

# Évènements et salons : adapter son modèle aux attentes contemporaines

Durée
2 jours (14 heures)
Public
Organisateurs d'évènements & salons BtoC ou BtoB
Prérequis
Cette formation ne nécessite pas de prérequis
Format
Présentiel / distanciel
Dates et lieu
A voir formateur
Prix
Tarif net de taxes  950 € / stagiaire
Nombre de participants
Minimum : 4 Maximum : 8
Adaptation/Accessibilité
A voir, avec le formateur, en amont de la formation

## Contexte :

Les évènements et salons font face aux transformations profondes des modes de consommation et aux mutations inexorables des exposants, le modèle doit se réinventer et s'inscrire dans des réalités sociétales contemporaines.

Réinventer sa relation à ses visiteurs, à son environnement territorial et social, renouer avec ses valeurs, identifier les attendus qui préservent dynamique et modernité.

Tous ces enjeux représentent un défi qui place la fonction marketing au cœur des stratégies de relance et de développement.

## Objectifs de la formation :

Acquérir les fondamentaux nécessaires pour déployer une stratégie marketing centrée sur le visiteur, afin d'engager une nouvelle croissance et dynamiser sa fréquentation.

### Objectifs pédagogiques :

- Identifier la promesse de son évènement et ses fondamentaux.
- Identifier les motivations des visiteurs.
- Structurer les critères de segmentation des visiteurs.
- Segmenter l'offre commerciale et événementielle.
- Structurer le parcours et l'expérience visiteurs.
- Mesurer la satisfaction clientèle.

## Méthodes pédagogiques et suivi :

- Pédagogie interactive.
- Ateliers et cas pratiques.

## Modalités d'évaluation :

- QCM.

## Attestation / Certification :

- Attestation de fin de formation et d'évaluation des acquis.

Intervenant
François Heid – Mémoire de lune Tél : 07 69 02 03 08 Mail : francois.heid@memoire-de-lune.com

### Programme de la formation :

---

#### Jour 1 :

- Identifier la promesse de son évènement pour les visiteurs et en rédiger les fondamentaux. SWOT, Diagramme de Porter, Plateforme de marque, Parcours vs Expérience.
- Structurer des critères de segmentation des visiteurs.
- Identifier les motivations des visiteurs sur les fondamentaux identifiés. Personae, marketing momentiel, segmentation, attentes sectorielles et marketing holistique.

#### Jour 2 :

- Poser les contraintes de cette connaissance visiteurs sur la déclinaison et la segmentation de l'offre commerciale et événementielle. Offre, matrice événementielle.
- Structurer le parcours et l'expérience visiteurs en points factuels et vérifiables.
- Mesurer la pertinence de l'offre aux attentes identifiées la satisfaction clientèle dans une finalité stratégique. KPI, questionnaire satisfaction et méthodologie, collecte de data vs attente.

La formation est construite dans une logique participative alternant base théorique, études de cas, ateliers collectifs.

A lire l'article du formateur dans l'Innovatoire : [ICI](#)

*Dates :*

*Créé le 23 février 2023*