

BlueJeans Events

Ce n'est un secret pour personne, cette année, les événements virtuels, les webinaires et les productions live ont remplacé les événements en personne. Les organisations qui accueillent ou parrainaient des événements live avant la COVID-19 ont déplacé leur budget d'expériences tangibles en live vers des programmes numériques dans l'espoir de maintenir la continuité des activités. Mais beaucoup s'accordent à dire qu'il manque quelque chose d'important à l'expérience virtuelle. Et ce quelque chose est l'engagement.



L'engagement est indispensable

L'engagement généré par les événements live contribue à promouvoir la fidélité à la marque, la sensibilisation au marché et la génération de prospects, qui ont tous impactent les résultats. Mais comment transformer une expérience en personne hautement immersive et multisensorielle en un événement purement numérique qui produit cependant des résultats commerciaux précieux ?

Dans le monde post-Covid, les organisateurs d'événements et les spécialistes du marketing ne peuvent pas attendre le même retour sur investissement d'événements virtuels simplement parce qu'il s'agit de l'alternative la plus proche des événements live. Grâce à Netflix, YouTube et d'autres plateformes numériques, la qualité de la production, la facilité de navigation et l'engagement en temps réel sont désormais des enjeux majeurs. Les attentes et la durée d'attention du public requièrent des interfaces modernes, des options de collaboration complètes et des expériences qui offrent plus que des diapositives avec voix sur IP.

[Dans un article publié en 2020 par Hubspot](#), les données citées d'une enquête Wyzowl montrent que 88 % des spécialistes du marketing vidéo déclarent que la vidéo leur procure un retour sur investissement positif, signe d'une adoption et d'une confiance généralisées des équipes marketing pour amplifier leur message et leurs produits avec un contenu vidéo influent.

Modifiez votre stratégie

Qu'il s'agisse de cérémonies de remise de prix, de conférences de presse, de dégustations de vins ou de festivals réunissant 20.000 personnes, tous les projets d'événements live doivent être modifiés pour prendre en compte les nouvelles exigences afin d'optimiser l'engagement virtuel. Nous avons rassemblé quelques éléments clés pour vous aider à élaborer une stratégie virtuelle.

Quels résultats commerciaux essayez-vous d'obtenir ?

Génération de prospects : Veillez à ce que votre processus d'inscription soit simple et réfléchissez à la manière dont votre marque sera perçue par un nouveau venu. Comment seront perçus vos messages, si vous utilisez des outils de webinaire archaïques avec un son de mauvaise qualité ?

L'appréciation ou les commentaires des clients : la vidéo live permet de se rencontrer en face à face et de mesurer les émotions, le langage corporel et, dans certains cas les résultats tangibles.

Votre public est-il sur invitation seulement ou pour tout le monde ?

Les outils pour les événements virtuels ne sont pas universels. Utiliseriez-vous une solution de diffusion à grande échelle pour une petite séance de discussion en personne ? Votre technologie peut-elle évoluer sans contraintes de bande passante ? Votre solution d'événement virtuel s'intègre-t-elle aux médias sociaux et aux plateformes de diffusion live, maximisant ainsi la taille de l'audience ?

Comment allez-vous transmettre la créativité et l'innovation ?

Quelles sont les options de personnalisation pour mettre en valeur votre marque ? Quelles sont les intégrations indispensables pour créer une promotion de bout en bout et des points de contact de suivi ? La qualité de la production, de la vidéo et de l'audio répondra-t-elle aux attentes de participants de haut niveau ?

Dans quelle mesure vos participants connaissent-ils votre marque et se connaissent-ils les uns les autres ?

Vous vous attendez à ce qu'ils fassent tapissier ? Mieux vaut connaître les meilleures tactiques d'engagement pour les faire participer à la conversation. Vous craignez que chacun papillonne dans la salle ? Assurez-vous que votre solution permet aux modérateurs de suivre tous les flux de communication afin de répondre rapidement aux questions et aux commentaires.



Faites confiance à vos tactiques

Ne réinventez pas la roue. Les mêmes tactiques d'engagement utilisées lors d'événements en personne peuvent être appliquées virtuellement. La clé est une communication fréquente et multicanal avant, pendant et après l'événement. Assurez-vous d'avoir suffisamment de gestionnaires d'événements pour faciliter les conversations pendant ceux-ci.

Les questions lors de l'inscription

Lors de l'inscription, posez des questions qualitatives telles que « qu'espérez-vous obtenir en participant à l'événement ? ». Cela peut demander une minute de temps supplémentaire, mais expliquez pourquoi les réponses permettront d'améliorer l'expérience des participants. Ensuite, adaptez l'événement au style d'engagement de l'audience.

Rendre l'événement attractif

Vous pensez offrir un objet physique, comme un sac cadeau ou des accessoires de l'événement ? Veillez à ce qu'ils arrivent peu de temps avant la date de l'événement pour maintenir l'intérêt et l'enthousiasme.

Commencez les communications sur les médias sociaux longtemps à l'avance pour créer une anticipation et une communauté avec des conversations entre pairs qui se traduisent numériquement.

Les courriels doivent fournir des instructions claires et appropriées sur la manière, le moment et l'endroit où s'engager sur la plate-forme virtuelle. N'hésitez pas à expliquer en détail les options de sondage, de chat, de questions-réponses et de levée de main.

Les amorces de conversation

De la même façon que des questions sont posées lors des grands événements, prévoyez des questions lors des discussions en direct. Il suffit parfois qu'une personne lance des questions pour que les autres se sentent à l'aise pour y répondre.

Interagissez avec les participants qui s'expriment. Appelez-les par leur nom ou demandez-leur de venir à l'écran !

Envoyez des messages personnels en temps réel pour renforcer les liens et mieux qualifier les opportunités de suivi.

L'analyse de l'engagement

Diffusez les documents particuliers à la session, les enregistrements à la demande, les questions-réponses et les prochaines étapes après l'événement. Adaptez les messages en fonction des conversations de chat et des statistiques des sondages.

Qu'il s'agisse de développer la sensibilisation ou les ventes projetées, effectuez un suivi de ces participants qui se sont exprimés et donnez-leur la priorité lors du suivi.

Les outils spéciaux

Nous n'utilisons peut-être pas de tournevis ni d'imprimantes de badges ou de ruban adhésif de nos jours, mais les professionnels de l'événementiel ont toujours besoin d'une trousse d'outils pour créer et gérer des événements. BlueJeans Events est comme un couteau suisse pour les événements virtuels, offrant un large éventail de fonctionnalités conçues pour améliorer l'engagement du public.

Le visionnage de la vidéo en cours

Les présentateurs et modérateurs doivent avoir la caméra allumée avec une connexion claire et puissante. Les participants sont beaucoup plus enclins à écouter les orateurs s'ils peuvent voir des indices non verbaux et mettre une voix sur un visage, créant ainsi un lien émotionnel. Le cas échéant, demandez aux participants d'allumer également leur caméra ! Cela les encourage à être attentifs !

Le panel des modérateurs

Un tableau de bord avancé pour les modérateurs permet de se concentrer sur le contenu de l'événement plutôt que sur la navigation et le dépannage du logiciel. Les gestionnaires et organisateurs d'événements disposent ainsi d'une vue à 360 degrés de toute l'activité des participants, pour un contrôle et une sécurité complets.

Les intégrations

Utilisez les plateformes d'automatisation du marketing, de gestion de la relation client et de diffusion live à votre avantage. Par exemple, BlueJeans Events s'intègre à Facebook Live, ce qui permet de toucher un large public sur une interface avec laquelle de nombreux participants sont à l'aise. Pour la promotion et le suivi des prospects, intégrez BlueJeans Events à Marketo et Salesforce afin de créer une expérience d'éducation rationalisée et de suivi.

Questions et Réponses + chat

Les modérateurs doivent surveiller activement les questions-réponses et le chat et y répondre. Les participants sont beaucoup plus susceptibles de s'engager s'il y a une conversation de chat active en cours. Et qui de mieux que l'animateur pour lancer la conversation ?

Sondage + enquête

Votre audience préfère rester anonyme ? Les sondages et enquêtes sont un excellent moyen d'obtenir un retour d'information en temps réel et d'accroître la participation.

Fonctionnalité de levée de main

Elle promeut un membre de l'audience auprès d'un présentateur, tout comme faire monter un participant sur une scène en réel ou lui tendre le micro. Il s'agit de la forme la plus élevée d'engagement - elle permet à l'audience de participer au même niveau que les orateurs afin d'établir la confiance dans la marque et de créer un lien humain.

Le caractère agnostique des périphériques

Trouvez votre public où il se trouve et quel que soit l'écran le plus accessible. L'expérience est similaire quels que soient les périphériques et élimine les frictions, tout en améliorant le nombre de participants et le temps d'écran.

Résumé

Parmi les nombreuses stratégies de sensibilisation que les équipes de marketing utilisent pour capter et fidéliser leur public, les événements virtuels interactifs sont ceux qui ont le plus d'impact sur la notoriété de la marque et la promotion des produits. Ils sont la première rencontre des participants avec votre organisation et initient le cycle de vie du client. Comme plateforme de promotion, l'engagement de vos contacts avec un contenu vidéo convaincant maintient et renforce la fidélité à vos produits et services.



BlueJeans Events, une solution de diffusion vidéo live reconnue dans le monde entier, est une plateforme d'événements virtuels facile à utiliser pour le marketing d'engagement, la fidélisation des clients et la génération de demande.