



# PR3: Outils pour l'organisation d'événements digitaux à l'international

Module 4: Marketing digital pour l'organisation d'événements digitaux



## De quoi s'agit-il?



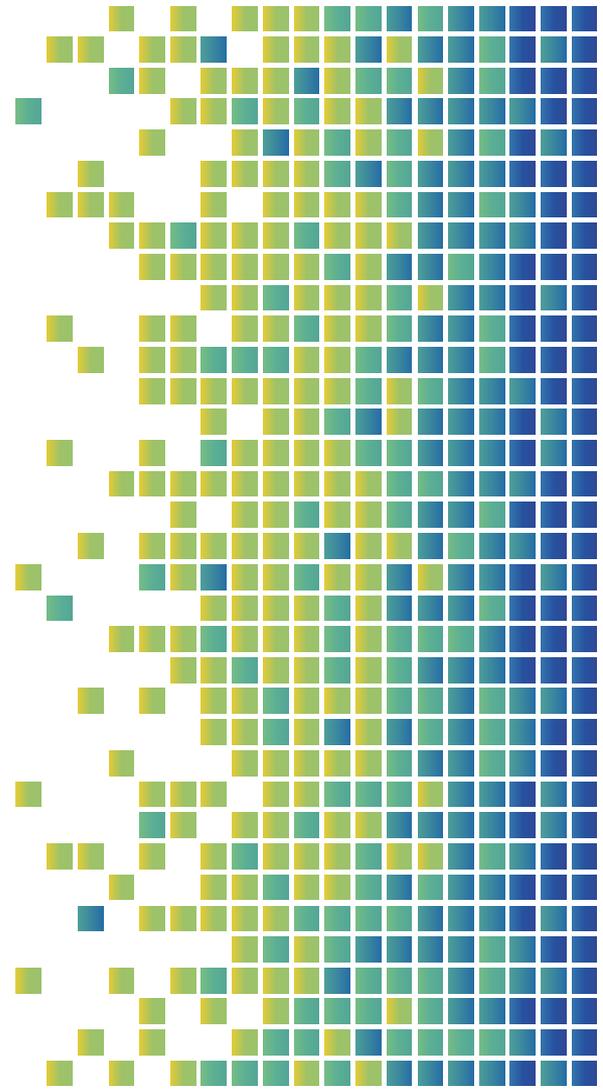
- En faisant la publicité de l'événement de votre entreprise sur Internet, vous faites également de la publicité pour l'ensemble de votre entreprise.
- La publicité peut booster le taux de fréquentation de votre événement à court terme et la réputation de votre entreprise à long terme



# Module 4: Sommaire

## Créez du contenu pour promouvoir en ligne votre événement

- Ajoutez votre événement à votre signature email
- Utiliser les listes de diffusion
- Créer une page d'événement unique
- Faites la promotion de l'événement sur Facebook, LinkedIn, Instagram et SnapChat
- Faites la promotion de l'événement avec des publicités sur les réseaux sociaux





# CRÉER DU CONTENU POUR PROMOUVOIR EN LIGNE VOTRE ÉVÉNEMENT

**Vos efforts de création de contenu doivent englober l'événement dont vous faites la promotion**



Ne manquez pas une opportunité de promouvoir un événement sur une plateforme que vous contrôlez, notamment lorsque vous avez à faire à un public ciblé.

## TECHCRUNCH



Il y a un CTA (call to action) fantastique sur leur site qui vous mène à leur événement  
Mais au-delà de cela, il est important de reconnaître le caractère pratique de cette approche :

Du contenu spécifique fait la promotion des événements afin de ne pas les manquer ou les oublier  
Mais ce contenu est qualitatif et offre une valeur tangible. Il ne semble jamais purement auto-promotionnel  
Si vous le souhaitez, vous pouvez créer des articles de blog qui traitent d'informations pertinentes autour de l'événement.

Qu'est-ce que TechCrunch?

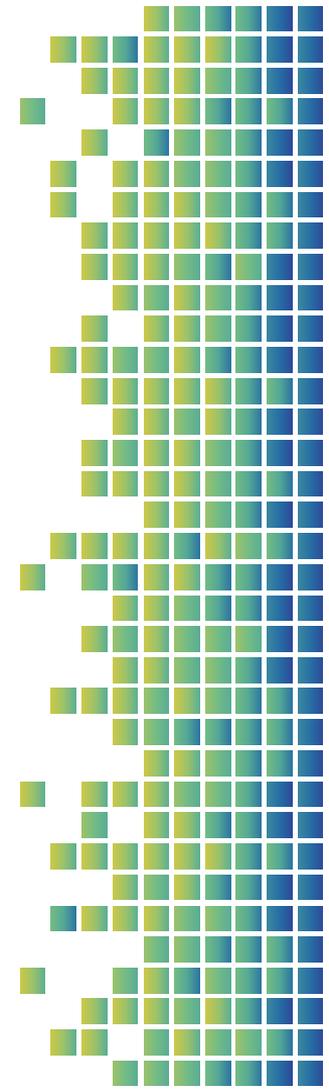


## INBOUND MARKETING



- Vous pouvez aller plus loin et créer des vidéos uniques pour l'événement, selon le principe de l'Inbound marketing.
- Ce qui compte, c'est que votre contenu fasse connaître votre événement à votre audience.
- Si vous souhaitez garder les gens intéressés et vous assurez qu'ils se présentent réellement, vous devrez créer un contenu promotionnel convaincant.

Qu'est-ce que l'Inbound marketing?





**AJOUTEZ VOTRE ÉVÉNEMENT À  
VOTRE SIGNATURE E-MAIL**

# Quelque chose d'aussi simple que cette signature Bizzabo peut inciter à cliquer



## David Epstein

Bizzabo | Content Marketing Manager

555-555-5555

Jan 9 - 11, 2017

New York, NY

Learn growth marketing tactics



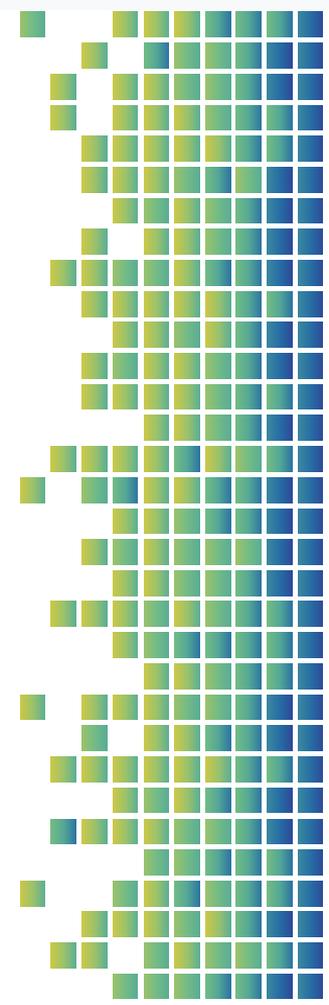
Get an #eventprof signature like this

Learn More!

- Une signature électronique peut susciter l'intérêt de votre public et l'obliger à cliquer sur votre site
- La règle de base ici est d'éviter une signature email trop longue ou fastidieuse
- Une signature électronique peut être un moyen simple mais professionnel de promouvoir un événement à chaque fois que vous envoyez un e-mail.



Un outil simple comme [Bizzabo signature](#) peut inciter à cliquer et à en savoir plus sur votre événement





# UTILISER DES LISTES DE DIFFUSIONS POUR VOS COURRIELS



## POURQUOI LES LISTES DE COURRIELS SONT-ELLES SI IMPORTANTES POUR VOTRE STRATÉGIE MARKETING ?

- Avoir votre propre liste de prospects ciblés peut être un outil marketing assez puissant
- La promotion de votre événement via cette liste de diffusion est l'occasion idéale d'offrir à vos abonnés une valeur encore plus significative

**Astuce!**

Deux à trois mois avant votre événement, vous pouvez envoyer votre invitation officielle à votre liste de diffusion  
(Remarque : si vous faites la promotion d'un événement numérique, envoyez les invitations un mois ou deux à l'avance)

## UNE INVITATION EFFICACE COMPORTE 3 ÉLÉMENTS MAJEURS :



- Elle couvre les détails de l'événement majeur (intervenants importants, lieu, etc.)
- Elle montre ce que les participants gagneront en assistant à votre événement
- C'est bref, personnel et précis
- À partir de là, vous devez périodiquement rappeler l'événement aux gens, mais n'en faites pas trop. Un rappel clair dans votre newsletter hebdomadaire devrait suffire

Lorsque vous fournissez des informations pertinentes à votre audience en faisant savoir que vous avez un événement incontournable, vous ne ferez que renforcer la validité de votre liste de diffusion.



# CRÉER UNE PAGE UNIQUE POUR L'ÉVÉNEMENT

- Que vous organisiez un événement en physique ou numérique, une page d'événement unique sur votre site Web est extrêmement importante. Cela aide les gens à vous prendre au sérieux et devient une plateforme d'informations sur les événements.

**Jetez simplement un œil à ce que TechCrunch a fait avec son événement Disrupt :**



- Il n'est pas nécessaire d'en faire quelque chose d'incroyablement sophistiqué. Ce qui compte, c'est qu'il répertorie clairement toutes les informations pertinentes concernant votre événement.

Vous devriez également avoir une liste de tous les invités et conférenciers importants qui feront une présentation lors de votre événement.  
Par exemple:

## DISRUPT DEBRIEF

### What Is Disrupt?

TechCrunch Disrupt is the premier startup and technology conference that brings to life all the things that make techcrunch.com great – startups, news, and a no-bullshit attitude.

### What Can I Do At Disrupt?

Techcrunch Disrupt has something for everyone who is interested in startups and tech.

**Get breaking news** first-hand from our Disrupt main stage with high-profile speakers and thought leaders.

**Questions are answered** at [Off The Record Sessions](#), TechCrunch's engaging networking events where you can interact with investors and founders who are making waves in specific categories and main stage speakers.



### SPEAKERS & JUDGES



Heather Adkins



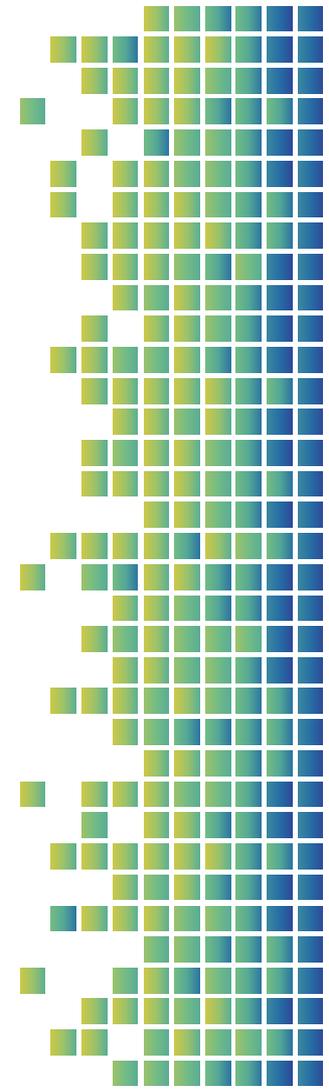
Sam Altman



Anjula Acharia Bath



Vitalik Buterin



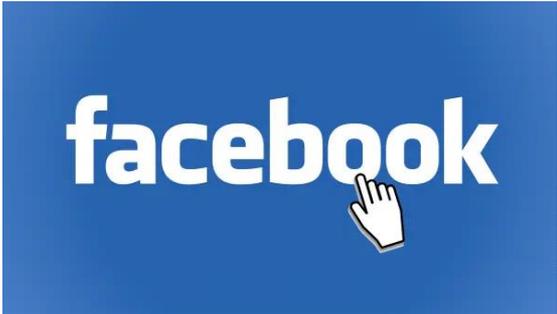
- Un aspect intéressant de la création d'une page unique pour un événement est que vous pouvez [Créer des URL](#) spécifiques pour votre site Web et votre page de destination

**POURQUOI EST-CE IMPORTANT?**

**Simple!!!** Grâce aux URL traçables, vous pouvez collecter des données sur les méthodes de promotion d'événements qui fonctionnent le mieux, et vous serez en mesure de déterminer quelle méthode a le ROI (retour sur investissement) le plus élevé.



# PROMOUVOIR VOTRE EVENEMENT SUR FACEBOOK

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a blue rectangular background. A white hand cursor icon is positioned over the letter 'o'.

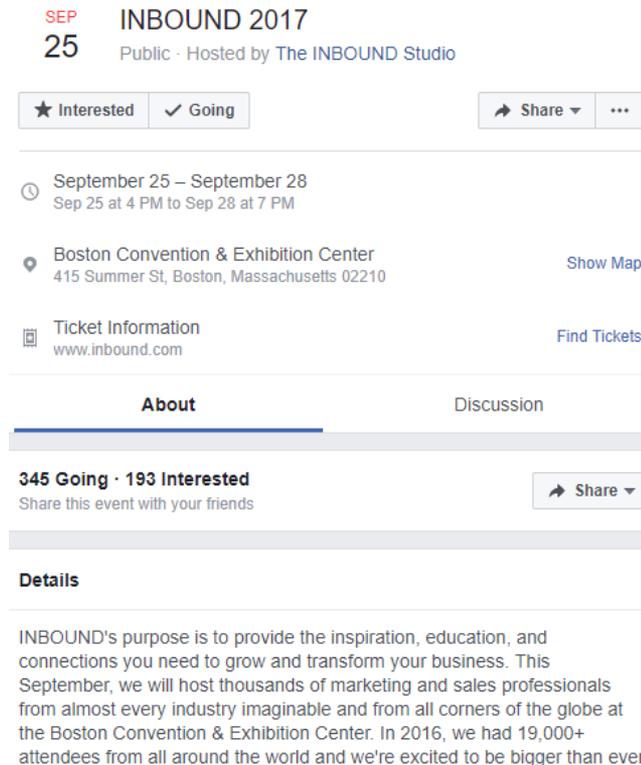
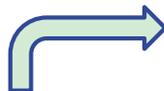
Facebook est un site de réseautage social fondé en février 2004 par les étudiants de l'Université Harvard Chris Hughes, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin et Mark Zuckerberg.



- Vous ne pouvez pas parler de promotion d'événements en ligne sans évoquer l'importance des réseaux sociaux
- Avec près de trois milliards d'utilisateurs actifs par mois, Facebook possède la plus grande portée globale disponible.

## COMMENT PROMOUVOIR UN ÉVÉNEMENT AVEC FACEBOOK ?

Jetez un œil à la page de l'événement [Inbound 2017](#) d'il y a des années



**SEP 25** **INBOUND 2017**  
Public · Hosted by The INBOUND Studio

★ Interested ✓ Going Share ...

September 25 – September 28  
Sep 25 at 4 PM to Sep 28 at 7 PM

Boston Convention & Exhibition Center  
415 Summer St, Boston, Massachusetts 02210 Show Map

Ticket Information  
www.inbound.com Find Tickets

About Discussion

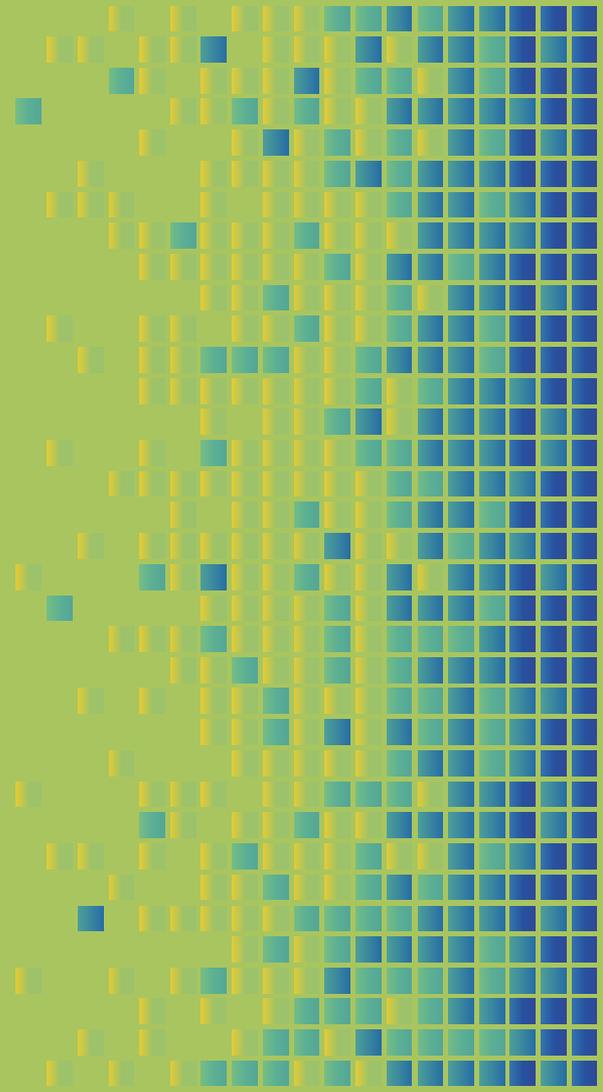
**345 Going · 193 Interested** Share this event with your friends Share ...

**Details**

INBOUND's purpose is to provide the inspiration, education, and connections you need to grow and transform your business. This September, we will host thousands of marketing and sales professionals from almost every industry imaginable and from all corners of the globe at the Boston Convention & Exhibition Center. In 2016, we had 19,000+ attendees from all around the world and we're excited to be bigger than ever



# PROMOUVOIR L'ÉVÉNEMENT SUR LINKEDIN



# LinkedIn

LinkedIn est un réseau de contacts professionnels et B2B qui offre de nombreuses opportunités pour promouvoir un événement.

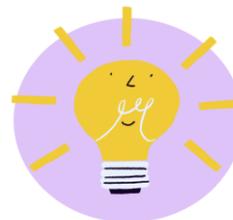
Il existe plusieurs façons de procéder, la première consiste à créer un profil LinkedIn spécifique:

- D'une part, vous pouvez envoyer des mises à jour aux abonnés de la page et utiliser la fonction de groupe, qui peut être un outil précieux dans votre campagne promotionnelle.
- Les groupes portent toujours sur quelque chose de spécifique : des personnes ayant des intérêts spécifiques s'y rencontrent. Vous vous connectez avec d'autres utilisateurs autour d'un intérêt ou d'un objectif commun : cet intérêt commun pourrait être votre grand événement



## ASTUCE:

- Commencez à ajouter des contacts à vos groupes via votre réseau actuel sur LinkedIn pour élargir le réseau le plus large possible
- Il est important de contacter d'autres conférenciers, sponsors et partenaires médiatiques : toute personne susceptible d'avoir un impact positif sur les efforts de promotion de votre événement
- Vos groupes ne doivent pas être arbitraires
- Assurez-vous d'expliquer aux utilisateurs exactement ce qu'est votre événement et pourquoi ils devraient y aller
- Assurez-vous de ne pas ignorer des éléments comme la création de contenu



## CREATION DE CONTENU SUR LINKEDIN:

Au lieu de vous concentrer sur la création de contenu exclusivement pour l'événement, vous devriez viser à créer un contenu plus global pour votre public :

- Créez des articles sur des sujets liés à votre secteur : faites facilement connaître votre événement et votre marque globale en tant qu'autorité en ligne.
- Partagez ce contenu dans votre groupe

Vous pouvez choisir entre :

- Groupe standard: pour publier des informations générales que vous souhaitez que les gens connaissent
- Groupe privé : pour publier des informations sensibles ou quelque chose pour lequel vous souhaitez que seuls les membres VIP aient accès

### Group rules (optional)

Include any special rules for your group here. Is membership exclusive? Are there rules for what kind of content to post and share?

### Group Membership



#### Standard Group

Members can invite other members. Group visible in search results.



#### Unlisted Group

Only Owner, Managers, and Moderators may invite members. Group hidden from search results.

Cancel

Save Changes



# PROMOUVOIR VOTRE EVENEMENT SUR INSTAGRAM



Instagram est souvent considéré comme l'endroit pour publier un selfie amusant ou une courte vidéo, mais la réalité est qu'Instagram a un potentiel impressionnant pour la promotion d'événements.

### EXEMPLE

Vous organisez un événement dans six mois :

- Vous pouvez identifier trois/quatre lieux différents, publier des photos de chacun et encourager vos abonnés à « liker » le lieu qu'ils préfèrent ;
- Vous pouvez publier une courte vidéo du lieu, accompagnée d'une brève description de ce qui mérite d'être pris en compte.



La clé ici est d'incorporer un composant visuel dans la promotion de l'événement, tout en permettant aux utilisateurs d'interagir avec vous de manière vraiment significative.

## Contenu Généré par l'Utilisateur (CGU)

Tout type de campagne a le potentiel de créer une couverture médiatique pour votre événement, mais le CGU est probablement le principal véhicule.

L'efficacité de toute campagne CGU repose sur deux éléments :

1. Que la campagne soit légitimement engageante ou non ;
2. Que les utilisateurs partagent ou non avec leurs réseaux sociaux



Même les photos les plus simples aident à promouvoir votre événement d'une manière unique, comme cette photo prise lors du Disrupt SF de l'année dernière avec un utilisateur Instagram. [iammikechiang](#).

- Un aspect important du CGU est le potentiel du marketing de **bouche à oreille**.
- Le consommateur moyen est plus susceptible de faire confiance aux recommandations d'un autre consommateur qu'au contenu de votre entreprise, car un autre consommateur n'a pas d'intérêt direct.



L'année dernière, l'un des principaux messages de Disrupt SF était celui de l'utilisateur d'Instagram [ronreesor](#), ravi du cadeau qu'il avait reçu de JBL audio

- Si la campagne est suffisamment convaincante, les utilisateurs la partageront sur les réseaux sociaux ou la recommanderont personnellement à leurs amis en ligne.
- Cela augmente la visibilité globale et ouvre la porte à davantage de personnes pour envisager sérieusement d'assister à votre événement.



# PARTAGER L'ÉVÉNEMENT SUR SNAPCHAT

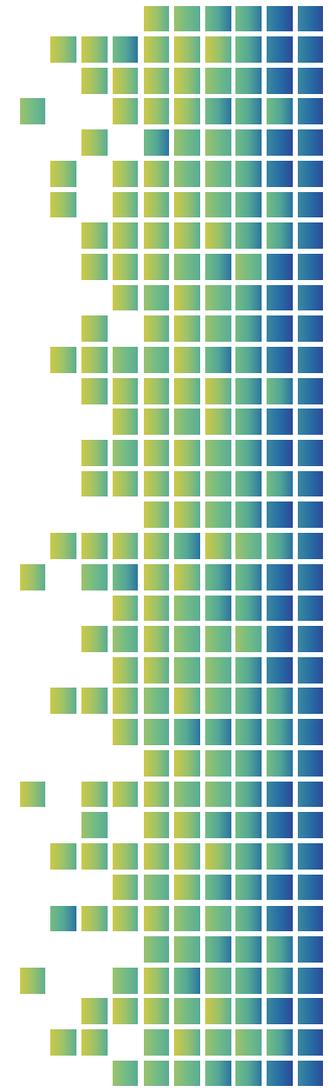


## SNAPCHAT



Snapchat est une plateforme de média social unique, dans le sens où elle est facile à démarrer... Bien que difficile à maîtriser.

- L'un des aspects les plus impressionnants de cette plateforme est sa capacité à atteindre un groupe démographique généralement difficile à cibler.
- Snapchat vous offre la possibilité de donner aux utilisateurs un aperçu des coulisses du processus d'organisation d'un événement.

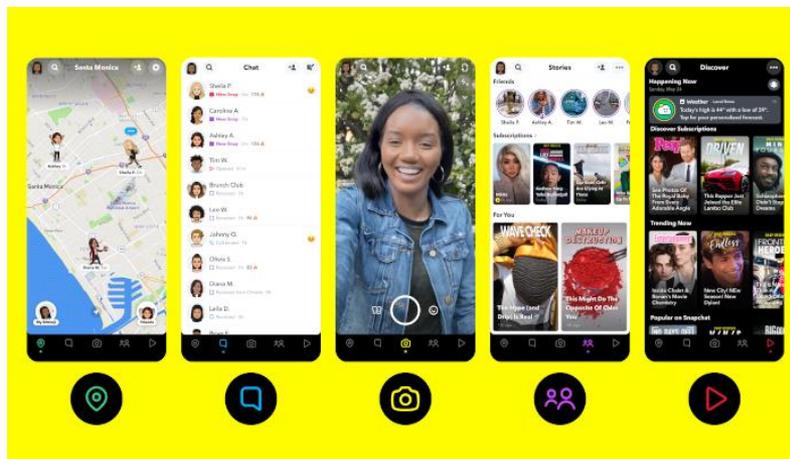


## QUELQUES IDEES

- Publiez quelques clichés sur les phases de planification de votre événement.
- Publiez une liste des intervenants prévus.

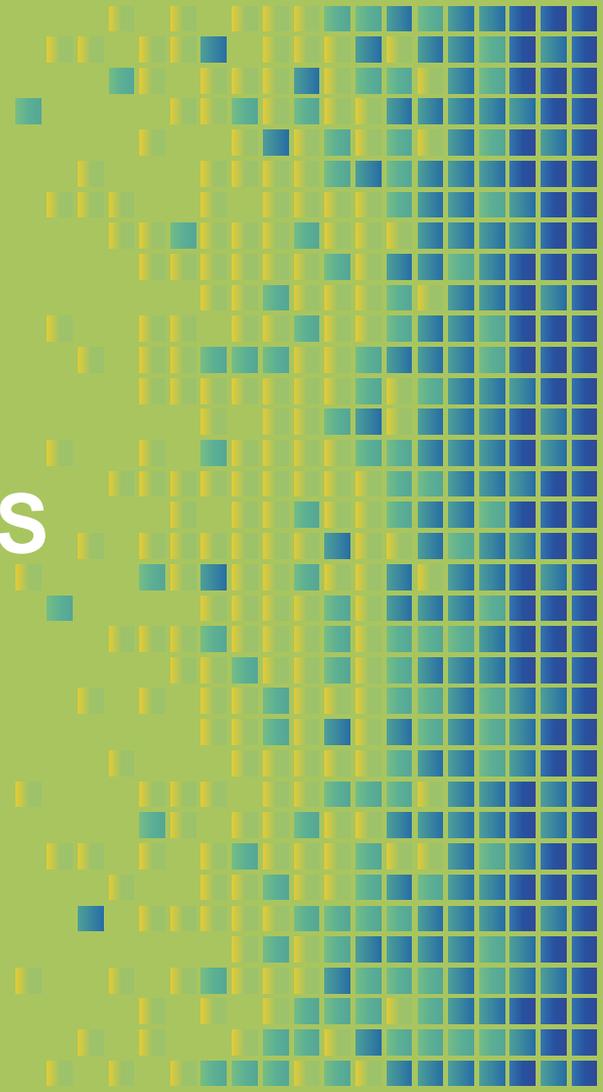


La clé ici est de faire connaître votre événement, tout en offrant à vos abonnés un contenu qu'ils ne trouveraient nulle part ailleurs.





# EXPLOITEZ LA PUISSANCE DES CONCOURS EN LIGNE





- Les concours sur les réseaux sociaux ne sont peut-être pas nouveaux, mais leur potentiel pour faire connaître votre événement est indéniable.
- Le concours offre des billets d'entrée gratuits au gagnant, le seul critère étant qu'il partage l'événement sur sa propre page de réseau social pour en profiter.
- Il est facile pour votre public de s'impliquer, et la visibilité à elle seule vaut le billet gratuit.

- Vous pouvez combiner du CGU avec des cadeaux et obtenir du contenu et des promotions en même temps.
- Le concours est une autre façon d'offrir de la valeur et d'encourager la promotion d'un événement.

EXEMPLE

Social Media Examiner a utilisé une approche similaire avec leur événement Social Media Marketing World 2017

Want to win a free ticket to the industry's **largest social media marketing conference of the year**?

Social Media Examiner has been working hard to bring you our fifth annual physical conference.

And we've come up with a fun way for you to get involved.

#### First, what is this event?

**Social Media Marketing World 2017** is the world's largest physical social media conference dedicated to helping marketers and business owners master social media marketing.



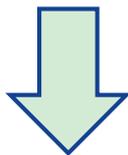
Watch this video for a quick overview.



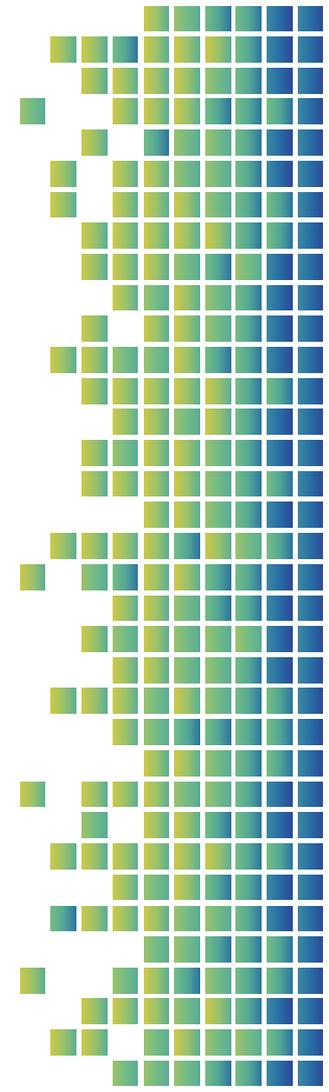
# PROMOUVOIR L'ÉVÉNEMENT GRACE À LA PUBLICITÉ PAYANTE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Les publicités sur les réseaux sociaux sont l'un des moyens les plus efficaces pour sensibiliser une audience et susciter l'engagement sur les réseaux sociaux.



La réalité de la promotion d'un événement est que, même si votre public cible est prêt à tout savoir sur votre prochain événement, de nombreuses personnes ne feront pas cette démarche.



Le trafic organique est-il encore possible aujourd'hui sur les réseaux sociaux ?

Oui et non, mais la bonne nouvelle est que si vous utilisez des publicités payantes, vous n'avez pas à vous en soucier



Vous payez peut-être pour être exposé, mais les avantages que vous retirez en valent le prix.

Facebook, Instagram et Snapchat disposent de systèmes publicitaires parmi les plus simples à utiliser, ce qui fait des publicités sur les réseaux sociaux une évidence lorsqu'il s'agit de promotion d'événements.

Voici une petite explication sur le fonctionnement des publicités sur ces réseaux sociaux:



- Si vous voulez vraiment faire preuve de créativité, créez des publicités qui encouragent les gens à partager des CGU.
- Vous pouvez même associer un cadeau pour rendre l'offre aussi irrésistible que possible (ex: [tie in a giveaway](#)).

Ce qui compte, c'est que vous utilisiez les publicités sur les réseaux sociaux pour maximiser votre potentiel d'exposition.

## A VOUS DE JOUER!

Choisissez vos 3 techniques marketing préférées



Vous êtes responsable marketing d'une PME du secteur agroalimentaire et vous devez promouvoir certains de vos nouveaux produits : quelles techniques vous conviendraient le mieux ?

Créez votre top 3 !

## VOTRE TOP 3



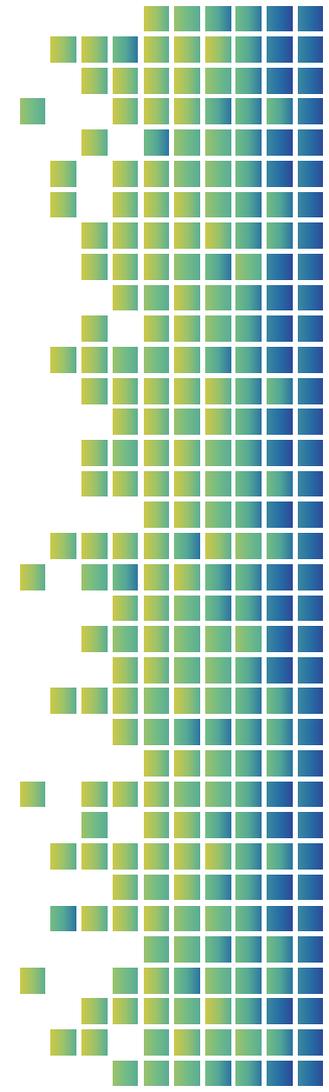
---



---



---



# Questionnaire Général d'Evaluation

Si vous avez parcouru tous les modules, veuillez remplir le questionnaire d'évaluation générale suivant:





# Merci!



**BSGA** >  
BERUFSSCHULE FÜR DEN GROSSHANDEL,  
AUSSENHANDEL UND VERKEHR, BREMEN



CAMERA DI COMMERCIO  
ITALIANA PER LA GERMANIA  
ITALIENISCHE HANDELSKAMMER  
FÜR DEUTSCHLAND



 predif



This project has received funding from the European Union's Erasmus+ programme under project number 2021-1-DE02-KA220-VET-000034657.