

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

Actualiser et réinterroger ses fondamentaux marketing

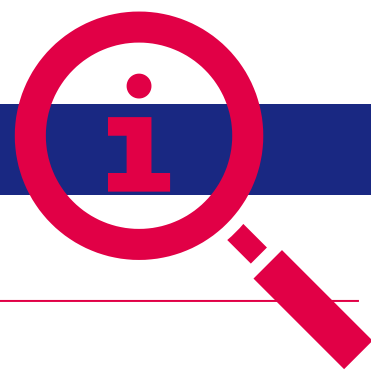
- Identifier la promesse de son événement pour les visiteurs et en rédiger les fondamentaux
- Diagramme de Porter, Forces & faiblesses
- Plateforme de marque, Parcours vs Expérience
- Structurer les critères de segmentation des visiteurs
- Identifier les motivations des visiteurs sur les fondamentaux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

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'évènement
- 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



Modalités pratiques



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
Tarif inter par personne : Adhérent : 900,00 € HT Non adhérent : 1 500,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel
Démarche pédagogique : Méthode participative et interactive basée sur les évènements des participants et mises en situation	Méthode d'évaluation : Mises en pratique Quiz Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2023	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateur : François HEID



François a 30 ans d'expérience dans le tourisme et l'évènementiel. 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.

