



CONSEILS PRATIQUES

Comment proposer une expérience différenciée grâce à l'organisation d'événements virtuels

Depuis la pandémie, des règles de distanciation strictes nous obligent à éviter au maximum tout rapprochement physique, interdisant par la même occasion tous les événements commerciaux comme les salons professionnels. Si certaines éditions ont été annulées, d'autres au contraire ont su se réinventer en proposant des éditions digitales, à l'instar de la SITL (Semaine internationale du transport et de la logistique) ou du Laval Virtual, l'incontournable salon des innovations digitales et de la réalité augmentée.

La pandémie de Covid-19 a bouleversé les habitudes de consommation et les comportements d'achat à l'échelle planétaire, nous obligeant à mettre parfois en pause nos projets, nos déplacements, nos évolutions professionnelles...

Mais la crise sanitaire a également propulsé de nouveaux acteurs du numérique sous les feux des projecteurs. Zoom par exemple, a bénéficié de l'arrivée en masse de centaines de milliers de nouveaux utilisateurs à travers le monde. Selon le rapport des résultats financiers trimestriels¹ publié par Zoom, la société a quadruplé son chiffre d'affaires, passant de 145,8 millions de dollars au second trimestre 2019, à 663,5 millions de dollars au second trimestre 2020.

Ainsi, à l'ère du confinement, les plateformes collaboratives nous permettent de garder contact avec le monde extérieur, et nous invitent à modifier nos habitudes de travail pour nous apprendre à prospecter différemment. L'événementiel a pris une autre dimension, les rassemblements à la machine à café sont devenus des e-café, de nombreuses professions ont su saisir ce virage digital pour réinventer leurs pratiques à l'instar des professionnels du recrutement.

Les organisateurs d'événements rivalisent d'ingéniosité pour proposer des solutions toujours plus innovantes, l'offre s'élargit chaque jour et rend le choix du prestataire cornélien. Si les grands organisateurs peuvent se permettre d'accéder aux mastodontes du marché tels que HexaFair ou vFairs, les PME vont davantage s'orienter vers des fournisseurs plus discrets voire encore inconnus.

Alors comment faire un choix, quelles sont les clés pour bien organiser un événement virtuel ?

Les plateformes de rencontre favorisent le réseautage et hébergent de nombreuses manifestations virtuelles tout au long de l'année : foires, salons, journées portes ouvertes mais également sessions de formation, conférences ou rencontres professionnelles.

Le salon virtuel est une plateforme en ligne qui permet de visiter un salon de façon virtuelle comme si l'on y était physiquement. Tout comme les salons réels, les salons virtuels visent à réunir un grand nombre d'exposants et de visiteurs d'un secteur d'activité dans l'objectif de pouvoir faire des rencontres BtoB sans se déplacer.

663,5

millions de dollars
chiffre d'affaires
au second trimestre
2020 pour la société
Zoom.



Les
organisateur
d'événement
rivalisent
d'ingéniosité
pour proposer
des solution
toujours plus
innovante.

6 CONSEILS POUR L'ORGANISATION

- **Fixez vos objectifs** et évaluez l'enjeu de votre événement : générer des leads, développer votre carnet d'adresses, identifier des partenaires potentiels...
- **Demandez plusieurs devis** et détaillez bien les prestations incluses et en supplément.
- **Tout comme un salon physique** l'organisation de votre événement devra faire l'objet d'une préparation rigoureuse : le choix des dates, le timing, les participants, les invitations, la mise en place des conférences et tables rondes, et bien sûr le suivi de l'après-événement, rien de devra être laissé au hasard.
- **Relayez l'événement** sur vos différents canaux de communication : site Internet, réseaux sociaux, blogs...
- **Soignez vos « avatars »**, ces personnages virtuels qui vous représenteront et intégrez une fonctionnalité d'échange de cartes de visite.
- **N'oubliez pas de remercier** l'ensemble de vos participants et de rendre disponible le visionnage de l'événement en replay.

QUI CONTACTER ?

HexaFair Virtual Events Cloud, vFairs, Easy Virtual Fair, GTR sont les plateformes logicielles de communication hybride incontournables qui proposent des solutions virtuelles de salon, d'exposition, de foire, de conférence et de réunion. Des démonstrations et devis personnalisés sont disponibles sur leur site et parfois même des essais gratuits.

D'autres acteurs ne sont pas en reste, tels que Eventbrite, Eventmobi, Airmeet ou encore Samaaro ou Whova parfois plus adaptés à des petites et moyennes entreprises.

- **Vous hésitez sur la solution la plus adéquate ?** Captterra est un fournisseur de marché en ligne servant d'intermédiaire entre les acheteurs et les vendeurs dans l'industrie du logiciel qui pourra vous aider à sélectionner la meilleure solution.

<https://www.captterra.fr/>



Le salon virtuel est une plateforme en ligne qui permet de visiter un salon de façon virtuelle comme si l'on y était physiquement.

Le salon virtuel vous permettra de gagner en visibilité grâce à une présence sur le web et au référencement naturel. Vous pourrez dialoguer en toute confiance avec vos clients et partenaires grâce aux outils audio-vidéo. Votre entreprise gagnera en notoriété et valorisera son image grâce à une démarche innovante et responsable. Et vous économiserez les frais de déplacement et d'hébergement tout en limitant les contraintes organisationnelles.

Les avantages sont donc réels, mais inutile de se lancer dans un événement à grande échelle sans avoir testé sa capacité à mobiliser un auditoire, à travers par exemple l'organisation d'un webinaire d'information (voir le chapitre « prospecter » du guide *L'export en 10 étapes du Moci*²).

1. Zoom Reports Second Quarter Results for Fiscal Year 2021, 31 août 2020

2. Disponible sur lemoci.com

Un exemple BUSINESS BOOSTER FORUM

CCI France International organise les 10 et 11 mars prochains la deuxième édition de ce forum d'échanges et de réseautage gratuit et 100 % digital. Au programme : webinaires techniques et sectoriels et RDV BtoB avec des experts de la CCI. Les 40 webinaires de l'édition précédente sont encore disponibles YouTube : cutt.ly/Wk05tEk



Le salon virtuel vous permettra de gagner en visibilité grâce à une présence sur le web et au référencement naturel.

LE MOCI

Cet article est issu du n°2080 du MOCI :
Destinations d'affaires : les défis de la prospection digitale 2021
Pour en savoir plus :

**Acheter
ce numéro**

**S'abonner
au Moci**

**Contactez
le service commercial**