



FICHE MÉTHODE

Animer un évènement commercial

L'animation choisie pour l'évènement varie en fonction du type d'évènement. L'animation d'une journée « Portes Ouvertes » doit donner un caractère exceptionnel à l'évènement, un salon ou une animation dans un centre commercial doit attirer le client et permettre à l'entreprise de se différencier. La mise en scène du lieu, le choix des intervenants et l'implication du public dans l'animation est primordiale pour une animation réussie.

► La mise en scène

- Choisir un thème : le choix d'un thème est particulièrement approprié lors de l'organisation d'une journée « portes ouvertes » ;
- un décor adapté : attractif, le décor permet à l'entreprise de se différencier ;
- une mise en scène des produits attractive : il est important de prévoir le matériel qui permettra de mettre en avant les produits.

► Les intervenants

- Internes à l'entreprise : le personnel présent à l'évènement doit être briefé et formé. Les intervenants doivent avoir un rôle bien défini : l'accueil, la vente, les démonstrations ;
- externes à l'entreprise : l'entreprise peut faire intervenir un animateur professionnel, une célébrité, un expert. Un animateur professionnel permet aux commerciaux de se concentrer sur la relation client. L'intervention d'un expert est particulièrement appréciée des professionnels et est un bon moyen de fidélisation. L'invitation d'une célébrité crée un évènement unique permettant d'attirer clients et prospects.

► Impliquer le public

Réussir à impliquer le public est gage de réussite quel que soit le type d'évènement choisi. En effet, faire participer le client ou prospect lui permet de garder une impression positive de sa rencontre avec l'entreprise. Les animations peuvent prendre plusieurs formes :

- dégustations ;
- démonstrations ;
- tests produits ;
- organisation d'un jeu ;
- concours (peu recommandé en *B to B*) ;
- distribution de cadeaux ;
- animation musicale ;
- animation photo ;
- expériences originales : simulation 3D, *escape game*, chasse au trésor...

Certaines animations peuvent nécessiter l'intervention d'un professionnel de l'animation ou de la communication événementielle et donc un budget conséquent.

Les animations plus classiques (dégustations, démonstration, jeu concours) peuvent être organisées en interne.