

Guide de l'approche découverte

Anticiper l'événement pour optimiser la croissance



encore™



L'approche découverte

Au début de chaque aventure événementielle, il est essentiel que les organisateurs se posent les bonnes questions et recueillent toutes les informations nécessaires pour atteindre leurs objectifs. Chez Encore, nous appelons cela l'état d'esprit découverte : la méthode incontournable pour concevoir un événement exceptionnel.

L'état d'esprit découverte nous permet d'analyser en profondeur les succès de votre événement afin d'en tirer des enseignements et de les intégrer dans nos futurs projets.

Pour définir le parcours, imaginez-nous comme vos partenaires de conception : nous commencerons par analyser votre événement avec soin afin d'apporter une perspective enrichie à vos décisions. Ensuite, nous vous proposerons la liste de contrôle préalable à l'événement à examiner. Ce précieux outil vous accompagnera tout au long de votre planification et vous permettra de créer des événements exceptionnels, avec des résultats mesurables dont vous pourrez être fier.

A woman with long brown hair, wearing a dark blazer and a lanyard with a badge, is shown in profile, looking down and writing on a clipboard. The background is a warm, bokeh-filled scene of out-of-focus lights, suggesting an evening event or conference.

Penser plus loin : contexte pour enrichir la liste de contrôle pré-événement

Nous savons que chaque organisateur a sa propre façon de structurer la phase de pré-production. Pour adopter un véritable esprit de découverte, nous vous invitons à « penser plus loin » — à mettre à profit toutes vos connaissances professionnelles, événementielles et organisationnelles afin d'aborder vos futurs choix sous un angle nouveau. Réexaminons ensemble les fondations de votre événement, en posant des questions supplémentaires qui viendront stimuler et redéfinir votre manière de planifier, pour un engagement renforcé.



Pourquoi

Pour quelle raison organisez-vous cet événement ?

Réfléchissez à ceci :

Quel est l'objectif de votre événement ? Cherchez-vous à générer des revenus, à attirer de nouveaux membres, à renforcer l'esprit d'équipe, à maximiser le retour sur investissement, etc. ? Comment garantir que les participants auront envie de revenir lors de la prochaine édition ? Quelles décisions prendre pour influencer directement le ROI et le ROE ?

Qui

Quel est votre public cible ?

Réfléchissez à ceci :

Qui sont les participants à votre événement ? (Répartition par génération, secteur d'activité, etc.) Que révèlent les sondages sur leurs préférences, attentes et besoins ? Comment concevoir l'événement dans le respect du budget pour toucher efficacement votre public ?

Quoi

Quels sont vos objectifs ?

Réfléchissez à ceci :

Comment vos parties prenantes définiraient-elles la réussite de l'événement ? En quoi les besoins des participants sont-ils en phase avec ces objectifs ? Comment allez-vous mesurer leur atteinte ?

Comment

Comment allez-vous atteindre vos objectifs ?

Réfléchissez à ceci :

Comment puis-je utiliser un cahier des charges pour illustrer la façon dont ces objectifs seront atteints ? Avec quels partenaires (parties prenantes internes, fournisseurs, etc.) dois-je partager ce document, et à quel moment ? Quelles sont les étapes à suivre pour aller au bout de ces objectifs ? Combien de temps me faudra-t-il pour réunir l'équipe qui donnera vie à cet événement ?



Objectif professionnel : la finalité organisationnelle ou commerciale de l'événement

Maintenant que vous avez une vue d'ensemble des informations nécessaires pour organiser un événement porteur de sens et de résultats concrets, appuyez-vous sur cette liste de contrôle pré-événement pour vérifier que vous avez pensé à tout. Elle vous aidera à structurer efficacement vos démarches afin de garantir un retour sur investissement pour vos parties prenantes et une expérience enrichissante pour vos participants.



Liste de contrôle des objectifs professionnels

- ✓ Définir l'objectif de l'événement et savoir à quoi ressemble la réussite
- ✓ Mettre en place un plan pour mesurer les indicateurs clés de performance de l'entreprise ou de l'organisation
- ✓ Parties prenantes : identifier qui est impliqué et quels sont leurs bénéfices
- ✓ Évaluer les risques encourus si l'événement n'a pas lieu
- ✓ Mettez en place une stratégie pour prouver la valeur du projet à vos parties prenantes et assurer leur engagement continu
- ✓ Réfléchissez à la façon dont les données des participants (profil, historique de participation, résultats d'enquêtes) influenceront vos prises de décision

◆◆◆ **À considérer :** Chacun de ces éléments contribue à optimiser votre retour sur investissement. Demandez-vous comment les objectifs de l'entreprise diffèrent selon le type d'événement organisé qu'il s'agisse d'un événement de réseautage, de dynamiser une équipe commerciale ou de proposer des sessions de formation. Le budget alloué est-il à la hauteur des attentes de vos parties prenantes ? permettent d'offrir l'expérience imaginée par vos parties prenantes ? Évaluez les impacts de la création de cet événement, notamment ce que celui-ci a apporté aux parties prenantes et aux participants, ainsi que le coût associé.



Indicateurs clés de performance (KPI) : Définir le succès et comment le mesurer

Liste de contrôle des indicateurs clés de performance

- ✓ Définissez clairement vos objectifs
- ✓ Mettez en place des outils pour recueillir les ICP
 - ✓ Sources externes : sondages, données des réseaux sociaux, retombées médiatiques
 - ✓ Interne : retours de l'équipe et de la direction
- ✓ Présentez vos réalisations et identifiez ce qui n'a pas été atteint
- ✓ Évaluez si les objectifs budgétaires ont été respectés (au-dessus/en dessous)

◆ ◆ ◆ **À considérer :** Évaluez le ROI en suivant l'atteinte de l'objectif de participation, la rentabilité de l'événement et le nombre d'inscriptions validées. Le ROE se mesure en posant des questions avant, pendant et après l'événement afin d'évaluer la pertinence des choix effectués.



Plan de mesure : risques, hypothèses, suivi des réussites, prochaines étapes

Liste de contrôle du plan de mesure

- ✓ Identifiez les risques potentiels et comprenez les éventuels obstacles
- ✓ Élaborez ou co-construisez un plan de gestion des risques avec le site, les fournisseurs, l'OT, etc.
- ✓ Établissez et mettez en œuvre une méthode pour évaluer la réussite

◆◆◆ **À considérer :** Demandez-vous si vous avez bien envisagé tous les aspects nécessitant un plan de secours. Pour présenter votre dispositif de mesure, pensez à la façon dont vous organiserez vos données et à la manière dont vous comptez les communiquer.

Vérification rapide : Veillez à intégrer vos objectifs commerciaux, indicateurs clés et plan de mesure dans votre appel d'offres. Il est particulièrement important de reconnaître les risques liés à votre événement lors de la collaboration avec des prestataires potentiels, afin d'assurer la réussite du projet quels que soient les imprévus.



Vos participants : ce dont ils ont besoin

Liste de contrôle des besoins des participants

- ✓ Définissez clairement qui seront les participants à votre événement
- ✓ Repérez leurs besoins pédagogiques, personnels et en communication, puis élaborer des solutions adaptées
- ✓ Élaborez un plan événementiel complet qui prend en compte tous les besoins des participants
- ✓ Partagez ces besoins avec vos partenaires afin que chacun s'implique dans la réussite de vos objectifs pour les participants

◆◆◆ **À considérer :** Pensez aux différentes générations, à leurs préférences d'engagement et leurs façons d'apprendre. Par exemple, la génération Z pourrait avoir besoin d'approches variées pour recevoir et traiter l'information, comparativement aux baby-boomers, etc.



Éléments d'expérience : conception et contenus qui favorisent l'engagement lors de l'événement

Liste de contrôle des éléments d'expérience

✓ Examinez le contenu auquel vos participants vont accéder :

✓ Thème de l'événement

✓ Marque et expérience associée à la marque

✓ Présentations, formations, contenus exposés

◆ ◆ ◆ **À considérer :** Le contenu de votre événement peut influencer les émotions et les réflexions des participants. Veillez à créer une expérience engageante en tenant compte du profil démographique de votre public. Adaptez les messages clés partagés aux participants. Découvrez comment la qualité de vos contenus peut façonner la perception qu'ils auront de l'organisation ou de l'entreprise de votre client.

Vérification rapide : Avez-vous impliqué vos fournisseurs et partenaires internes dans la conception de l'expérience de votre événement ? Prenez en compte le contexte : vos choix concernant le site, l'espace et les animations participent à la création du contenu que vous partagerez avec vos participants.



Instants d'exception : moments marquants à imaginer pour votre événement

Liste de contrôle des éléments de l'expérience

- ✓ Définir et organiser 3 à 5 temps forts pour votre événement (séances de networking, expériences sur invitation, intervention d'un orateur inspirant, etc.)
- ✓ Repérer et valoriser les moments-clés à impact
 - ✓ Démonstrations en direct et lancements de produits
 - ✓ Premières réunions d'équipe et nouveaux partenariats d'affaires

◆◆◆ **À considérer** : Réfléchissez à qui sera rassemblé dans la salle alors qu'ils n'auraient habituellement pas l'occasion d'échanger directement. Imaginez comment vous pourriez faciliter de nouveaux liens entre certains participants. Pensez à ce qui mérite d'être célébré, mis en avant ou annoncé de façon réfléchie.

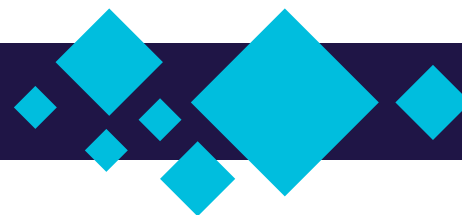
Vérification rapide : Les visites du site sont des moments clés pour présenter les expériences que vous souhaitez offrir. Profitez-en pour vérifier si le site a réellement la capacité d'accueillir l'événement, le tout en accord avec la vision partagée avec vos parties prenantes.



Partenaires de production : vos co-créateurs à l'esprit de découverte

Organiser des événements qui marquent les esprits demande réflexion, intention et action. Travailler avec un partenaire de production tout-en-un vous permet d'atteindre vos objectifs. Forts de plus de 85 ans d'expérience et de plus de 400 000 événements organisés dans 21 pays l'an dernier, nous savons combien il est essentiel d'évaluer chaque expérience événementielle. Encore vous accompagne pour définir vos indicateurs de réussite, identifier les risques et les anticiper.

Lorsque vous êtes prêt, faites équipe avec un partenaire de confiance et impliquez-vous dès le début : une communication anticipée et une collaboration solide garantissent des événements réussis. Munissez-vous de la liste de contrôle préalable et testez-la lors de votre prochain événement. Évaluez ce qui compte vraiment et préparez-vous à présenter les résultats pour assurer votre réussite à venir.



[Discutez avec nous !](#)