

## Correction chapitre 1

### **Partie 1 : Planification de l'événement**

#### ◆ **Cadrage de l'événement**

Objectifs spécifiques :

1. **Présenter le nouveau logiciel** aux clients et prospects pour démontrer ses fonctionnalités.
2. **Renforcer la relation client** par un moment de proximité et d'échange.

Pourquoi choisir un jeudi plutôt qu'un week-end ?

- **Disponibilité professionnelle** : Les **jeudis sont en semaine**, donc plus adaptés à une cible B2B, présente sur site.
  - Les week-ends sont **souvent évités par les professionnels** pour des événements liés au travail.
- 

#### ◆ **Programmation des activités**

Heure	Activité	Responsable
9h00	Accueil café	Équipe commerciale
10h00	Démonstration du nouveau logiciel	Chef produit / IT
12h00	Déjeuner networking	Direction commerciale
13h30	Atelier cybersécurité en entreprise	Expert cybersécurité
15h00	Questions/Réponses + visite des locaux	Équipe marketing

---

### **Partie 2 : Communication et logistique**

#### ◆ **Stratégie de communication**

3 canaux efficaces pour inviter les professionnels :

1. **Emailing personnalisé** avec lien d'inscription
2. **Réseaux sociaux professionnels** (LinkedIn)
3. **Appels téléphoniques ciblés** (clients à fort potentiel)

Support pour une annonce last-minute :

- **SMS ou message LinkedIn direct** (rapide, ciblé, taux d'ouverture élevé)
-

## ◆ Gestion des participants

Méthode pour récupérer les coordonnées des visiteurs :

- **Formulaire d'inscription en ligne** (avant l'événement)
- Ou **badge nominatif à l'arrivée** avec scan de QR code ou remise de carte de visite

Pourquoi éviter les jeux-concours en B2B ?

- Peu pertinent pour cette cible : les professionnels viennent **pour le contenu et la valeur business**, pas pour gagner un lot.
  - Cela peut **nuire à l'image de sérieux** de l'entreprise ou détourner l'attention du produit.
- 



## Partie 3 : Suivi post-événement

### ◆ Évaluation et fidélisation

Modèle d'email de remerciement (20 mots max) :

"Merci pour votre présence à notre journée. À bientôt pour un essai personnalisé de notre solution DataSecure."

Outil pour mesurer la satisfaction :

- **Formulaire en ligne** type Google Forms ou **outil CRM** avec feedback intégré
- 

### ◆ Analyse critique

60% de participation seulement : pistes d'amélioration :

1. **Relance téléphonique avant l'événement** pour confirmer la présence.
  2. **Teasing plus fort** en amont : envoyer un **aperçu vidéo** du logiciel ou une **invitation personnalisée** du dirigeant.
  3. **Réduction du délai entre l'invitation et la date** : un envoi trop tôt favorise l'oubli ou les désistements.
- 



## Conclusion synthétique

L'événement a été globalement structuré mais peut être amélioré en **optimisant la communication**, **personnalisant le suivi des invités**, et **proposant plus d'interactions de valeur** (ex. : essais en direct, ateliers cas clients). Ces actions renforceront l'**image de marque** et la **conversion commerciale**.