

« L'événementiel, créateur de lien social »

L'événementiel d'aujourd'hui fait partie intégrante des stratégies d'entreprise.

Vous vous demandez pourquoi ? Selon une enquête de la Harvard Business Review, 52% des dirigeants d'entreprises affirment que les événements sont de meilleurs drivers de croissance que les autres canaux marketing. Au-delà d'être créateurs de liens, ils permettent de répondre aux enjeux suivants pour atteindre des objectifs toujours plus ambitieux :

- Implication des salariés
- Développer l'image et notoriété
- Générer du business

C'est l'événementiel qui va mettre **l'HUMAIN** au centre de tout lors d'événements internes ou externes.

➡ Une entreprise doit être attentive à sa cible interne que sont **les salariés**.

En effet, ceux-ci souhaitent s'épanouir et trouver de l'intérêt dans leur travail. Ils ont également besoin d'une bonne ambiance au travail avec leurs collègues et d'un besoin de reconnaissance. Ils souhaitent bénéficier de conditions de travail qui leur permettent de concilier vie privée et vie professionnelle. En général, tous les salariés cherchent une entreprise qui pourra leur faire découvrir de nouvelles expériences, où les échanges sont spontanés et où l'esprit d'équipe est présent. Pour cela l'événement va intervenir :



■ **Pour informer les salariés** grâce à des assemblées générales, des séminaires, des conférences. Pour faire passer ces événements de formels à dynamiques de nombreuses pratiques existent pour rendre les salariés acteurs et non simples spectateurs.

■ **Pour motiver et renforcer la cohésion** grâce à des afterwork, des challenges sportifs, des séminaires incentives, des teams building personnalisés.

■ **Pour améliorer le quotidien** grâce à des événements spécifiques basés sur le bien-être, tels que le Yoga du rire, des séances de sophrologie, des cours collectifs de sport.

■ **Pour remercier les collaborateurs et développer leur sentiment d'appartenance à l'entreprise** par des soirées d'anniversaires, des arbres de Noël pour créer du lien avec la rencontre parents/enfants de salariés, les vœux de Janvier, des soirées de gala, durant lesquelles les entreprises peuvent mettre en avant les salariés, les remercier pour leur implication et faire en sorte que chacun trouve sa place.

Chaque prestation est effectuée de manière ludique et vivante car il existe de nombreuses techniques pour dynamiser les messages. Il faut créer des événements qui ont du sens avec la culture de l'entreprise. Pour cela il faut faire preuve de créativité et d'audace de manière à faire vivre aux invités une véritable expérience qui restera gravée dans leur mémoire.

➡ D'un autre côté, les marques ou entreprises devront aussi faire preuve d'imagination et d'adaptation par rapport aux attentes des **consommateurs** qui sont aujourd'hui plus difficiles à satisfaire du fait de l'importance du digital. Avec l'événementiel, les marques vont donc :



- **Renforcer la fidélisation** des consommateurs lors des soirées VIP réservant des surprises aux invités avec des animations, des réductions, des goodies, car c'est un moyen de leur donner le sentiment d'être privilégiés.
- **Participer à des événements** dont le but va être, par exemple, de démontrer son dynamisme et la proximité qu'elles veulent entretenir avec les consommateurs à travers des opérations de street marketing, des participations sur des salons particuliers ou professionnels, une tournée de roadshow dans plusieurs villes.
- **Innover et intégrer le digital** dans les événements avec des expériences immersives grâce à la réalité virtuelle ou augmentée, aux hologrammes ou à la visite 360 degrés.
- **Provoquer les émotions** des consommateurs, en organisant, au sein de leur magasin, des animations qui touchent la famille, les amis, etc. Les marques peuvent créer des expériences personnalisées pour chaque consommateur en proposant diverses animations.
- **Transformer les magasins en de réels lieux de vie et de plaisir** où il fait bon passer du temps sans forcément acheter. Des actions événementielles seront mises en place dans ces lieux pour marquer les esprits, satisfaire les attentes et être à l'écoute des clients.

En interne comme en externe, les entreprises ou les marques sont en perpétuelle quête de nouveauté afin de séduire les salariés et les consommateurs. Il faut donc qu'elles innover dans le but de se démarquer de la concurrence et notamment d'Internet qui détient une grande influence sur les comportements

Pour contrer Internet qui est un monde rempli de nombreuses références et qui est ouvert 24 heures sur 24, l'événementiel va valoriser l'humain et pourra apporter un contact physique. Les événements sont revisités et adaptés aujourd'hui pour satisfaire les cibles. Ils permettent de véhiculer une bonne image de l'entreprise, créer du lien et favoriser l'implication.

Cher réseau, si ce que tu as lu t'a convaincu ; je t'incite à dresser ton pouce 👍 vers le ciel ou à partager cet article auprès de ta communauté LinkedIn.

#événements#image#notoriété#business#engagementdessaariés#cohésion#entrecollègue#informer#remercier#partager#expériences#contrerinternet#humain#stratégie#connaissance#conférences#séminaires#afterwork#teambuilding#consommateurs#soiréevip#fidéliser#proximité#provoquerlesémotions#innover#roadshow#streetmarketing#nejamaisrienlâcher# 100 🤗

Liens qui sont intéressants en complément de cet article :

<https://www.strada-marketing.com/marketing-out-store>
<https://www.ladn.eu/entreprises-innovantes/parole-expert/evenementiel-acte-achat/>
<https://www.evenement.com/guides-professionnels/tendances-evenementiel-2019/>