

Livre Blanc

5 CONSEILS

pour réussir un évènement créatif

SAFIYA SIMJEE

Pourquoi & pour qui ?

Ce livre blanc est destiné aux professionnels de l'évènementiel.

Tous les organisateurs d'évènements, les planificateurs, les gestionnaires de projet, et les responsables de la communication et du marketing événementiel.

Il est également destiné à tous types d'entreprises qui souhaitent réaliser des évènements, pour se promouvoir et pour se différencier.

Je vous propose des conseils et astuces pratiques dans le but de maximiser l'engagement de votre public, et avoir un véritable impact dans leur esprit.

À travers mon livre blanc, je serai votre guide pour concevoir et réaliser des évènements innovants, mémorables et couronnés de succès.

Vous êtes intrigués ? Alors je vous invite à poursuivre votre lecture !

Qui suis-je ?

Je m'appelle Safiya Simjee, votre guide pour réaliser un évènement créatif ! Actuellement étudiante en Master 2 Brand Strategy, je suis en alternance dans le domaine de l'évènementiel dans une multinationale pharmaceutique. Mon rôle consiste à organiser et à coordonner la présence de la boîte pour laquelle je travaille lors de congrès médicaux à l'international. Cette expérience me permet d'acquérir des compétences précieuses dans la gestion d'évènements à grande échelle, et de renforcer mon expertise dans le domaine de l'évènementiel.



Ma passion pour l'évènementiel remonte à mon enfance. Dès l'âge de 10 ans, j'étais immergée dans cet univers grâce à l'entreprise familiale. J'étais présente à chaque événement, jouant souvent le rôle de petite hôtesse lors de conventions et d'avant-premières, organisées par ma famille. Je prenais plaisir à prendre la parole devant le public pour présenter les activités à venir lors d'évènements familiaux tels que les mariages ou les grandes réunions. Cette passion s'est intensifiée lors de mon Bachelor à l'École de Gestion et de Commerce (EGC), où j'ai naturellement pris le lead sur les événements internes de l'école. Cette expérience a confirmé ma passion pour l'organisation et la gestion d'évènements.



Je viens de l'Île de la Réunion, une île petite, mais grande par sa diversité culturelle. J'ai commencé à bâtir mon réseau professionnel, au fur et à mesure, en collaborant avec des prestataires de confiance. Mon objectif ultime est d'ouvrir ma propre entreprise d'évènementiel à la Réunion, en tirant parti des richesses culturelles et des opportunités uniques qu'offre cette île. La Réunion, avec sa beauté naturelle et sa diversité, constitue l'endroit idéal pour réaliser mon rêve et offrir des expériences événementielles inoubliables.



SOMMAIRE

INTRODUCTION	<i>page 5</i>
CONSEIL N°1 : CONNAÎTRE SON PUBLIC	<i>page 7</i>
CONSEIL N°2 : PROPOSER DES EXPÉRIENCES MULTISENSORIELLES	<i>page 11</i>
CONSEIL N°3 : UTILISER LES NOUVELLES TECHNOLOGIES ET DE L'INNOVATION	<i>page 15</i>
CONSEIL N°4 : COMMUNIQUER POUR ATTIRER & ENGAGER	<i>page 20</i>
CONSEIL N°5 : TOUJOURS AVOIR UN PLAN B	<i>page 26</i>
BONUS : TÉMOIGNAGES	<i>page 29</i>
CONCLUSION	<i>page 31</i>
REMERCIEMENTS	<i>page 33</i>
SITOGRAPHIE	<i>page 35</i>
CONTACT	<i>page 37</i>

Introduction

Par définition, l'évènementiel est l'organisation d'évènements par des professionnels dans le but de promouvoir l'image d'une entreprise, d'un produit, d'une organisation, ou tout autre promotion. Il s'agit donc d'un moyen de communication, qui joue un rôle essentiel dans la construction et le renforcement de l'image de marque. En effet, 76% des organisateurs disent que les événements sont le meilleur outil de marketing pour atteindre les objectifs commerciaux (@Bizzabo). Aussi, 47% des marketeurs disent que les événements fournissent le plus grand retour sur investissement de toutes les tactiques de marketing (@Event Marketing 2020: Benchmarks and Trends).

Le marché de l'évènementiel en France en 2019 était estimé à environ 7,5 milliards d'euros. Celui-ci couvrait les salons, les congrès, les séminaires et les événements grand public. (@France Congrès et Évènements).

Ce marché a fortement été touché par la crise du Covid-19, mais s'en relève de plus en plus. La reprise du marché post-covid est estimée à 5 milliards d'euros en 2022, et ne fait que croître.

Rentrons à présent un peu plus à l'intérieur des évènements.

Ce qui est sûr, c'est que personne ne souhaite assister à des évènements ennuyeux. C'est ainsi que la créativité prend place. Créer une image marquante et positive vis-à-vis de vos participants est primordiale, cela passe par le fait de se différencier.

Dans ce livre blanc, je vous donne des conseils pour réussir un évènement, en faisant preuve de créativité. Car si vous avez un évènement créatif, vous marquerez les esprits.

12
34

Quelques chiffres pour vous projeter

- 81% des participants disent qu'ils sont plus enclins à s'engager activement dans un évènement qui propose des activités interactives et immersives (@Freeman Event Research).
- 84% des participants considèrent qu'une expérience innovante et créative augmente leur intérêt pour un évènement et leur satisfaction globale (@Event Manager Blog).
- 77% des organisateurs d'évènements affirment que la créativité est un facteur crucial pour le succès de leurs évènements (@Eventbrite).
- 72% des participants s'attendent à une expérience personnalisée lorsqu'ils assistent à un évènement (@Freeman Event Research).

Sur ce, je vous conseille de prendre des notes dès à présent !



Problématique

Comment la créativité peut-elle être intégrée efficacement dans l'évènementiel pour garantir un succès et un impact mémorable sur votre public ?

Conseil n°1

CONNAÎTRE SON
PUBLIC

Connaître son public

1



La clé du succès d'un évènement réside dans une compréhension profonde de son public. Je vous conseille donc ici de vous concentrer sur votre public et sur ses besoins. Prenez le temps d'identifier ses préférences, ses attentes, et ainsi, vous pourrez créer des expériences véritablement engageantes et mémorables.

Pour connaître votre public, je vous invite à segmenter votre audience. Vous devez identifier les différents groupes au sein de votre public cible.

Il vous faut les répartir selon leur :



ÂGE



GENRE



PROFESSION



NIVEAU DE
REVENU



EMPLACEMENT
GÉOGRAPHIQUE



INTÉRÊTS

Créez des profils types représentant les différents segments de votre audience, des personas. Ces personas doivent inclure des détails sur leurs besoins et leurs motivations.

Tous ces profils vont vous aider à guider les décisions de planification et de programmation, pour pouvoir garantir une résonance entre votre évènement et votre public. Également, ces profils vont vous permettre d'adapter les messages que vous souhaitez transmettre. Le ton ne sera pas la même pour la GEN Z que pour les Baby Boomers. Vous pourrez aussi adapter les activités que vous souhaitez proposer.

Dans ces personas, créez le profil d'un participant idéal. Il sera l'exemple typique du participant comblé par tout ce que vous avez à lui offrir : la façon de communiquer sur l'évènement, les activités proposées, la totalité de l'évènement ! Pour qu'il se dise qu'au prochain évènement :

“C'est décidé, je reviendrai !”



Connaître son public

1

ZOOM SUR LE PROFIL IDÉAL

Pour détailler ce profil idéal, recherchez des informations dans les participants précédents ou bien chez vos concurrents. Par exemple, imaginons que dans des événements similaires à celui que vous souhaitez organiser, 70% des participants ont été des étudiants. Votre participant idéal est donc un étudiant !

En analysant votre concurrence, vous vous apercevez que leurs participants ont été majoritairement des hommes. Vous construisez alors votre participant idéal comme étant un homme qui est étudiant.

Vous pouvez également analyser vos propres précédents événements si vous en avez. Analysez les participants précédents dans le but de comprendre votre public. Qu'est-ce qui a marché ? Qu'est-ce qui a échoué ? Et surtout, cherchez le pourquoi du comment. Ainsi, vous allez pouvoir vous améliorer. Il est bien sûr impossible d'avoir une satisfaction pleine de 100% de votre public. Il est possible qu'une des raisons de leur insatisfaction réside dans le fait qu'une partie de ce public n'était en fait pas votre public cible.



Connaître son public

1

CONCLUSION

Comment choisir vos invités ?



- Segmentez votre public cible
- Pensez à vos précédents participants
- Analysez le public de votre concurrence
- Créez un profil type d'un participant idéal
- Réfléchissez à comment séduire vos personas
- Découvrez les vraies raisons pour lesquelles les gens participent à des évènements

Connaître son public est donc un atout majeur pour réussir un évènement créatif. En comprenant leurs besoins et préférences, vous leur donnerez ce qu'ils veulent et cela vous permettra de les faire revenir. Cette personnalisation amplifiera l'engagement de votre public. Cela rendra l'évènement mémorable et unique pour chaque participant et vous permettra donc de concevoir des expériences personnalisées qui correspondent à votre public.

Ce qui nous emmène directement à mon deuxième conseil...



Conseil n°2

**PROPOSER DES
EXPÉRIENCES
MULTISENSORIELLES**

Proposer des expériences multisensorielles

2

Pour créer un événement véritablement immersif et créatif, il est important de stimuler tous les sens de vos participants. Pour cela, je vous conseille d'intégrer des éléments multisensoriels. Ils pourront alors enrichir l'expérience globale des participants et laisser une impression mémorable.

Stimulation auditive



Adaptez le son à l'atmosphère que vous souhaitez créer. Cela peut inclure de la musique en fond sonore, ou bien au contraire quelque chose de plus marquant comme de la musique en live, avec des prestataires connus de vos participants (chanteur, DJ, etc.). Un véritable engagement auditif vous permettra d'avoir la gestion de l'ambiance sonore et de guider les émotions de vos participants, en rendant l'expérience plus immersive et dynamique.

Stimulation tactile



Optez pour des interactions tactiles avec des installations où les participants peuvent toucher et manipuler des objets. Ateliers pratiques, zones de démonstration, spectacles impliquant les participants ou encore des surfaces interactives. Les éléments tactiles ajoutent une dimension beaucoup plus sensible à l'expérience de votre événement. Cela va renforcer la connexion de vos participants avec le contenu de l'événement.

Stimulation olfactive



Véritable effet "Madeleine de Proust", utilisez des senteurs spécifiques pour évoquer des émotions et créer des souvenirs mémorables. Les senteurs et arômes peuvent être utilisés de manière subtile dans votre événement dans sa globalité, ou même de manière parfaitement ciblée pour renforcer des zones d'expériences. Mettez par exemple sur des odeurs de patchouli et de vanille si votre événement a pour but de détendre vos invités. Cette stimulation va pouvoir enrichir l'expérience de vos participants.

Stimulation visuelle



Utilisez des éléments visuels accrocheurs tels que des projections, des jeux de lumière, et des installations artistiques pour captiver l'attention et créer une ambiance unique. La stimulation visuelle peut transformer un espace ordinaire en un lieu extraordinaire. Cela renforcera le thème de votre événement et suscitera encore plus l'intérêt de vos participants dès leur arrivée.

Stimulation gustative



Traiteurs, dégustations, boissons, ne laissez rien au hasard ! Soyez en accord avec le thème de votre événement. Vous pouvez aussi proposer des ateliers culinaires, des démonstrations de cuisine ou des menus spécialement conçus. Les expériences gustatives offrent une connexion directe et plaisante avec les participants, c'est un véritable plaisir que vous offrez à vos participants sur un plateau doré.

Proposer des expériences multisensorielles

2

EXEMPLE DES CONCERTS DE COLDPLAY

Les concerts de Coldplay sont un très bon exemple d'expérience multisensorielle. À l'aide de bracelets connectés, Coldplay plonge son public dans son univers, offrant un spectacle mémorable et unique. Il parvient à allier les sens visuels et auditifs et à engendrer une participation active du public. Des vagues de couleurs s'illuminent au rythme de ses musiques grâce au public, provoquant un véritable sentiment d'appartenance.



Proposer des expériences multisensorielles

2

CONCLUSION

Vous l'aurez compris, les expériences multisensorielles sont grandement efficaces pour la réalisation de votre évènement créatif.

Vous pouvez vous différencier en intégrant ces expériences multisensorielles grâce à l'originalité de vos choix. Ces expériences permettent une immersion complète en engageant les sens de vos participants. Elles maintiennent l'attention de votre public et les incitent à interagir davantage avec tout le contenu de votre évènement.

Vos participants sont alors plongés dans l'univers que VOUS avez créé pour EUX. Leur engagement en sera donc renforcé et une connexion émotionnelle sera créée car ils auront des souvenirs durables.



Conseil n°3

**UTILISER LES
NOUVELLES
TECHNOLOGIES ET
DE L'INNOVATION**

Utiliser les nouvelles technologies et de l'innovation

3

L'utilisation des nouvelles technologies et de l'innovation sont des atouts incontournables. Cela vous permettra de moderniser votre événement et également d'attirer un nouveau public, ceux des passionnés par les nouvelles technologies.

Vous connaissez déjà sûrement certains de ces outils, mais laissez-moi vous dire en quoi il est important de les utiliser.

➔ APPLICATION MOBILE

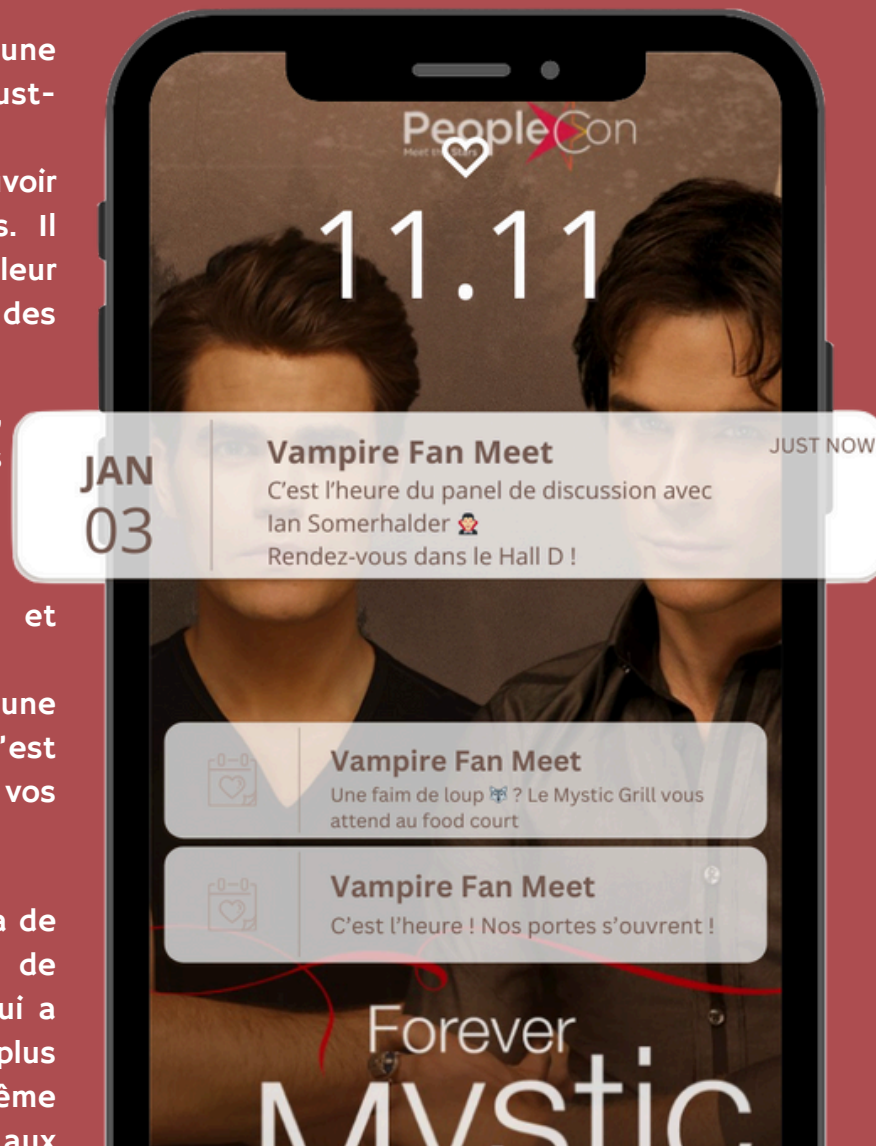
Mettre à disposition de votre public une application mobile est un véritable must-have.

Grâce à une application, vous allez pouvoir faciliter l'expérience de vos participants. Il sera très facile pour eux d'organiser leur planning en fonction de leurs intérêts (des conférences à ne pas louper, des ateliers intéressants, des thématiques favorites, etc.). Ils pourront optimiser leur temps grâce à des notifications en temps réel.

L'application peut aussi fournir un plan pour se repérer facilement sur place et passer d'une activité à l'autre.

Vous allez également pouvoir avoir tout une plateforme dédiée à VOTRE contenu ! C'est l'occasion idéale pour promouvoir vos produits/services.

Dernier point, l'application vous permettra de collecter énormément de KPIs. Nombre de personne qui s'est inscrit à tel atelier, qui a téléchargé telles brochures pour plus d'informations, etc. Vous pourrez même remercier chacun des participants grâce aux adresses mails collectées.



Utiliser les nouvelles technologies et de l'innovation

3

➔ STREAMING

L'évènementiel post-covid a fait naître une tendance intéressante, et on ne peut pas se permettre de passer à côté. Avoir une version digitale de votre évènement physique est primordial. On appelle cela un évènement hybride ou phygital.

Le public s'attend, à présent, automatiquement, à avoir la possibilité d'assister à un évènement de manière soit physique, soit digitale. Il est donc important de lui offrir ce choix.

⚠ Vous devez faire en sorte que l'expérience en stream soit tout aussi engageante que celle en physique.

Vous pouvez diffuser vos conférences en live, et y ajouter un chat pour les questions/remarques.

Étude LinkedIn

Une étude LinkedIn réalisée en mai 2021 met en évidence que 69% des organisateurs maintiendront des évènements virtuels sur le long terme, et que 60% d'entre eux proposeront systématiquement une déclinaison virtuelle à leurs évènements.

Installez des caméras dans votre évènement pour permettre une diffusion en temps réel sur votre plateforme de streaming.

Une diffusion sur une plateforme de streaming vous permettra également d'avoir du contenu à la demande. Si vous enregistrez vos sessions, mettez sa rediffusion à disposition de ceux qui le demandent. Encore une fois, une belle occasion pour avoir des KPIs !

Applications gratuites pour faire du streaming

Pour un évènement à capacité limitée, je vous conseille de diffuser votre évènement en direct sur des plateformes gratuites: Facebook Live, YouTube Live, Instagram Live, et Twitch. C'est un moyen efficace d'étendre votre public.



YouTube



Utiliser les nouvelles technologies et de l'innovation

3



RÉALITÉ VIRTUELLE/ AUGMENTÉE

Vous en avez vu passer des casques VR, et encore aujourd'hui, ils ne cessent de s'améliorer, comme avec le nouveau joujou d'Apple ! Il est clair qu'on ne pouvait pas passer à côté de ça.

Utiliser des outils de VR vous permettra d'offrir à votre public un environnement complètement immersif, et ça, quel que soit ce que vous souhaitez promouvoir dans votre évènement, un véritable effet WAOUW !

Vous pouvez créer un lieu unique en VR, projeter votre public directement dans ce que vous souhaitez, et par-dessus

tout, cela va être amusant ! Ce n'est pas tous les jours qu'on a la possibilité de se transporter de manière virtuelle, alors votre public fera preuve de curiosité pour voir où vous souhaitez l'emmener, sans qu'il n'ait à faire des efforts.

Ce qui est sûr, c'est que l'utilisation de cette technologie à un coût important, alors faite le bon choix. Si vous savez que c'est la touche qu'il manque à votre évènement pour qu'il puisse faire le buzz, mettez là-dessus !

À la recherche de votre prestataire ?



Voici ma petite sélection, spécialement pour vous ! Cette sélection est basée sur la diversité que les prestataires proposent, leur expérience, ainsi que leurs tarifs.

- [VR SHOW](#)
- [VR ACADEMY](#)
- [FUNBOOKER](#)



Le parfait exemple

L'évènement le plus marquant ayant utilisé de la réalité augmentée, c'est bien sûr le World Championship Finals du jeu vidéo League of Legends, en 2017. Le public a été estomaqué par la représentation d'un dragon survolant la scène. L'hologramme a pu être visible à travers l'écran de rediffusion, mais également avec les smartphones des participants à travers un live.

Utiliser les nouvelles technologies et de l'innovation

3

CONCLUSION

Les nouvelles technologies captivent les participants et les encouragent à avoir des interactions avec tout ce que vous proposez dans votre évènement.

Les diffusions en direct avec le format hybride permettent d'atteindre un public plus large, en y incluant ceux qui ne peuvent pas y assister en présentiel.

L'utilisation des outils que je vous ai conseillés vous permettra d'obtenir des insights et des KPIs pour pouvoir analyser la réussite de votre évènement dans les moindres détails.

En intégrant ces technologies et innovations, vous allez pouvoir non seulement moderniser votre évènement, mais aussi créer des expériences beaucoup plus engageantes, personnalisées et mémorables pour tous les participants. Une bonne recette pour un évènement créatif !



Conseil n°4

**COMMUNIQUER
POUR ATTIRER ET
ENGAGER**

Communiquer pour attirer & engager

4

Tout d'abord, mettons-nous d'accord. Le premier indicateur qui démontre qu'un évènement est réussi, c'est le fait qu'il y ait du monde ! Et pour avoir du monde, il faut promouvoir votre évènement, communiquer dessus pour attirer votre public. Je vous conseille ici d'avoir une véritable stratégie de communication pour garantir le succès de votre évènement créatif.

OÙ COMMUNIQUER ?

Choisissez les réseaux sociaux qui vous conviennent le mieux. Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, Snapchat ou encore Twitter, toutes ces plateformes ont les capacités de promouvoir votre évènement. Mais choisissez-les avec soin, car le choix de ces plateformes dépend de votre public cible. Si vous souhaitez toucher une cible de plus de 40 ans, ce public va se trouver sur Facebook. Si vous visez la Gen Z, priorisez TikTok ou Snapchat !

Une fois vos réseaux sociaux choisis, créez du contenu engageant, et investissez dans des campagnes de publicité ciblées sur votre public. Vous générerez alors des inscriptions plus facilement.

Autre que les réseaux sociaux, vous pouvez également choisir de faire du print, une campagne d'emailing ou encore de la publicité en ligne. Encore une fois, tout dépend de la cible que vous visez, et de où elle se trouve ! (👁️ petit clin d'œil à mon premier conseil, la segmentation de votre public !).

Pour ma part, je vous conseillerai dans tous les cas d'agir sur les réseaux sociaux, car votre cible s'y trouve forcément 🙌

Où se trouve votre public cible ?



1. GEN Z
2. MILLENNIALS
3. GEN X



1. GEN Z
2. MILLENNIALS



Tik Tok

1. GEN Z
2. MILLENNIALS



1. BABY BOOMER
2. GEN X
3. MILLENNIALS

@STATISTA CONSUMER INSIGHTS
JUN 2023

Communiquer pour attirer & engager

4

FOCUS SUR VOTRE CONTENU

Après avoir choisi où communiquer, il faut savoir comment vous allez communiquer. La plus grande tendance du moment est le format vidéo court.

Aujourd'hui, les internautes recherchent des contenus courts et faciles à regarder. Notez que combiner l'audio et la vidéo va susciter de l'engagement, et va également stimuler l'attention de votre public. Le format vidéo est plus engageant que jamais sur les réseaux sociaux. Il est donc crucial d'adapter votre stratégie en fonction de la plateforme choisie.

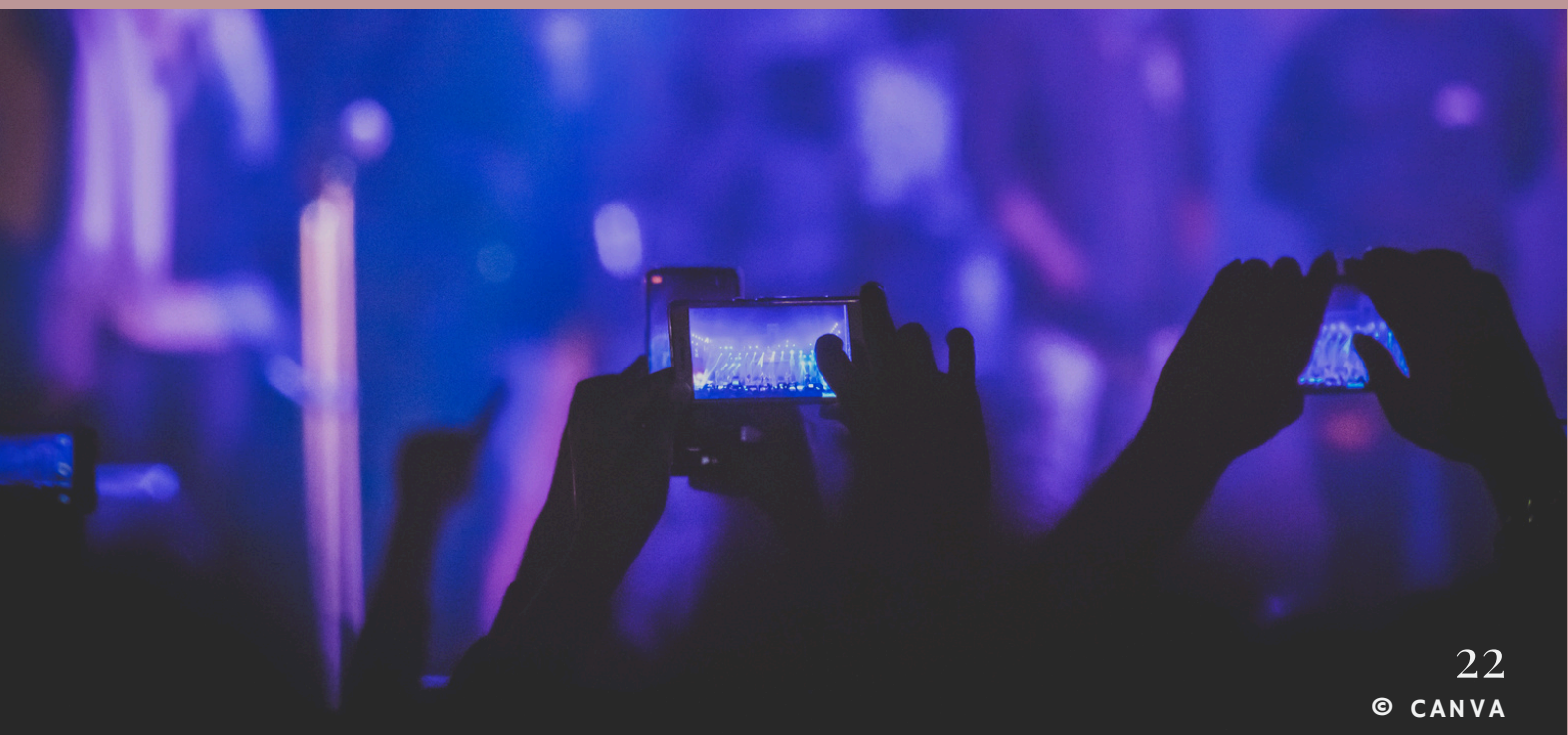
12
34

Quelques chiffres

- 84 % des 13-17 ans considèrent la vidéo comme leur format d'information préféré (@Milan Presse avec YouTube et l'institut CSA)
- Intégrer une vidéo dans une campagne d'e-mailing augmente le taux de clic de 200 à 300 % (@Instagram Ads)
- Les utilisateurs affirment retenir 95 % d'un message lorsqu'il est diffusé par vidéo

Pour faire une vidéo promotionnelle, il faut qu'elle soit accrocheuse. Présentez-y les informations importantes de votre événement comme la date, le lieu et le thème, mais également les moments forts qui ont eu lieu lors de vos événements passés. Votre précédent public qui s'amuse ou qui sourit, on doit voir les émotions qui ont réellement été présentes.

Pour capter l'attention et l'engagement de votre public, vous devez avoir un véritable storytelling, vous devez raconter une histoire. C'est ainsi que vous allez pouvoir créer une connexion émotionnelle avec votre public. Favorisez une approche narrative, avec des personnages que vous mettrez en avant, provoquez la curiosité pour donner l'envie d'en savoir plus et d'être présent à votre événement.



Communiquer pour attirer & engager

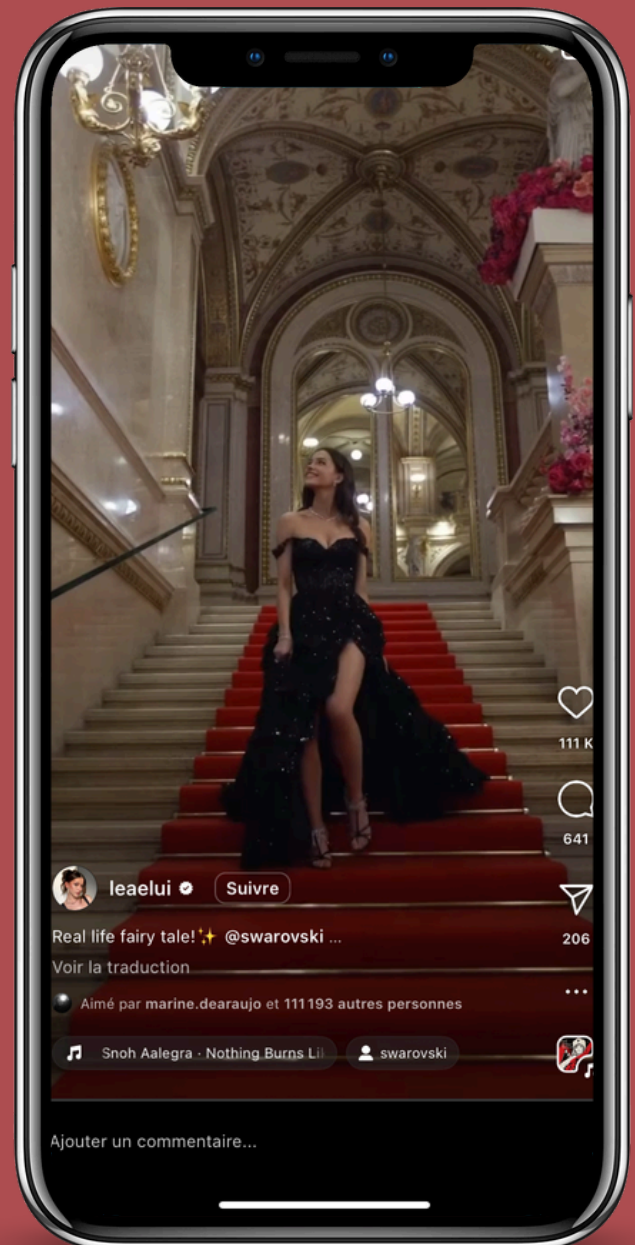
4

PARTENARIATS & COLLABORATIONS

Établissez des partenariats ou des collaborations avec des partenaires de qualité qui partagent les mêmes valeurs que vous. Faites appel à des créateurs de contenu pour promouvoir votre événement. Attention, choisissez-les avec soin, vous devez garder une bonne image de votre événement ! Évitez donc des créateurs de contenu qui ne sont pas crédibles. Ces partenariats vont vous permettre d'élargir la portée de vos participants et de pouvoir être beaucoup plus visible auprès d'eux.



@lenasituations au Met Gala



@leaelui invité à un événement Swarovski

Communiquer pour attirer & engager

4

TEASING

Pour attiser la curiosité de votre public, je vous conseille d'établir une stratégie de diffusion pre-event. A vous de définir votre timing ! Publiez du contenu qui sera accrocheur, sans trop en dévoiler. Vous pouvez lancer un rappel en story sur Instagram, ou lancer des sondages pour faire deviner quel sera la suite. Ici, vous pourrez donc interagir avec votre public et susciter leur intérêt grâce à leur curiosité. En suivant cette stratégie de diffusion pré-événement, vous pouvez garantir une large visibilité, attirer votre public, et maintenir leur engagement jusqu'au jour de l'événement.



@peopleconvention annonçant une fan meet sur la série Gossip Girl



@netflix annonçant un événement sur la série Squid Game

Communiquer pour attirer & engager

4

CONCLUSION

Pour la réussite d'un événement créatif, vous devez attirer votre public à l'aide d'une bonne stratégie de communication. En suivant mes conseils, vous aurez un plus grand nombre de participants, et vous pourrez ainsi augmenter votre visibilité et l'impact de votre événement.

Avec des contenus intéressants, publiés sous le bon format et sur la bonne plateforme, vous maintiendrez l'intérêt de vos participants et vous encouragerez leur implication dans cet événement ainsi que les événements futurs.

Pour construire une relation durable avec votre public, il vous faut miser sur une communication avant, pendant et après votre événement.



Conseil n°5

**TOUJOURS AVOIR
UN PLAN B**

Toujours avoir un plan B

Les imprévus sont parfois inévitables dans la réalisation d'un évènement. Pour assurer la réussite du vôtre, je vous conseille fortement d'avoir des plans de secours, pour contrer de mauvaises surprises. Avoir un plan B, c'est vous permettre de réagir rapidement et efficacement à une situation qui pourrait nuire à votre évènement. Il vous permet également de renforcer votre crédibilité. Voici une liste des différents imprévus dont vous devez vous y préparer :

Quelques chiffres

12
34

- 60% des organisateurs d'évènements ont dû faire face à des imprévus techniques ou logistiques @Event Manager Blog
- 50% des participants évaluent la compétence des organisateurs en fonction de leur capacité à gérer les crises. @ Freeman
- 45% des évènements ayant un plan B en place ont réussi à gérer efficacement les crises, maintenant la satisfaction des participants à un niveau élevé. @ Eventbrite

© CANVA

LA MÉTÉO

Faire un évènement en extérieur, c'est un risque. La météo vous a annoncé un temps parfaitement ensoleillé, mais le ciel devient gris, et la pluie fait à présent partie de vos convives !

Pas de panique, car vous aviez lu ce livre blanc, et vous saviez qu'il fallait prévoir des structures temporaires, ou même des chapiteaux 😊

LA LOGISTIQUE

Votre évènement est un véritable succès ! Votre public est conquis par toutes ces activités technologiques et innovantes, lorsqu'une coupure de courant éclate. Encore une fois, quelle chance d'avoir lu ce livre blanc ! Votre générateur de secours est en régie, à côté de vos projecteurs et micros de secours 🍷

LES PRESTATAIRES

Votre traiteur annule sa prestation à l'approche de votre évènement ? Par chance, vous avez listé en amont des traiteurs alternatifs, avec des contrats de secours. Vous avez également négocié des clauses flexibles avec votre prestataire pour permettre des ajustements de dernières minutes.

Toujours avoir un plan B

CONCLUSION

En préparant un plan B robuste, vous pouvez assurer la continuité de votre événement, quel que soit l'imprévu. Cela non seulement préserve l'expérience des participants, mais renforce aussi votre réputation en tant qu'organisateur fiable et professionnel. En cas d'imprévu irrémédiable, je vous conseille d'être transparent avec vos invités. Vous pouvez leur expliquer la situation ainsi que les mesures que vous avez prises pour y remédier, dans le but de maintenir la confiance qu'ils vous accordent et leur satisfaction.



Bonus

TÉMOIGNAGES



Ils témoignent !



« Pour réussir un évènement créatif, la recherche de partenaires fiables est primordiale, il faut rester organisé et ne laisser aucun détail ! Je conseille également de toujours innover, et d'essayer de surprendre »

@ AZIZ PATEL, Délégué régional du comité Miss Réunion.



« Pour réaliser un évènement créatif il faut avoir une capacité à se renouveler, à mettre en avant des dispositifs originaux. N'hésitez pas à voyager pour trouver vos idées créatives ! »

@AMIDA HUSSEIN, coordinatrice des Fashion Show à la Réunion.

« Un évènement créatif est réussi grâce au nombre de participants et le bruit médiatique qu'on va faire autour de cet évènement à travers les réseaux sociaux, les influenceurs ou les retours presses des médias »

@ EMERIC BIGOT, Directeur pôle évènementiel chez Orange Réunion.



A large crowd of people is silhouetted against a vibrant, bokeh background of warm, glowing lights, likely from a concert or festival at night. The lights create a dense field of soft, out-of-focus circles in shades of orange, red, and yellow. In the foreground, several people's hands are raised, holding up smartphones to capture photos or videos. The overall atmosphere is one of excitement and celebration.

CONCLUSION

Et pour finir...

Pour conclure, la réussite d'un évènement créatif réside dans une organisation minutieuse. Dans ce livre blanc, je vous ai donné 5 conseils clés pour faire en sorte que votre évènement soit mémorable dans l'esprit de votre public. Les voici ainsi que leurs points essentiels :

1. Connaître Son Public

La compréhension de vos participants vous permet de connaître qui ils sont réellement, et quels sont leurs besoins, dans le but d'y répondre au mieux pour pouvoir concevoir des expériences personnalisées.

2. Proposer des Expériences Multisensorielles

En proposant des expériences qui font appel à plusieurs sens de vos participants, vous leur garantessez une immersion totale. Les souvenirs créés sont alors d'autant plus mémorables et vous pourrez vous distinguer de vos concurrents.

3. Utiliser des Nouvelles Technologies et de l'Innovation

Les nouvelles technologies et l'innovation sont un tremplin pour réussir un évènement créatif. Différenciez-vous en intégrant des outils attractifs et qui vont permettre à vos participants d'être organisés et de rester informés.

4. Communiquer pour Attirer & Engager

Pour avoir un maximum de participants, attirez-les à travers une forte stratégie de communication. Mettez sur vos réseaux sociaux, sur des créateurs de contenu, le tout pour faire du bruit, avant, pendant et après votre évènement. La visibilité et l'impact de votre évènement seront maximisés.

5. Toujours avoir un Plan B

Maîtrisez l'entièreté de votre évènement en vous préparant au pire. C'est ainsi que vous allez pouvoir assurer la continuité et le succès de votre évènement. Un plan B bien élaboré va vous permettre de garder le contrôle et de gérer des crises, pour que votre public puisse dans tous les cas garder une image positive de votre évènement.

Vous l'aurez à présent compris, pour réussir un évènement créatif, il faut avoir une approche structurée, et cela à l'aide des conseils que je vous ai donnés. La chose qu'il faut principalement retenir est que en tant qu'organisateur d'un évènement, vous êtes un créateur d'ÉMOTIONS. Chaque détail auquel vous allez penser se doit de transporter votre public. Transformez votre évènement en des expériences créatives et inoubliables. Vous renforcerez alors l'engagement et la satisfaction de votre public. Restez flexible, innovant, et restez à l'écoute des besoins de votre public.

Vous voilà donc arrivé à la fin de ce livre blanc ! J'espère que cette lecture vous permettra d'organiser votre évènement créatif idéal. Et si vous avez besoin de pousser certains sujets, je vous en prie, contactez-moi 😊

A black and white photograph of a person singing into a microphone on stage. The person is in silhouette, with their hair blowing in the wind. The word "REMERCIEMENTS" is overlaid in large, white, bold, sans-serif capital letters across the center of the image. The background is dark with some light flares, suggesting a stage setting.

REMERCIEMENTS

Remerciements

Tout d'abord, je tiens à remercier toutes les personnes qui ont contribué à mon épanouissement dans l'univers de l'évènementiel. Ma famille, mes amis, mes stages et alternances, merci de m'avoir fait confiance dans la réalisation de vos évènements !

Merci à l'ESP Paris pour ces deux années de master. Je remercie tous les intervenants qui m'ont transmis leurs connaissances et qui ont consolidé mon envie de travailler dans le secteur de l'évènementiel.

Grâce à l'ESP Paris, j'ai eu l'opportunité de travailler pendant deux ans dans le domaine de l'évènementiel à l'international. Cette alternance a été riche en défis, et je remercie tout particulièrement ma manageuse Morgane Desbois d'avoir été autant présente pour moi et de m'avoir accompagné tout au long de ces deux années.

Je tiens également à remercier toutes les personnes qui ont contribué à la réalisation de ce livre blanc. Merci à mon coach Yann Hervé pour son aide précieuse et ses conseils pendant la rédaction de mon livre blanc.

Mes années de master n'auraient pas été les mêmes sans le soutien et la bonne humeur de mes amis Tania Costa, Manon Carneiro, Hugo Ferreira, Morgane Mottot, Hugo Novarino et Miguel Silva.

Merci infiniment.





SITOGRAFIE

Sitographie

<https://www.agence-conseil-communication.fr/6-facons-didentifier-le-public-cible-dun-evenement/>

<https://www.eventmaker.com/fr/ressources/blog/application-mobile-evenementielle/#:~:text=Sur%20une%20application%20%C3%A9v%C3%A9nementielle%2C%20il,au%20long%20de%20la%20journ%C3%A9e.>

<https://fr.remo.co/blog/10-extraordinary-hybrid-event-examples-that-will-inspire-you-in-2021>

<https://www.angage.com/fr/partenariat-%C3%A9v%C3%A9nementiel-7-bonnes-raisons-de-sauter-le-pas/>

<https://histoiresroyales.fr/debutantes-etincelantes-mythique-bal-opera-de-vienne-diademe-swarovski/>

https://www.youtube.com/watch?v=Tq39f4x_lmU

<https://www.20minutes.fr/high-tech/4043656-20230707-concerts-secret-nouveaux-bracelets-lumineux-enflamment-stades#:~:text=Transformant%20les%20concerts%2C%20comme%20ceux,distance%20avec%20une%20m%C3%A9ga%20t%C3%A9l%C3%A9commande.>

<https://comandkids.fr/evenementiel/>

<https://www.madcitizen.fr/blog/idees-animations-evenementielles/guide-evenements-mode>

<https://www.icd-ecoles.com/metiers/travailler-evenementiel#:~:text=L'%C3%A9v%C3%A9nementiel%20d%C3%A9signe%20tout%20ce,du%20tertiaire%20%C3%A0%20part%20enti%C3%A8re.>

<https://www.soomeet.com/article/communication-evenementielle/20-idees-creatives-de-promotion-devenements>

A woman with long, dark, wavy hair is sitting at a table. She is wearing a light blue, long-sleeved button-down shirt and a dark belt. She is looking towards the camera with a slight smile. In the background, there is a wooden wall and a banner that says "Good Vibes".

CONTACT

Fiche Contact



Téléphone

07 66 63 38 56



Adresse Mail

safiyasmj@gmail.com



LinkedIn

Safiya Simjee



5 CONSEILS

pour réussir un événement créatif