

The
African
Marketer
Agency





COMMENT SE DEVELOPPER DANS L'EVENTEMENTIEL A L'HEURE DU DIGITAL





The
African
Marketer
Agency

We live, breathe and eat digital



INTRODUCTION

I LE DIGITAL

01 Définition

02 Avantage

03 Utilite

II RÉUSSIR SA TRANSFORMATION DIGITALE

01 Avant l'évènement

02 Pendant l'évènement

03 Après L'évenement

III CE QUE NOUS DEVONS RETENIR



introduction

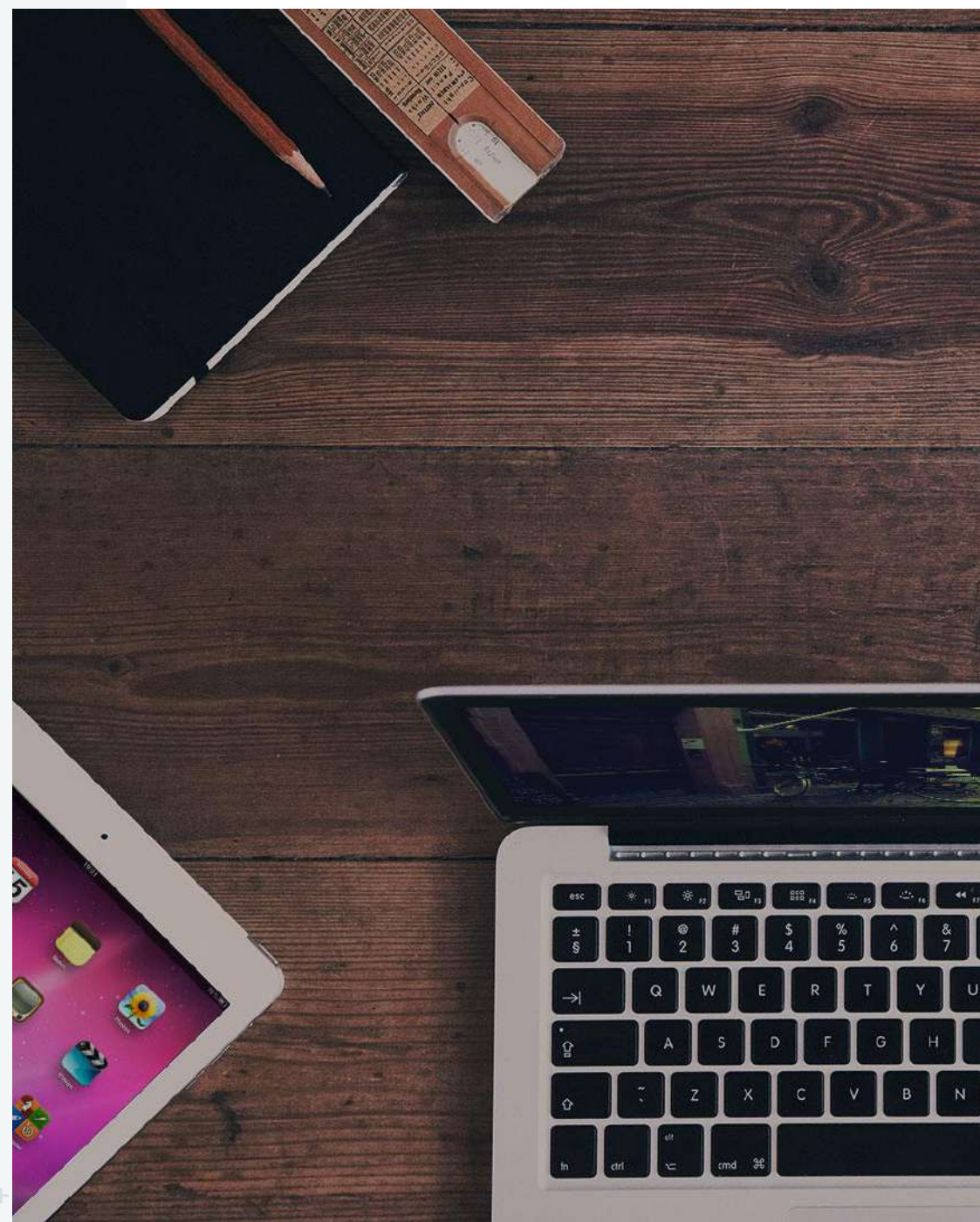
Introduction

L'arrivée du digital depuis ces vingt dernières années auprès du monde de l'entreprise a bien évolué. En effet, le digital s'est emparé de nos vies et de nos usages et a généré de profonds changements. Du côté des entreprises, on observe de plus en plus une prise en compte du digital comme un facteur de compétitivité.

Il a tout bouleversé poussant ainsi plusieurs entreprises à se réadapter et à intégrer la notion du digital dans leurs différentes stratégies marketing visant à atteindre leurs objectifs .

La portée du digital est bien trop grande et trop complexe, mais utilisée a bon escient . Le digital peut ainsi vous faire atteindre vos objectifs tant qualitatifs que quantitatifs.

Cette conférence consistera à échanger sur le digital et surtout sur comment l'utiliser dans votre domaine d'activité qui est l'évènementiel.



LE DIGITAL

DÉFINITION

LE DIGITAL

Dans le sens propre du terme :

Le terme digital est l'adjectif associé au substantif doigt (exemple: tracé digital; empreinte digitale; comput digital). Issu de l'anglicisme digit qui signifie « numéro » ,digital doit être substitué au terme « numérique » où les mots électronique ou internet doivent être utilisés.

Dans le sens large du terme

C'est la synergie de tous les canaux numériques à savoir : site web , reseaux sociaux, référencement ,publicite on line necessaire au déploiement de votre strategie inbound . C'est ainsi un ensemble de business des technologies à destination des individus.





 Périmètres des activités Digitales non-exhaustif	
Supports	ordinateur, mobile, tablette, smart TV, objets connectés 
Espaces	internet, cloud, internet des objets 
Outils	Site web, e-commerce, m-commerce, intranet, contenu, blog, forum, réseaux sociaux, emailing, SMS, chat, pub, moteur de recherche, service interactif, contenu à la demande, Apps (IOS, Android, Windows...), ...
Analytics	Big data, SEO, SEM, tracking, personnalisation, géolocalisation...
Sécurité	Sécurité, vie privée, BYOD/PAP (prenez vos appareils personnels), paiement sécurisé...

Source: © 2013 Google Marketing. All Rights Reserved.



avantages

Le digital est tout d'abord nettement moins cher:

Les coûts de communication sur internet sont sans comparaison avec ceux des supports plus classiques. Les coûts de distribution via l'e-commerce le sont tout autant. Les opérations marketing et commerciales lancées sont bien plus simples et rapides à mettre en œuvre et de connaître très rapidement son efficacité via les retours clients et les données statistiques. Cette analyse quasi instantanée renseigne l'entreprise sur l'intérêt de poursuivre l'action telle quelle ou au contraire d'en corriger le tir.

Le digital facilite l'accès au grand marché

C'est un moyen puissant d'atteindre le maximum de personnes en un minimum de temps. N'ayant pas de frontière spatio-temporelle, l'on peut profiter pour convoiter de nouveaux marchés, provoquer de nouveaux contacts bien au-delà de sa zone de chalandise historique, avec en plus l'assurance que son activité digitale continuera de produire des effets 7j/7, 24h/24, aussi longtemps qu'elle le souhaitera.



avantages

Le digital privilégie une relation client transfigurée

Avec le digital, le client réside véritablement au cœur de l'entreprise. Il dispose de toute l'information dont il a besoin, il peut interagir avec l'entreprise, rentrer en contact avec elle à tout moment, de n'importe où, et par n'importe quel moyen. Cette communication bidirectionnelle révolutionne l'expérience client tout autant que l'entreprise qui bénéficie maintenant, en continu, d'informations précieuses sur le comportement de ses clients. Ces informations se révèlent très utiles pour personnaliser la relation et mieux satisfaire les clients de l'entreprise.

Avec le digital ,plus d'agilité pour l'entreprise

Grâce aux nouvelles pratiques digitales, l'entreprise peut désormais lancer une nouvelle offre en un rien de temps et bénéficier quasi instantanément du retour du marché. Cette accélération permet d'adopter la démarche « test and learn » qui, bien menée, profite autant à l'entreprise qu'à ses clients.

Pour le service client, la communication et le partage d'information en continu entre le client et l'entreprise, sera preuve de présence et de réactivité afin de satisfaire rapidement la demande ou réclamation de l'utilisateur.

En interne enfin, la possibilité offerte aux collaborateurs de rester connectés en tout lieu et à chaque instant avec l'entreprise confère à celle-ci une capacité d'adaptation en quasi temps réel. Une révolution de plus.

avantages

Une collaboration interne réinventée

L'organisation adaptée au digital va privilégier la collaboration transverse entre les services, la communication horizontale plutôt qu'uniquement verticale, et même encourager la polyvalence des collaborateurs. De fait, dans le prolongement de l'échange d'informations, ce rapprochement interne facilite également le partage de compétences. Le bénéfice pour l'entreprise est double : d'importants gains de productivité et une meilleure cohésion entre les collaborateurs.

La possibilité de jouer d'égal à égal avec les grandes entreprises

Grâce au digital, une petite entreprise peut rivaliser avec les plus grandes entreprises et autres leaders du marché en disposant d'outils digitaux couplée à leur accessibilité financière; Ce qui peut permettre même à l'auto-entrepreneur d'aller chatouiller l'entreprise du CAC 40.



Susciter la confiance et la crédibilité



La démarche Inbound donne la possibilité de cibler un public précis et qualifié, mais également de lui proposer un contenu adapté et répondant précisément aux questions qu'il se pose, lui fournissant des solutions pertinentes à ses problèmes. C'est à travers ce processus que l'entreprise se construit une image d'expert et peut gagner la confiance de ses prospects pour répondre le mieux à leurs besoins et leurs attentes.

BOOSTER SA NOTORIÉTÉ ET SA VISIBILITÉ.



L'Inbound marketing est une démarche qui se fait en ligne : sa portée va donc plus loin que les limites physiques de l'entreprise ou du bureau ; **les points de contact avec le client sont élargis aux proportions de la toile** (du site internet aux réseaux sociaux). Un même contenu peut alors toucher un nombre très important de personnes ,L'Inbound permet ainsi

- **“Être visible”, “Agir” et se faire comprendre partout dans le monde** □



ETRE COMPETITIF SUR LE MARCHE, VALORISER SON IMAGE



Grâce à une stratégie digitale optimisée une l'entreprise quelque soit son secteur d'activité peut atteindre ses objectifs et se différencier de la concurrence a l'aide d'outils tels que :

- Un site web responsive sécurisé, performant et bien référencé
- Les réseaux sociaux
- L'email marketing
- La publicité en ligne



REUSSIR SA STRATEGIE DIGITALE EVENEMENTIELLE



Pour réussir sa stratégie digitale événementielle nous distinguons 3 phases:

- **Avant l'évènement**
- **Pendant l'évènement**
- **Après l'évènement**



PHASE 1 : L'AVANT EVENEMENT



À PROPOS DE L'ÉVÉNEMENT

À l'occasion de notre anniversaire tant que premier acteur de la sous-région, nous plaçons au cœur de notre stratégie digitale, pour MITA IT SECURITY, vous proposons d'approfondir et de partager vos réflexions sur le scénario à travers deux thématiques portées par nos partenaires :

- 1- La supervision de la sécurité et l'intelligence artificielle, présentée par ITTrust
- 2- Les menaces et réponses associées liées aux comptes à hauts privilèges, présentée par Wallix

Cet événement est aussi pour nous l'opportunité de vous présenter un partenariat stratégique entre MITA IT SECURITY et le prestigieux cabinet de conseil PwC.

Ces sessions d'échanges se dérouleront par un buffet afin de permettre aux échanges de se prolonger dans le cadre très convivial et privilégié de TIAMA TIAMA.

[S'ENREGISTRER](#)



LE PROGRAMME DE L'ÉVÉNEMENT

[TÉLÉCHARGER LE PROGRAMME](#)



La conception d'un site internet sur mesure

La première chose à faire pour débuter sa stratégie digitale c'est **la création d'un site web (landing page)** pour marquer la présence digitale de l'événement.

Il faudra définir une **stratégie de référencement** efficace et des **call to actions spécifiques** pour attirer le maximum de visiteurs sur notre page.



La création d'un blog

Le blog est l'espace où nous mettons en valeur notre événement pour donner envie à nos cibles d'y participer.

C'est l'espace où nous mettons à leur disposition des informations riches et pertinentes pour les inciter s'intéresser davantage à notre événement grâce à articles, photos, vidéos.

Afin de relayer l'information pour atteindre le maximum de personnes.



Les Réseaux sociaux

La Création de compte Facebook.

Linkedin, Twitter, You tube pour

promouvoir notre évènement a partir de **contenus attractifs , éducatifs et attrayants.**





L'email marketing

1. La newsletter est l'élément qui nous permet d'interagir directement avec nos potentiels clients pour leur permettre de parcourir et de **s'engager dans le processus de participation et d'inscription** à notre événement.





Pendant l'évènement, votre principale mission est de faire du live.

Il faudrait efficacement faire des publications sur réseaux sociaux (des images , vidéos) pour marquer les temps forts de l'évènement et permettre aux absents d'interagir à distance.



PHASE 3 : APRES L'ÉVÈNEMENT



- Rédiger un article de blog ou sur les réseaux sociaux sur les temps forts de la cérémonie et remercier les participants à travers des mailings personnalisés.
- Réaliser un résumé de l'évènement via storify.(application)
- Récolter et diffuser les témoignages de l'évènement sur le site et les différents réseaux sociaux.



Ce que nous devons retenir

Le monde digital s'est ouvert englobant tous les marchés , les acteurs ont été obligés de s'adapter et de revoir totalement leur stratégie marketing

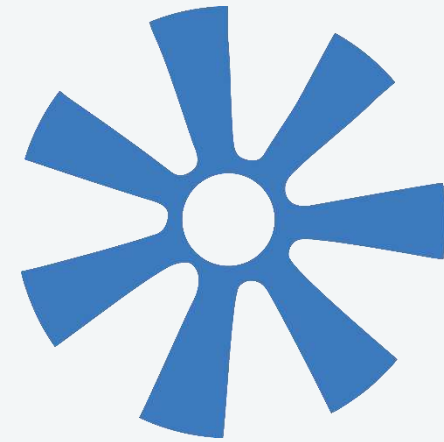
c'est pourquoi il est impératif d'intégrer le digital dans son domaine d'activité.

Il faudra pour cela :

- **Etablir une bonne stratégie digitale à l'image de votre entreprise**
- **Confier votre stratégie à des professionnels**



Merci



The
African
Marketer
Agency

