gestion HEC MONTRÉAL

COMMUNICATION Article web 0,00 $

L'ÉVÉNEMENT HYBRIDE EST-IL UNE SOLUTION POUR LE FUTUR?

Par Nadine Ménard Catégorie reliée: Innovation

Publié le 20 avr. 2022

AJOUTER À MA LISTE

La pandémie a entraîné avec elle son lot de défis et de découvertes. Nous avons tous dû nous ajuster, et au cours des deux dernières années, le domaine de l'événementiel a vécu un virage à 180 degrés vers le virtuel; une solution illimitée qui allait ouvrir bien des portes et autant d'occasions.

Dans le contexte actuel – toujours incertain, presque «post-» pandémie –, plusieurs personnes désirent un retour aux événements en présentiel. Évidemment, l'être humain étant une créature sociable qui a besoin de contacts, il est primordial pour la fidélisation de nos clientèles et celle de nos employés de créer des liens réels et de bonifier la cohésion d'équipe. La création d'événements en présentiel s'avère donc toujours justifiée.

En revanche, la pandémie nous a fait découvrir le virtuel, et maintenant qu'il est redevenu possible de nous rassembler, un nouveau type d'événement fait son apparition; ce dernier est même susceptible de devenir une solution extrêmement efficace pour les entreprises. Nous parlons ici de l'événement «hybride», c'est-à-dire qui offre deux expériences simultanément, soit en présentiel (des invités sont en studio ou dans une salle) et en ligne (une seconde partie des invités est connectée à distance).

Comme ce modèle présente de nombreux avantages et possibilités pour les organisations qui souhaitent transformer les dépenses en investissement, il y a bel et bien lieu de croire que l'avenir est aux événements hybrides. Tour d'horizon.

Les avantages d'un événement hybride

Ouverture sur le monde

Les frontières n'existent plus; désormais, nous sommes connectés de partout dans le monde! En effet, il est aujourd'hui possible d'accéder plus facilement aux conférenciers, panélistes, artistes et autres présentateurs les plus renommés de la planète. Comme ces personnalités n'ont pas à se déplacer, il est beaucoup plus simple de les joindre et, conséquemment, d'augmenter la crédibilité et la notoriété de notre événement, de même que l'engouement des gens pour celui-ci.

Grâce à la formule hybride, les entreprises peuvent joindre un auditoire beaucoup plus large non seulement d'un point de vue géographique, mais aussi en ce qui a trait au nombre. Un emplacement physique impose forcément une limite à cet égard, contrairement à un espace virtuel. L'option hybride permet donc aux organisations de tenir un événement réunissant à la fois un nombre restreint de personnes sur invitation dans une salle et un nombre illimité d'invités connectés. Cette nouvelle façon de faire permet donc d'améliorer la visibilité et le rayonnement de la marque; c'est sans oublier le potentiel infini de revenus dans le cas d'un événement payant.

Potentiel «ROI*»

Un événement bien pensé, réfléchi, analysé et réalisé avec les meilleurs moyens qui soient transforme forcément les dépenses en investissement, et la formule hybride soutient cette affirmation.

Pensons d'abord à la diminution des coûts liés aux frais de transport aérien, à l'hébergement, à la restauration ou aux indemnités journalières, tout cela sans oublier que les besoins pour les sites ou salles en version hybride sont moindres. Par ailleurs, il y a aussi des occasions de générer de nouveaux revenus. Dans le cas d'un événement payant, le modèle hybride permet d'offrir une grille tarifaire variable et adaptée en fonction de l'expérience choisie et du profil de l'invité. Billet en présentiel, accès à distance, accès à une programmation limitée : les options sont infinies!

Écoresponsabilité

De nos jours, l'écoresponsabilité constitue une valeur importante aux yeux de nombreux consommateurs et d'un grand nombre d'entreprises. Les événements hybrides permettent justement à celles-ci d'opter pour diverses façons de faire beaucoup plus responsables, et ce, tout en développant une image positive.

Entre autres bénéfices, l'événement hybride participe généralement à la réduction du bilan carbone lié au transport et aux livraisons, à la diminution du gaspillage alimentaire et à une meilleure gestion des déchets, sans compter qu'il vise l'écocommunication ainsi qu'un affichage écoresponsable de l'événement. Bref, une foule de détails qui attirent l'attention.

Le succès d'un événement hybride

L'objectif principal d'une organisation derrière un événement est certainement que ce dernier atteigne sa cible. En créant une expérience de haute qualité, au rendu professionnel, elle verra les dépenses liées à l'événement générer un rendement de l'investissement immédiat, et dans pareil cas, il y a lieu de parler d'un événement hybride réussi!

La préparation est la clé

Comme nous l'avons expliqué précédemment, la création d'un événement hybride permet plusieurs bénéfices, mais pour y arriver de façon efficiente, il est primordial de mettre les efforts en amont. C'est qu'avec l'événement hybride, il n'y a pas de place à l'improvisation! Il importe donc d'accorder un maximum de temps aux tests techniques afin d'éviter des problèmes de connexion, de micro, de caméra floue, d'éclairage, etc. Tous ces pépins doivent être réglés d'avance.

Aussi, la préparation des intervenants s'avère essentielle. À garder en tête : l'événement hybride se rapproche beaucoup de la télévision et même du direct; or, ce n'est pas tout le monde qui est réellement à l'aise dans un tel contexte. Il est donc important d'accompagner les présentateurs et de leur donner des trucs et astuces pour les mettre en valeur. Cela aura pour effet de rehausser le niveau de leur présentation et, par conséquent, la qualité de l'événement et du rendement de l'investissement.

L'expérience des invités : à prioriser

Pour assurer le succès d'un événement hybride, il est impératif de miser sur le point de vue de l'invité. Ainsi, pensons toujours à notre public et posons-nous les questions suivantes : quelles sont ses attentes? Comment allons-nous y répondre? Que l'auditoire soit sur place ou en ligne, il est important de transformer le spectateur passif en un participant actif. Surprenons les invités; innovons; bref, faisons autrement. En augmentant l'interaction, nous susciterons un niveau d'engagement plus fort et plus dévoué à notre marque.

À la fois mesurable, quantifiable et offrant des possibilités infinies, le mode hybride fait certainement figure de nouveau «ROI*» des événements. Ne reste plus maintenant aux entreprises qu'à profiter de ces avantages multiples, à se réinventer et à rayonner.

---

* Note au lecteur : ROI est l'acronyme de *return on investment*, qui désigne en anglais le rendement de l'investissement (communément appelé «retour sur investissement»). Il s'agit de l'indicateur qui montre si les investissements des actions marketing obtiennent des résultats positifs par rapport aux ressources investies.

Nadine Ménard
Propriétaire-fondatrice de l'agence SUITE22 Événements

Linkedin
Website

Catégorie reliée: INNOVATION