

Commercialiser une destination événementielle : stratégie, visibilité et outils innovants

Objectifs

Définir la proposition de valeur de sa destination pour le marché MICE
Identifier les cibles prioritaires et structurer une stratégie commerciale adaptée
Argumenter et pitcher efficacement son territoire auprès d'organisateurs
Optimiser la visibilité digitale de la destination (SEO, site web, Google Business Profile)
Utiliser LinkedIn et les réseaux sociaux pour prospector et engager ses audiences
Mobiliser des outils d'intelligence artificielle pour personnaliser, automatiser et renforcer leurs actions commerciales



Programme

Rappel et optimisation des fondamentaux du métier

- Rappel ciblé des éléments clés : cycle de vente BtoB, relation client professionnelle, rôle de l'écosystème territorial
- Comprendre les spécificités d'un territoire comme produit événementiel
- Vendre un territoire : valeurs, accessibilité, attractivité économique, offre locale
- Construire une proposition de valeur claire, attractive et différenciante
- Positionner son offre face à la concurrence grâce au benchmark et aux facteurs différenciants

Ateliers de mise en pratique

- Diagnostic collectif des forces et faiblesses actuelles
- Reformulation du pitch de destination : exercice "2 minutes pour convaincre"

Capter de nouveaux marchés et se positionner dans la compétition

- Analyse des tendances clés du marché : impact RSE, sobriété, hybridation, recherche d'expérience
- Benchmark détaillé des destinations concurrentes : méthodes, positionnements, success stories
- Identifier les leviers qui permettent de ressortir du lot
- Construire une stratégie adaptée à chaque type d'organisateur (associations, entreprises, agences, PCO)
- Définir une proposition de valeur par cible
- Apprendre à discriminer ses actions selon le potentiel de ses cibles

Ateliers de mise en pratique

- Mini atelier collectif : comment ressortir du lot ?
- Construction d'une matrice Effort / Impact par cible
- Mini-benchmark collectif pour comprendre les bonnes pratiques
- Élaboration d'un plan d'approche "marché cible"



Commercialiser une destination événementielle : stratégie, visibilité et outils innovants

Programme - suite

Optimiser sa visibilité digitale (SEO, Google My Business, site web)

- Principes du référencement naturel appliqués aux destinations événementielles
- Renforcer le SEO local pour attirer organisateurs, agences et entreprises
- Optimisation d'une fiche Google My Business : contenu, visuels, avis, fonctionnalités
- Structuration d'une page web ou landing page événementielle efficace

Ateliers de mise en pratique

- Amélioration d'une fiche Google My Business existante
- Atelier collectif : identifier les forces-faiblesses de son site web

Communication et prospection digitale avancée

- Stratégie d'influence territoriale via les ambassadeurs : élus, directeurs, partenaires
- Construction d'une ligne éditoriale différenciante : storytelling, formats engageants, preuves
- Analyse de campagnes inspirantes en France et à l'international
- Utiliser LinkedIn pour toucher efficacement ses cibles : messages, contenus, interactions
- Structurer, mesurer et ajuster sa stratégie de prospection digitale

Ateliers de mise en pratique

- Conception d'un plan d'actions LinkedIn pour séduire un organisateur de congrès
- Analyse d'un profil LinkedIn : points forts, axes d'amélioration
- Rédaction d'un message de prospection adapté à un persona
- Élaboration d'un calendrier éditorial simple

Intégrer l'intelligence artificielle dans sa stratégie commerciale

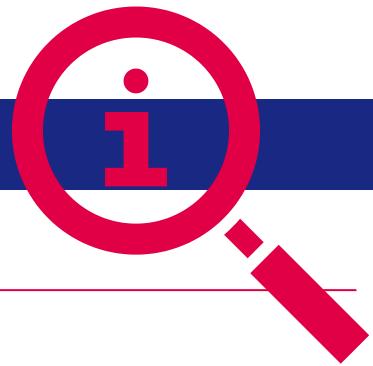
- Génération de contenus commerciaux : mails, argumentaires, pitchs, supports
- Automatisation de la prospection multicanale : messages, scoring, segmentation
- Production d'une réponse structurée à un appel d'offres avec IA
- Création de visuels et messages cohérents pour le MICE
- Introduction aux outils de veille concurrentielle automatisée : alertes, scraping, suivi d'opportunités

Ateliers de mise en pratique

- Personnalisation d'un pitch territorial avec l'IA selon un persona (entreprise, agence, association)
- Génération de contenus commerciaux adaptés à ce pitch (email, message LinkedIn, script, post)



Modalités pratiques



Public : Equipes commerciales et marketing des destinations : Offices de tourisme / Bureaux des congrès / Agences de développement territorial / Structures publiques ou para-publiques en charge de la promotion d'un territoire	Pré-requis : Être en charge de la commercialisation et du développement d'une destination
Tarif inter par personne : Adhérent : 980,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Méthode participative et interactive basée sur les évènements des participants et mises en situation	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Mises en pratique Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2026	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateurs : Xavier BURBAN / Emmanuel PICHOT



Xavier est consultant et formateur expert du marché MICE, avec plus de 25 ans d'expérience dans le tourisme d'affaires et l'événementiel. Ancien dirigeant de palais des congrès et de destinations, il transmet des méthodes éprouvées en stratégie commerciale et marketing BtoB, à travers une pédagogie pragmatique, orientée résultats et ancrée dans les réalités du terrain.

Emmanuel est formateur en marketing digital et intelligence artificielle, spécialiste des enjeux de communication et de performance digitale dans l'événementiel et le tourisme. Fort d'une expérience opérationnelle et de plus de 55 formations animées, il propose une pédagogie concrète et progressive, fondée sur des cas réels et l'appropriation d'outils d'IA directement mobilisables par les participants.

