurs et en rédiger les fondamentaux
Diagramme de Porter, Forces & faiblesse Plateforme de marque, Parcours vs Expérience
- Structurer les critères de segmentation des visiteurs
- Identifier les motivations des visiteurs sur les fondamentaux identifiés
Persona, segmentation des publics, attentes des publics dans une analyse holistique

2. Structurer son événement en phase avec les attentes de ses visiteurs

- Traduire les attentes du public en cahier des charges, pour définir son positionnement et la déclinaison de son offre commerciale
Positionnement marketing, 5 niveaux de produits selon Kotler
- Proposer une offre d'animation adaptée aux attentes des visiteurs et cohérente avec les enjeux de fréquentation de l'événement
Matrice d'animation par objectif
- Structurer le parcours et l'expérience visiteurs en points factuels et vérifiables
Outils personnalisés de suivi parcours et expérience visiteurs
- Mesurer et intégrer la satisfaction du visiteur dans la stratégie pour répondre aux attentes du public sur les futures éditions
Indicateurs de performance KPI, questionnaire satisfaction et méthodologie

CODE MKT05

Public

Organisateurs d'événements BtoC ou BtoB : direction générale, commissaires de salons, responsables communication

Pré-requis

Être en charge de l'organisation d'événements pro / grand public

Démarche pédagogique

Méthode participative et interactive basée sur les événements des participants et mises en situation

Méthode d'évaluation

Mises en pratiques – quizz - Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT

Non adhérent : 1.500,00 € HT

Tarif intra : nous consulter

Taux de satisfaction : 1^{ère} session en 2023

Nbre de participants (en inter) : 5 min – 10 max

Personne en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter).

Le formateur : François HEID

30 ans d'expérience dans le tourisme et l'événementiel. Il a notamment participé à la relance de Vulcania en Auvergne et d'Alpexpo à Grenoble. Profil hybride public / privé, il a une expérience dans la définition de stratégie marketing et dans leur mise en œuvre très opérationnelle. En tant que consultant, il accompagne, sur des enjeux de positionnement, de mise en marché et de transformation digitale, des acteurs publics et privés dans différentes filières. En tant que formateur il intervient sur des sujets de marketing stratégique, territorial et opérationnel dans différents organismes dont CCI Formation et l'IEFT.