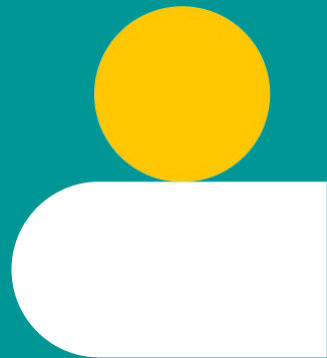




Le petit guide des **grands** événements

5 étapes pour un événement virtuel à succès



Préface

La Covid-19 a accéléré une tendance déjà émergente : celle de l'événement digital. Séminaire, conférence, réunion ou encore atelier et formation, que ce soit en interne ou en externe ; les moments à digitaliser sont de plus en plus nombreux. Mais si organiser un événement virtuel a des avantages considérables, que nous détaillerons tout au long de ce livre blanc, une problématique s'impose de plus en plus à nous : **l'engagement des participants.**

En effet, presque deux ans après le début de la crise sanitaire, une fatigue générale du virtuel se fait ressentir. Syndrôme de la réunionite, perte de motivation, les caméras coupées en réunion se multiplient et l'intérêt envers l'événement digital perd de la vitesse. Alors, comment s'assurer que les participants à mon webinaire soient réellement attentifs ? Comment savoir ce que les collaborateurs de mon entreprise ont retenu de mon teambuilding en ligne ? **Et surtout, comment raviver la flamme du digital ?**

...Avec de l'interaction !

Zoom, Teams, ou encore Google Meet sont autant de solutions qui nous ont, disons-le, "sauvé la vie" lorsque nous nous sommes retrouvés confinés. Leurs limites en termes d'interactivité ont néanmoins vite été démontrées. **Heureusement, à travers ces quelques pages nous vous donnerons toutes les clés pour faire de vos prochains événements hybrides et virtuels un véritable succès.**

Sommaire

00

Les avantages de l'événement virtuel

01

Tips #1
Connaître son déroulé
par coeur

02

Tips #2
Choisir la bonne
plateforme

03

Tips #3
Travailler son contenu...
Et ses animations !

04

Tips #4
Communiquer avant,
pendant et après

05

Tips #5
Analyser son événement

06

Le mot de la fin

07

Et Wisembly dans tout ça ?

Les avantages de l'événement **virtuel**



C'est un fait,

la tendance du digital s'est imposée à nous du jour au lendemain avec le début de la crise sanitaire. Aujourd'hui néanmoins, le format se démocratise amplement... Et pour cause, ses avantages sont nombreux.



Profitez d'une audience plus large

Le digital n'a pas de frontières ! Faites appel à des speakers du monde entier sans vous soucier des impératifs de déplacement.

Élargissez votre audience en invitant des personnes situées dans d'autres villes ou pays.



Diminuez votre impact environnemental

Une étude Kudo a révélé qu'un événement accueillant 1 000 participants génère 568 314 kg de CO2. **Un événement virtuel ou hybride, quant à lui, n'entraîne que 3 492 kg d'émission de CO2.** La planète vous dira merci !



Faites des économies

En lien avec le point précédent, qui dit virtuel dit forcément réduction des coûts d'exploitation !



Facilitez votre organisation

Eh oui, la tenue de votre événement ne dépend plus d'une réservation de lieu, de traiteur, d'hôtel ou de train !

Une étude LinkedIn

menée auprès de 200 organisateurs d'événements BtoB en France, a révélé des chiffres qui traduisent le succès des événements virtuels.

69%

des personnes sondées continueront d'organiser des événements virtuels sur le long terme, même après la crise sanitaire.

40%

C'est la part du budget dédié à l'événement qui sera investi dans le choix de la plateforme virtuelle

Pourquoi continuer à organiser des événements virtuels ?

51%

des interrogés ont répondu qu'ils continueront à en organiser car ils ne seront pas tributaires du contexte sanitaire

38%

ont répondu que c'est parce qu'ils sont plus rentables que lorsqu'ils sont en présentiel

38%

privilégient le virtuel car l'événement est accessible mondialement et sans se déplacer

Tips #1

Connaître son déroulé par coeur

01

Connaître son déroulé

Après avoir défini la nature de votre événement (conférence, webinaire, teambuilding, séminaire, formation... Tout est possible, même en ligne !), choisi vos dates et élaboré votre programme, il est essentiel de capitaliser sur un **déroulé précis et flexible**.

Oui, il est tentant de penser qu'un événement virtuel puisse s'organiser en deux temps, trois mouvements... Mais ça ne serait pas réaliste. Si ce format nous permet d'échapper à la course aux réservations (de la salle, du traiteur, des hôtels...), il est néanmoins nécessaire d'avoir un déroulé **adaptable en temps réel**, exactement comme pour du présentiel.

L'objectif ? Faire face à d'éventuels imprévus : problèmes de connexion, potentiels retards...



Connaître son déroulé

Pour vous aider dans la préparation de votre événement en ligne, voici **trois questions** à se poser :

- **Quel est le profil de mes participants ?**
- **Qu'est-ce que mon événement va leur apporter concrètement ?**
- **Comment les engager afin de ne pas perdre leur attention ?**



Tips #2

Choisir la bonne plateforme

02

Choisir la bonne plateforme

...Et il en existe plusieurs. Afin de choisir LA plateforme la plus adaptée à votre événement, commencez par recenser vos **objectifs** (interactivité, engagement...) ainsi que vos **besoins** (aussi bien techniques, de diffusion, d'animation ou encore d'analyse).

Vous y verrez ensuite beaucoup plus clair ! Pour vous aider à affiner le choix de votre future plateforme, voici quelques tips à garder dans un coin de votre tête.



Centralisez au maximum les prestataires afin de diminuer et d'optimiser vos échanges.

En bref : simplifiez-vous la vie !



Il existe en effet des **plateformes tout-en-un** capables de gérer aussi bien la partie pré-événement (site dédié, inscriptions, emailings et relances), la diffusion et l'animation de votre événement le jour J, et l'analyse de la data en post-événement.

Misez sur l'interactivité



Réussir à capter l'attention de son audience et la garder, c'est la clé du succès lorsqu'on parle d'événement en ligne.

Forcément, cela passe par **des modules de type chat, quiz ou encore sondage**, à anticiper, préparer, et utiliser au bon moment le jour J !

Assurez-vous que votre future plateforme soit **compatible avec un maximum de navigateurs**



...Et, idéalement, ne nécessite aucun téléchargement annexe.

Plus simple la connexion sera, et plus nombreux seront vos participants le jour J !

Enfin, **allez au plus intuitif**



Pour que vos participants restent connectés et attentifs, il est essentiel qu'ils s'approprient la plateforme, soient à l'aise dessus et qu'ils puissent utiliser les modules d'interactivité simplement. Des formations existent, mais **rien ne vaudra un outil simple et optimal !**

Tips #3

Travailler son contenu..
Et ses animations !

03

Travailler son contenu... Et ses animations !

Connaître son déroulé et choisir la bonne plateforme c'est bien, mais ce qui donnera envie à vos invités de se connecter le jour J... C'est votre contenu ! Les messages et présentations délivrés tout au long de l'événement doivent être pertinents, cohérents, donner envie de venir et de rester. Nous revenons à l'éternelle question citée dans le premier tips : **“Qu'est-ce que mon événement va apporter, concrètement, à mes participants ?”**.

En ligne, l'objectif est le même qu'en présentiel : **faire passer les bons messages, tant sur le fond que sur la forme**. Cela se traduit par un support (des slides dans un bon nombre de cas) soignées, agréables à lire, et un ou des speaker(s) captivant(s), qui savent garder l'attention de vos participants.



Travailler son contenu...

Et ses animations !

...Nous le savons, derrière un écran et confortablement installé chez soi, la capacité d'attention est parfois réduite. Bruits parasites et sollicitations extérieures peuvent rapidement détourner votre audience de vos orateurs. **C'est là qu'entre en jeu votre animateur** : distribution de la parole, gestion du timing, relance des échanges et des interventions... C'est lui qui sera en charge du rythme de votre événement et du lancement de vos animations ! En voici quelques unes qui permettront à votre public de se sentir **pleinement impliqué dans les échanges** :

Le **nuage de mots**, pour avoir le ressenti de vos participants,

Le **quiz**, pour l'aspect un peu plus ludique,

Le **formulaire**, pour libérer la parole,

Les **sondages**, pour impliquer les participants au coeur des sujets abordés !

N'oubliez pas : **les outils interactifs augmentent l'attention de +40% !**

Tips #4

Communiquer
avant, pendant et après

04

Communiquer avant, pendant et après

Vous le savez mieux que personne, la communication est primordiale lorsqu'on organise un événement. Votre stratégie doit être organisée et structurée, dans un objectif très simple : **donner envie à vos invités d'y participer.** Parce que si diffuser votre lien d'inscription est une chose, les événements sont vécus comme de véritables expériences sur le moyen et long terme... Et doivent être pensés comme tels.

Cela passe par trois phases bien distinctes, indissociables, et même complémentaires :
avant, pendant et après.



Communiquer **avant, pendant et après**

Évidemment, en amont de votre événement, **communiquer les modalités d'inscription** (idéalement simples, accompagnées d'un lien accessible facilement) est nécessaire. Néanmoins, une stratégie plus poussée vous permettra de bénéficier d'un meilleur taux d'engagement et **fera rayonner votre événement** plus largement.

Vous pouvez par exemple :

- Préparer et **personnaliser** votre plateforme à vos couleurs,
- Créer un **site dédié** intégrant votre programme, vos intervenants, et même un compte à rebours,
- Envoyer vos différents **emailings** et programmer vos relances,
- Et enfin, prévoir une **phase de teasing** : cela peut passer par des photos et vidéos des coulisses de l'événement ou encore par la diffusion des interviews de vos intervenants. Un seul objectif : susciter la curiosité !

Que ce soit via des emailings ou encore sur les réseaux sociaux, vous l'aurez compris : **créez du lien et donnez envie !**

Communiquer avant, **pendant** et après

La communication “pendant” l’événement est généralement la plus négligée, ou du moins oubliée... Alors qu’elle vous permettra à la fois de **libérer la parole de vos participants**, et de **donner envie aux absents de venir à votre prochain événement** ! Il n’y a pas de meilleur prescripteur qu’une personne satisfaite de son expérience.

Ainsi, nous vous recommandons de bien penser à :

- **Lancer les activités au bon moment**, pour éviter tout temps mort qui vous ferait perdre l’attention du public,
- **Etre proactif et flexible** par rapport aux questions/réponses, afin de pouvoir vous adapter facilement aux retours de votre audience et laisser la parole à vos participants s’ils la demandent,
- **Coordonner la technique**, pour éviter toute catastrophe de connexion,
- **Et enfin : faire vivre l’événement sur les réseaux sociaux** ! LinkedIn, Twitter, Facebook, Instagram ou même Youtube... Entre live tweet et retransmission en direct, les possibilités sont nombreuses ! Elles vous permettront de toucher encore plus de personnes et feront rayonner votre événement plus largement.

Communiquer avant, pendant et **après**

Et oui, la communication ne s'arrête pas lorsque l'événement est terminé ! N'oubliez pas : **maintenir le lien avec votre audience vous permettra d'en créer un avec de futurs participants.**

Vous pouvez en effet :

- Envoyer un emailing de remerciements,
- Partager une vidéo replay, qui fera vivre votre moment dans la durée,
- Mettre à disposition des documents sur la plateforme...

Et même utiliser ce contenu pour faire vivre votre stratégie de communication sur le long terme, que ce soit sur les réseaux sociaux ou à l'occasion de vos prochains événements. Une vraie mine d'or !

Tips #5

Analyser son événement

5

Analyser son événement

Dernière étape, qui a toute son importance : **l'analyse des données collectées lors de votre événement.**

Même si cela peut paraître rébarbatif, mesurer l'engagement de vos participants permettra de **définir des axes d'amélioration et de nouveaux objectifs** pour votre prochain événement ! Taux d'engagement, de satisfaction, de participation... Autant de données qui vous permettront de créer une communauté pérenne et captive.

Enfin, comme évoqué dans notre précédent point, la digitalisation par le biais des replays permettra de pérenniser votre événement, qui doit être pensé sur le long terme - et non plus comme du "one shot".



Le mot de la **fin**

06

Le mot de la fin

Nous en parlions en introduction, la crise sanitaire a **accéléré le développement du digital** dans nos méthodes de travail, et plus globalement dans notre quotidien.

Nous n'en sommes néanmoins qu'aux prémices de ce changement, qui se veut **majeur et durable** : l'événementiel digital est amené à se répandre considérablement, à se banaliser, pour répondre aux évolutions de nos modes de vie et de nos attentes. Éloignement géographique des collaborateurs, télétravail, dématérialisation des échanges... **L'événementiel de demain est en ligne, ou au moins hybride** (restez connectés pour un livre blanc dédié, nous avons beaucoup de choses à partager sur le sujet !).

S'interroger sur notre façon de concevoir et d'animer des événements, dorénavant vécus pour de nombreux participants depuis chez eux, est donc primordial.

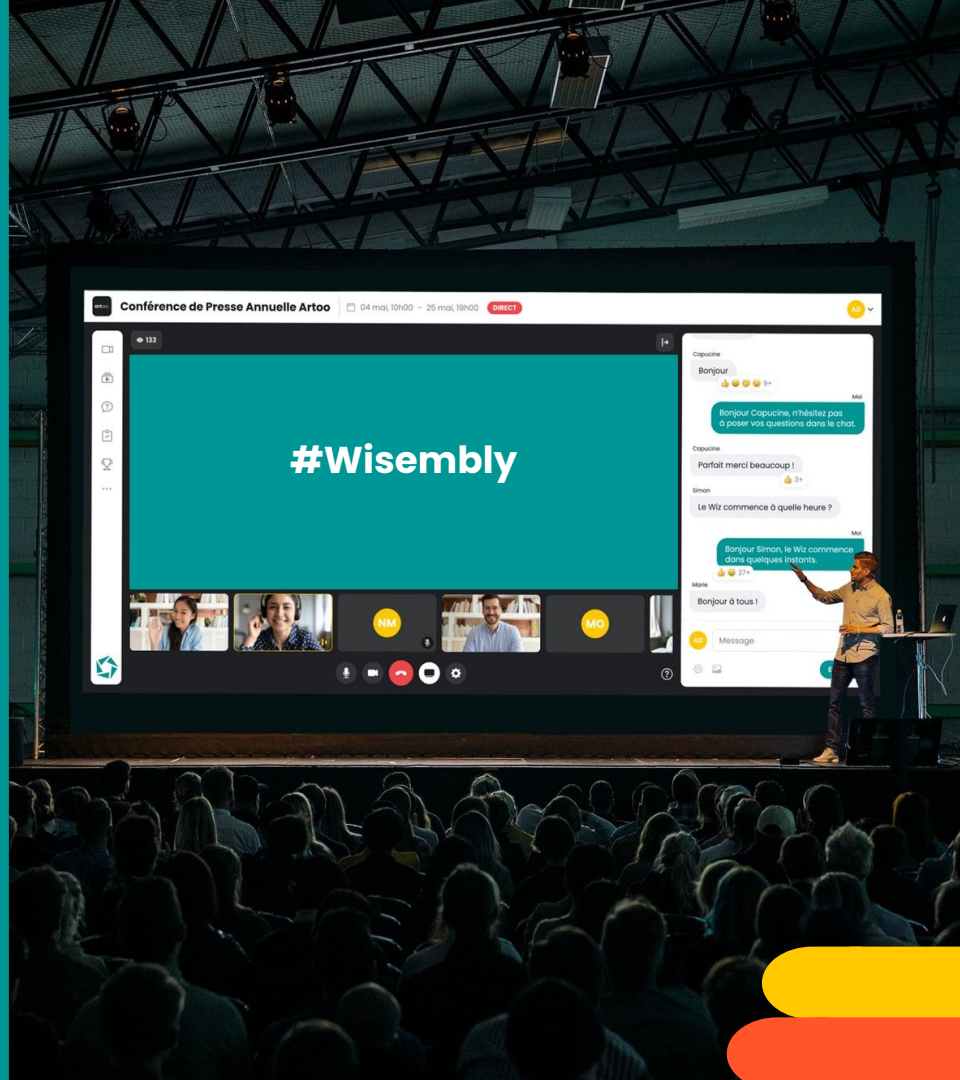
"Ce qui fait l'Homme, c'est sa grande faculté d'adaptation" – Socrate.

Et **Wisembly** dans tout ça ?

07

WISEMBLY, C'EST...

La plateforme **collaborative française** pour animer tous vos événements : **hybrides**, **virtuels** ou **présentiels**. Captez votre audience grâce aux **modules interactifs** combinés au chat et à la vidéo.



WISEMBLY EN CHIFFRES

- + de 11 ans
- + de 25 collaborateurs
- + de 400 clients : grands comptes & institutions françaises
- + de 300.000 utilisateurs
- + de 5.000 événements par an
- + de 20.000 participants connectés en simultané

Et... Une levée de fonds de 2 millions d'euros en 2021 !

ILS NOUS FONT CONFIANCE



POURQUOI WISEMBLY

01

Dynamisez vos événements en présentiel, hybrides et virtuels

Interactivité : visio, chat, sondage, nuage de mots...

Personnalisation : invitations et site à vos couleurs.

Engagement : pour un effet "wow" !

03

Profitez d'une plateforme simple et tout-en-un

Prise en main **intuitive**,

Gestion de l'événement de A à Z, Jusqu'à **20 000** participants !

04

Analysez votre événement grâce à la data

Notre plateforme **française** et **sécurisée** vous permet de réaliser des comptes rendus accessibles pour **optimiser** vos prochains événements.

Comptez sur un partenaire à vos côtés

Préparation, accompagnement et même **captation vidéo** de l'événement : une équipe d'**experts** vous est dédiée.

Ils ont utilisé Wisembly



« Grâce à Wisembly, nous avons animé avec succès un événement hybride d'une cinquantaine de personnes en présentiel et à distance. La solution nous a permis de **diffuser en live** la captation de l'événement pour les participants à distance, et à tous de poser des questions, de commenter via le chat et de télécharger les présentations. »

François GAUTHIER
Directeur de publication
L'EMBARQUÉ



Occitanie

« Wisembly nous a permis d'animer facilement un **événement hybride** mixant présentiel et distanciel. Les participants à distance ont ainsi pu suivre les débats en visio et **interagir en direct** sur le chat affiché dans la salle, au même titre que les présents à l'événement pour poser leurs questions et réagir aux débats. Le participant devient ainsi acteur de l'événement. »

Mathieu BIANNE
Chargé de missions
MEDEF OCCITANIE



« Wisembly nous a aidé à engager et à impliquer nos participants durant notre **séminaire**. Nous avons utilisé les **votes** et les **formulaire**s pour faire participer notre public et pour recueillir leurs avis, ainsi que la fonctionnalité **chat** avec modération pour qu'ils puissent s'exprimer. »

Oriane De Buttet & Olaf Landesman
Consultantes Sia Partners
Edouard Mulot
Chargé d'Ingénierie
Réseau chez Enedis



Notre équipe se tient à votre disposition !

01 76 46 03 49

thomas@wisembly.com

www.wisembly.com