

CHRONIQUE GESTION D'ÉVÉNEMENTS

Janvier/Février 2012

En collaboration avec l'experte en organisation d'événements Lyne Branchaud, le Centre québécois de services aux associations présente une série de chroniques portant sur la gestion et l'organisation d'événements. Les opinions émises dans ces chroniques sont celles de l'auteur ; sa participation dans le cadre de ces chroniques rejoint les valeurs d'Échange, Partage et Entraide du Centre et nous l'en remercions.

TRUCS D'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX LORS D'UN ÉVÉNEMENT

Marie-Ève Gravel et Lyne Branchaud

Formatrices et consultantes en organisation d'événements

« Attendez-moi deux secondes, il faut que je check-in ! »

« Ha non, je me suis trompé de hashtag ! »

« Wow, il faut que je tweet ça ! »

Les médias sociaux sont partout et depuis les dernières années, on les voit de plus en plus lors d'événements ! Ces outils sont devenus une aide précieuse pour la réussite et le rayonnement de vos projets. Il faut cependant bien les comprendre, les maîtriser et savoir s'adapter à leur évolution ultra rapide. Afin de vous aider, voici quelques trucs qui vous permettront de maximiser l'utilisation des médias sociaux dans vos événements.

La planification

Votre présence sur les médias sociaux doit être organisée et planifiée à l'avance. Vous devez tout d'abord établir l'image de votre événement, déterminer vos objectifs, vos stratégies et les matrices à évaluer. Puis il faut bien identifier le profil de vos participants. Ces bases vous aideront à choisir les médias à privilégier ainsi que le contenu à diffuser. Développez ensuite une stratégie de contenu et un calendrier de diffusion et choisissez les membres de votre équipe qui vous aideront à créer et diffuser le contenu. Comme dans le domaine de la gestion de crise, votre plan de contenu sur les médias sociaux doit être bâti de façon à faire face à toutes les éventualités. Dès la promotion de votre événement, attirez une personne responsable de la veille médiatique et de l'interaction avec les participants. Assurez-vous également que vos plates-formes sur les médias sociaux soient reliées entre elles. De cette façon, vos invités pourront facilement naviguer de l'événement *Facebook* à la page *Twitter*, en passant par le site web et la chaîne *YouTube*.

L'interactivité

Une des premières choses à s'assurer durant votre événement est que votre connexion internet fonctionne bien. Privilégiez une connexion avec fil plutôt que le wifi. Si possible, offrez gratuitement le wifi à vos invités. Vous rendrez vos adeptes de réseaux sociaux très heureux et ils s'en donneront à cœur joie pour partager l'événement sur leurs comptes respectifs. Lors de l'événement, mettez en évidence le nom du réseau wifi et votre « hashtag ».

Lyne Branchaud

Formation et coaching
Organisation d'événements

514 891-3323

l.branchaud@sympatico.ca

<http://www.guideevenement.com/index.html>



Si vos moyens vous le permettent, l'utilisation d'un ou de plusieurs « tweewall » encourage les discussions et l'interaction entre les participants. Si vous donnez une conférence, utilisez une tablette électronique ou un ordinateur portable pour suivre en direct les réactions des participants sur les réseaux sociaux et assignez une personne pour la veille et l'interaction avec ces derniers. Cette personne pourra ainsi prendre en note les questions et les commentaires et les intégrer dans la période de questions. Bref, n'hésitez pas à investir dans ces technologies puisqu'elles auront un impact positif sur l'amélioration de vos événements et vous donneront un « feedback » en direct.

Le « hashtag » # sur Twitter

Le « hashtag » de votre événement sera utilisé non seulement pendant votre événement, mais également avant pour en faire la promotion et stimuler le « buzz » et après afin de donner ses impressions ou remercier l'équipe impliquée. Il est donc essentiel qu'il soit facile à retenir, mais également facile à écrire ! Évitez d'insérer des barres de soulignement (_), des apostrophes ou un mélange de lettres majuscules et minuscules. Restez simple ! Idéalement, il doit compter entre 2 et 6 caractères. Aussi, assurez-vous de diffuser votre « hashtag » sur vos invitations, sur le site web de l'événement et de le mettre en évidence lors de l'événement. Affichez-le partout ou diffusez-le à l'accueil et sur grand écran pendant l'événement afin que vos invités l'aient à portée de main lorsqu'ils voudront partager leur expérience.

Les influenceurs

On parle de plus en plus d'influenceurs sur les réseaux sociaux. Mais qui sont-ils ? Comment fait-on pour les repérer ? Ce sont surtout des internautes qui sont très actifs, et ce, sur plusieurs plates-formes en même temps ! Twitter, Facebook, WordPress, LinkedIn, About.me, Flickr, Foursquare, etc. Ils sont partout ! Ce sont ces abonnés que vous devez identifier et tenter d'intégrer dans vos discussions. Comment évaluer leur influence ? Utilisez [Klout](#) qui vous permet d'évaluer leur degré d'interactivité et d'influence sur les médias sociaux.

Et l'après événement ?

Une fois l'événement terminé, analysez ce qui s'est dit sur les différents médias sociaux et vérifiez si vos objectifs ont été atteints. N'oubliez pas de remercier les participants qui ont interagi avec vous et diffuser les photos de l'événement, sur lesquelles les invités pourront se « tagger ». Continuez de garder votre communauté vivante et de l'alimenter sporadiquement, jusqu'au prochain événement !

Bonne planification !

Cet article a paru originalement sur le blogue : <http://www.lesblogues.com/guideevenement>