

# Adapter son événement aux attentes des visiteurs

## Objectifs



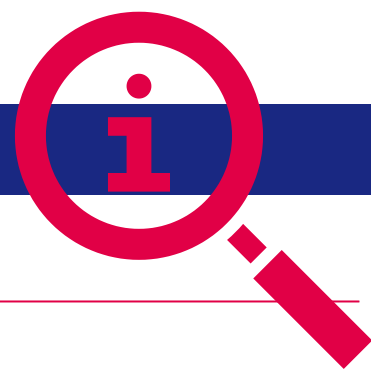
- Acquérir les fondamentaux nécessaires pour déployer une stratégie marketing centrée sur le visiteur, afin d’engager une nouvelle croissance et dynamiser sa fréquentation
- Identifier la promesse de son évènement et ses fondamentaux
- Identifier les motivations des visiteurs
- Structurer les critères de segmentation des visiteurs, le parcours et l’expérience visiteurs
- Segmenter l’offre commerciale et évènementielle
- Mesurer la satisfaction clientèle

## Programme

<b>Actualiser et réinterroger ses fondamentaux marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identifier la promesse de son évènement pour les visiteurs et en rédiger les fondamentaux</li><li>• Diagramme de Porter, Forces &amp; faiblesses</li><li>• Plateforme de marque, Parcours vs Expérience</li><li>• Structurer les critères de segmentation des visiteurs</li><li>• Identifier les motivations des visiteurs sur les fondamentaux identifiés</li><li>• Persona, segmentation des publics, attentes des publics dans une analyse holistique</li></ul>
<b>Structurer son événement en phase avec les attentes de ses visiteurs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Traduire les attentes du public en cahier des charges, pour définir son positionnement et la déclinaison de son offre commerciale</li><li>• Positionnement marketing, 5 niveaux de produits selon Kotler</li><li>• Proposer une offre d’animation adaptée aux attentes des visiteurs et cohérente avec les enjeux de fréquentation de l’évènement</li><li>• Matrice d’animation par objectif</li><li>• Structurer le parcours et l’expérience visiteurs en points factuels et vérifiables</li><li>• Outils personnalisés de suivi parcours et expérience visiteurs</li><li>• Mesurer et intégrer la satisfaction du visiteur dans la stratégie pour répondre aux attentes du public sur les futures éditions</li><li>• Indicateurs de performance KPI, questionnaire satisfaction et méthodologie</li></ul>



## Modalités pratiques



<b>Public :</b> Organisateurs d'événements BtoC ou BtoB : direction générale, commissaires de salons, responsables communication	<b>Pré-requis :</b> Être en charge de l'organisation d'événements pro / grand public
<b>Tarif inter par personne :</b> Adhérent : 980,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT <b>Tarif intra :</b> Nous consulter	<b>Nombre de participants :</b> 5 min – 10 max <b>Durée :</b> 14 heures (2 jours) en présentiel <b>Modalités et délai d'accès à la formation :</b> Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
<b>Démarche pédagogique :</b> Méthode participative et interactive basée sur les événements des participants et mises en situation	<b>Méthode d'évaluation :</b> Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Mises en pratique Quiz Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
<b>Taux de satisfaction :</b> 1ère session en 2026	<b>Personne en situation de handicap :</b> 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.

