

MIEUX COMMUNIQUER SUR VOTRE EVENEMENT

Un événement se concrétise à un moment précis. Vous n'aurez malheureusement pas de seconde chance si vous n'êtes pas parvenu à faire connaître à temps votre manifestation auprès de votre public...

Sans prétendre à l'exhaustivité, nous vous livrons quelques pistes, issues de nos propres expériences, pour mieux communiquer.

✓ **Identifiez votre public pour sélectionner les supports les plus efficaces**

Définissez précisément qui votre manifestation peut intéresser, vous pourrez ainsi vous concentrer sur les supports de communication les plus pertinents, et rester dans un budget raisonnable.

Les médias « de masse » (affichage, radio...) sont envisageables si votre manifestation s'adresse à une audience large. Cependant, si vous visez un public avec un profil particulier, recherchez des supports plus spécifiquement adaptés : presse spécialisée, distribution ciblée, e-mailing sur une base qualifiée...

Cernez également la zone géographique au sein de laquelle il est utile de prospecter, en tenant compte du degré d'attractivité de votre événement, ainsi que des moyens et temps de transport.

✓ **Formulez un message clair en vous mettant à la place de votre auditoire**

Votre programme est de qualité ? Encore faut-il donner envie de le découvrir... C'est en partant des attentes de votre public que vous pourrez trouver les mots et les images les plus à même de convaincre.

Rappelez-vous également qu'en matière de communication, on ne fait qu'une proposition à la fois. Soyez concis, centrez-vous sur un message prioritaire, choisissez une mise en forme claire et cohérente avec ce fond.

✓ **Combinez les supports, croisez les actions**

Vous n'emporterez pas forcément l'adhésion du premier coup. C'est souvent après avoir vu plusieurs fois une communication qu'on décide de s'y intéresser d'un peu plus près.

Plus vous donnerez à votre public d'occasion de voir l'annonce de votre événement à des occasions diverses et sur des supports différents, plus vous avez de chance qu'il vous remarque, vous identifie et décide de vous suivre.

✓ **Mobilisez vos réseaux**

Pensez par exemple à solliciter vos réseaux pour diffuser votre annonce, à adresser un communiqué de presse aux médias susceptibles de vous relayer, à vous appuyer sur les participants des précédentes éditions...

Et bien entendu, les réseaux sociaux peuvent également constituer une force de frappe très efficace. Twitter, Instagram, Facebook, LinkedIn en BtoB : vous les choisirez en fonction du profil, et notamment de l'âge, de votre public.