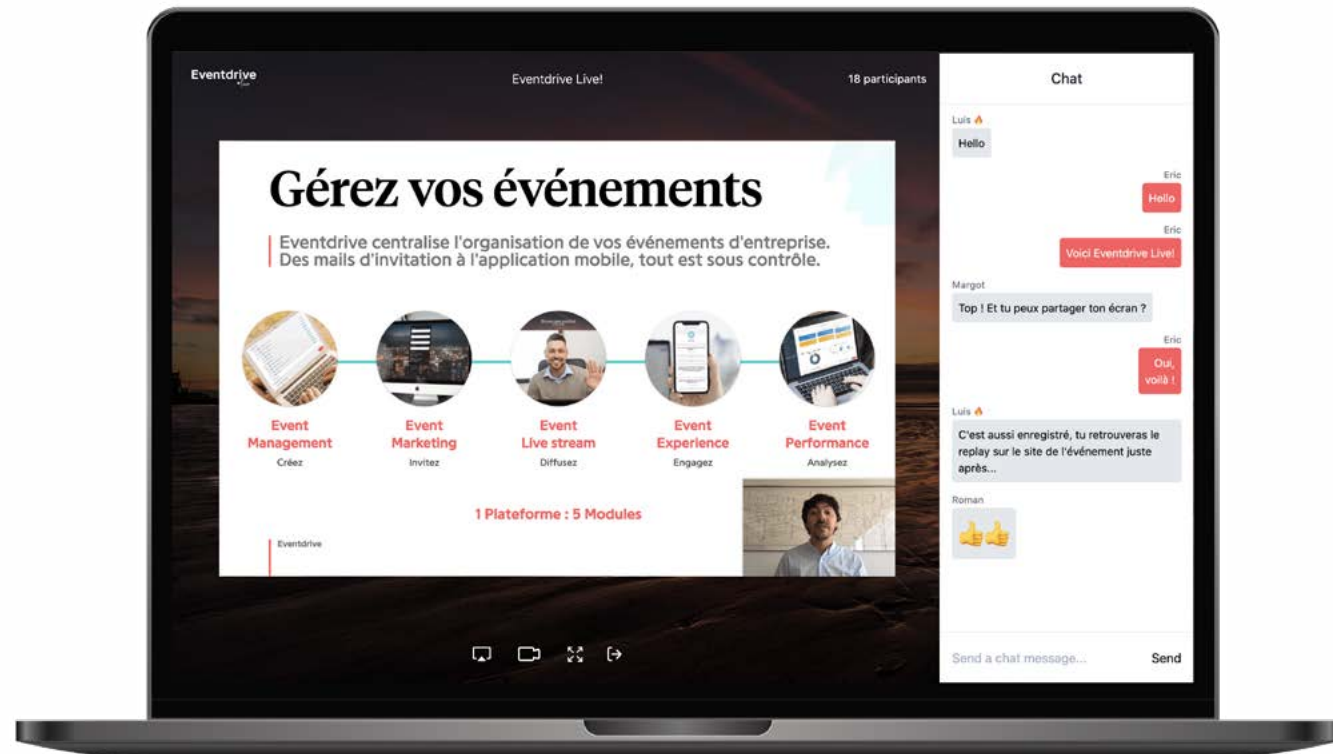


Événement virtuel

Comment créer un événement virtuel :
le guide complet



Eventdrive

Comment créer un événement virtuel : le guide complet

Sommaire

INTRODUCTION	2
DÉFINITION	3
COMMENT L'ÉVÉNEMENT VIRTUEL SE	
DIFFÉRENCIE DE L'ÉVÉNEMENT PHYSIQUE ?	3
La durée du format	3
L'interactivité	3
Les temps de pauses	3
La fréquence de diffusion	4
La variété des contenus	4
OBJECTIFS	5
DÉFINIR LES OBJECTIFS DE VOTRE	
ÉVÉNEMENT VIRTUEL	5
INVITATION	6
INVITER LES PARTICIPANTS À VOTRE	
ÉVÉNEMENT VIRTUEL	6
PRÉPARATION	7
PRÉPARER SON ENREGISTREMENT	7
Le son	7

L'image	8
Le contre-jour	8
Et les ombres qui font peur	8
Comme dans les photomatons	9
La connexion internet	9
Les bruits parasites	9

DIFFUSION	10
------------------------	----

DIFFUSER SON ÉVÉNEMENT VIRTUEL

AVEC EVENTDRIVE LIVE	10
-----------------------------------	----

N'imposez pas le téléchargement	
d'une application	10
Ouvrez les portes avant le début	11
Soyez percutant, dès le début	11
Maintenez l'attention	11
Toujours TESTER	12

EVENTDRIVE LIVE	10
------------------------------	----

UN PETIT MOT SUR EVENTDRIVE LIVE	13
Concernant la sécurité	14

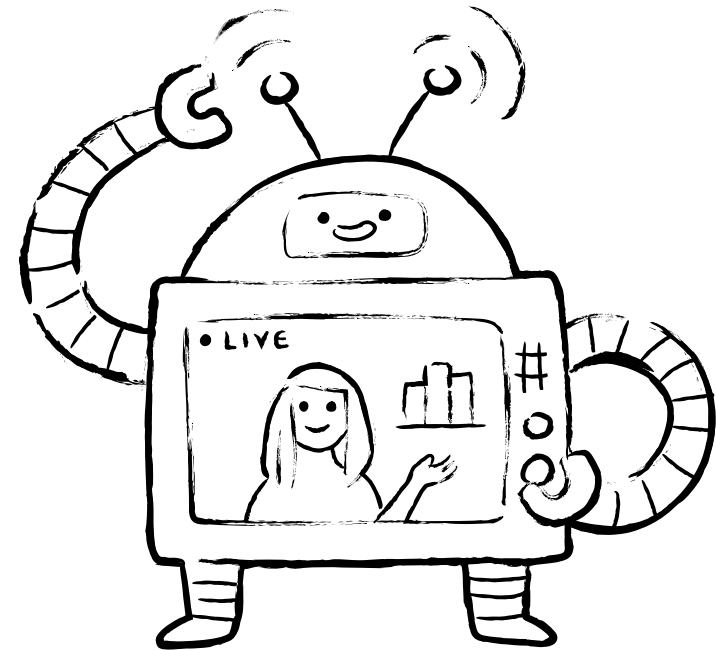
Introduction

Le secteur événementiel est en constante évolution et ne cesse d'utiliser la technologie pour mener à bien ses nombreux objectifs et répondre aux nouveaux besoins. Entre outils de communication et marketing en passant par les plateformes événementielles (oh yeah) et les innovations technologiques, l'événementiel ne cesse de nous surprendre au cours de ces dernières décennies.

Cependant, la crise causée par le COVID-19 a créé un réel bouleversement au sein de ce secteur :

- Annulation des événements en masse
- Interdiction de se rassembler jusqu'à nouvel ordre
- Nécessité de se réinventer et ce, urgemment

Sans informations concernant la date précise de reprise des événements, en plus du climat de méfiance qui s'est instauré au cours de cette crise, les événements virtuels semblent être le meilleur recours pour continuer à faire vivre ce secteur qui représente près de 335 000 emplois en France. Alors comment créer efficacement un événement virtuel et avant tout, qu'est-ce qui les différencient des événements physiques ?



Définition

Comment l'événement virtuel se différencie de l'événement physique ?

La durée du format

Parce que l'événement virtuel se déroule à distance, **celui-ci doit être bien plus court** qu'un événement physique. Comme tout événement, il doit tenir en haleine vos participants et lorsque l'on passe plusieurs heures, assis sur sa chaise et bien... on finit forcément par décrocher.

Il vous faut engager votre audience à travers des outils interactif

L'interactivité

En restant dans la même logique de captation de l'attention, **il vous faut engager votre audience** à travers des outils interactifs. C'est au moment de la construction de votre événement que vous allez réfléchir aux moments les plus prompts à relancer vos participants, afin de vous assurer que votre discours soit écouté et surtout compris.

Cela peut prendre plusieurs formes : **le multi-screen** permettra d'incorporer vos intervenants à votre événement virtuel et facilitera les échanges et débats à plusieurs, **l'application événementielle** centralisera vos interactivités telles que le quiz, vote, nuage de mots et sondage afin de simplifier la participations côté participants, **le chat** sur la diffusion poussera les gens à poser des questions et à s'adresser aux intervenants, ainsi que les **conversations**, discussions privées qui permettent des échanges directement entre participants, profitant au **networking** de chacun.

Les temps de pauses

Tout comme lors d'un événement physique, créer un événement virtuel signifie **prévoir des pauses à des moments clés de votre événement**. Ce n'est pas parce que vous ne voyez pas votre audience qu'ils ne sont pas là, et pour garantir une attention maximale, il est important de les informer que des pauses fréquentes sont prévues tout le long de l'événement virtuel afin de se dégourdir quelques minutes.

Le manque de pauses poussera vos participants à les prendre au moment où ils l'ont décidé, ce qui comme

Définition

vous le savez, les conduiront à manquer des éléments cruciaux de vos présentation. Alors ne lésinez pas sur les pauses en proposant des breaks de 10 min toutes les heures. :)

Votre événement virtuel doit être vu comme un événement immanquable, une expérience unique même à distance

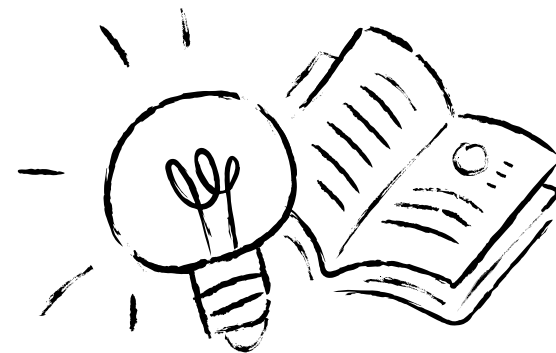
La fréquence de diffusion

Des pauses c'est bien, mais elles ne seront pas suffisantes pour un événement de grande ampleur qui demande un bon nombre d'heures d'attention. Alors même si votre événement devait se passer sur le long terme, oubliez les sessions étendues sur une journée entière : vos participants vont totalement décrocher et ce ne sera pas une "expérience mémorable", ni pour eux, ni pour vous. Alors, planifiez longtemps à l'avance vos sessions et déroulé !

Votre événement virtuel doit être vu comme un événement immanquable, une expérience unique même à distance. Un des objectifs communs à tous : "passer un bon moment" en prenant du plaisir. Cela passe évidemment par la qualité du contenu, des interactivités, mais aussi de la durée que l'on a tendance à négliger. :)

La variété des contenus

Varié les contenus : c'est la base ! C'est également un bon moyen pour que votre audience retienne un maximum d'informations. Vous pouvez passer d'une présentation d'un document en écran partagé, à un échange en multi-screen entre intervenant, puis à une séance de quiz juste après un moment de questions/réponses à travers le chat et enfin au visionnage d'une vidéo pour finir sur le discours d'un intervenant. Toutes les idées sont les bienvenues !



Objectifs

Définir les objectifs de votre événement virtuel

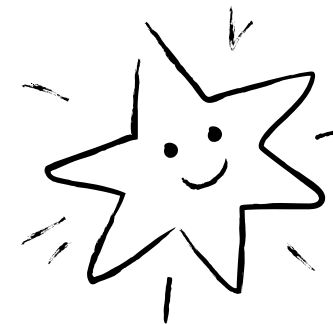
Ils sont toujours d'actualité dans un événement virtuel, quoique légèrement différents. L'événement virtuel va en effet permettre d'être plus agile, de transmettre les informations plus rapidement et de faire valider les acquis sans avoir à se déplacer. Telle est la vertu de l'événement virtuel : dans un monde où les sociétés doivent s'adapter plus vite, proposer des événements plus courts à une plus grande fréquence va permettre de travailler au changement de stratégie de l'entreprise de façon plus rapide et itérative. Ainsi, la construction de votre événement sera plus adaptée à vos objectifs.

Définir le type d'événement vous aidera à construire la suite de votre événement et tout ce qui en découle

Cependant, il convient tout de même de définir les objectifs de votre événement virtuel ainsi que la thématique. Ceux-ci doivent être clairs aux yeux de vos participants afin de capter leur attention et de créer de

l'intérêt. Votre événement aura-t-il un format de séminaire, de conférence, de teambuilding, de lancement de produit...? Quel message voulez-vous partager, voulez-vous divertir, informer, enseigner ?

Définir le type d'événement vous aidera à construire la suite de votre événement et tout ce qui en découle avec le choix du lieu d'enregistrement, du choix des intervenants, des interactivités mises en place, des documents partagés etc. Cependant, même si le contenu va être assez similaire à un événement physique, son format va être absolument différent.



Invitation

Inviter les participants à votre événement virtuel

Comme à votre habitude, construisez de manière optimale vos envois de mails d'invitation. Vous ne savez pas comment réussir une campagne de mails d'invitation ? [Découvrez-en plus dans notre livre blanc](#) !

Précisez s'il y aura un replay de votre événement et partagez les liens de téléchargement pour votre application

Les informations essentielles de votre événement virtuel doivent figurer dans votre mail : à défaut de partager l'adresse de lieu ou bien le code vestimentaire exigé, il faudra partager le lien d'accès vers l'événement virtuel et prévoir les mots de passe ou codes d'accès éventuels qui permettront à vos invités de rejoindre le live. Aussi, partagez l'agenda de votre événement et mettez en évidence les temps de pause, précisez s'il y aura un replay de votre événement et partagez les liens de téléchargement iOS et Android pour votre [application événementielle](#) si vous en avez une.

Vous pouvez également partager le lien du site web de votre événement afin que vos participants s'y inscrivent directement grâce à un formulaire que vous aurez conçu. Sur le site Web de l'événement, retrouvez l'ensemble des informations pratiques ainsi que la liste des intervenants, sponsors, et partenaires, l'agenda de l'événement, les documents mis à disposition pour l'occasion, ou encore, le lien pour rejoindre l'événement en live, et en replay après celui-ci passé.

Enfin, rappelez ces mêmes informations dans vos emails de relance. Pour que cela puisse se faire naturellement, vous pouvez programmer l'envoi de vos différentes campagnes selon le statut d'inscription de vos participants. Programmer par exemple un email pour communiquer à nouveau le lien de votre événement virtuel aux participants inscrits à J-1 et à H-1 ou M-30... Alors, vous êtes prêts à réaliser vos campagnes de mails ?

Vous souhaitez savoir comment créer un site événementiel avec Eventdrive ? [Contactez-nous](#) !

Préparation

Préparer son enregistrement

Parce que tout événement virtuel qui se respecte a un **setup de qualité** ! Et il en va de votre image et notoriété. Afin d'être sûr que le rendu soit au top, voici nos préconisations :

Le son va être l'élément central de votre événement

Le son

Saviez-vous qu'un son de mauvaise qualité est beaucoup moins supportable qu'une image de mauvaise qualité ? Le son va être l'élément central de votre événement. Si celui-ci se coupe, est faible, grésille ou autre, soyez sûr que vous perdrez votre audience. L'oreille a en effet énormément de mal à accepter un son de mauvaise qualité. Si tel est le cas, cela impactera indubitablement le taux de rebond de votre événement. Alors branchez un micro et faites attention à votre environnement.

- Choisissez une pièce avec de la moquette et des meubles plutôt que du carrelage et de la faïence. Choisissez une pièce qui donne l'impression d'une ambiance plus feutrée.

- Utilisez un casque discret et de bonne qualité.
- Achetez un micro cravate (ou Lavalier) compatible avec les ordinateurs et smartphones (vérifier le type de prise : jack 3,5mm TRS avec 3 anneaux ou jack 3,5mm TRRS). C'est discret, chic et efficace (exemple : [RODE SmartLavPlus](#) ou le [RODE VideoMic](#)).
- Prévenez votre entourage de ne pas faire de bruit pendant la captation et coupez systématiquement votre micro si vous n'intervenez pas.
- Ne vous placez pas devant une porte, elle pourrait s'ouvrir pendant votre intervention !
- Ne vous placez pas devant la porte fenêtre qui donne sur le boulevard, un 30 tonnes pourrait passer !
- Passer ses smart phones & watches en mode avion. Pas que pour le bruit, mais surtout pour ne pas être distrait. On a plus tendance à être distrait quand on est seul dans une pièce que devant un foule. Faire de même avec les notifications de l'ordinateur et attention à l'économiseur d'écran.

Préparation

L'image

Pour avoir un rendu clair et lisible à l'écran, il faut avant tout un bon outil pour se filmer. Pour cela, il existe des appareils photos et caméra qui proposent une image optimale.

Surtout il faut une **bonne lumière**, c'est encore plus important.

Le contre-jour

Le contre-jour c'est quand on se film, dos au soleil, l'objectif est donc "ébloui" et on ne voit que votre silhouette.

On ne se rend pas toujours bien compte de l'effet néfaste du contre-jour

On ne se rend pas toujours bien compte de l'effet néfaste du contre-jour quand on réalise une visio-conférence car notre oeil a une plage dynamique bien plus large que les capteurs des appareils photos et caméras. Notre oeil accepte ainsi de plus grands contrastes de lumières et voit à peu près correctement tous les éléments la scène.

Si possible :

- Ayez votre visage éclairé par la lumière naturelle (la lumière principale).
- Dans le cas de l'utilisation d'une lumière artificielle choisissez une lumière chaude pour éviter de se sentir dans un couloir d'hôpital.

Si besoin :

- Ajoutez une lumière d'appoint ou de remplissage. Une lumière assez diffuse pour vous éclairer selon un angle de 45 degrés par rapport à votre visage.
- Utilisez un réflecteur pour réfléchir la lumière principale et prendre le rôle de la lumière de remplissage.

Et les ombres qui font peur

Les ombres sont dues à un éclairage directionnel qui n'éclaire qu'une partie du visage. Cela peut avoir un bel effet mais c'est aussi le risque de faire peur. Bien se positionner par rapport à la lumière et l'utilisation de lumière de remplissage permet d'éviter cela.

Préparation

Comme dans les photomaton

Ajuster son siège... ou la hauteur de la caméra. Le speaker regarde l'objectif, il est à hauteur de l'objectif, et est quasi centré sur l'écran (le mieux est un peu décalé). Cela augmentera son charisme. Il faut aussi éviter les contre-plongés, le mauvais cadrage.

Veillez à éteindre votre téléphone et assurez-vous d'être seul dans la pièce

La connexion internet

Une bonne qualité de son et d'image signifie aussi avoir une bonne question internet. Et oui, pour créer son événement virtuel, internet est clairement un must have. Pour cela, il est primordial de tester votre connexion internet avant la diffusion de votre événement en live. Pour une connexion optimale, il est recommandé de se connecter à l'aide d'un câble ethernet ou bien en wifi si celle-ci respecte ces critères.

Prévoyez une bande passante montante (upload) d'au moins 24 mbps (= 3 Mo par seconde). Pour tester sa connexion, visitez : fast.com ou speedtest.net.

- Info technique. Pourquoi le débit de sa connexion internet est clé ? Avec les solutions d'adaptative bi-

trate, meilleure est la bande passante, meilleure est la qualité de la vidéo.

Les bruits parasites

Veillez à être dans un environnement silencieux afin que cela ne nuise pas à la qualité de l'enregistrement en live. Évitez d'être positionné à côté d'une fenêtre donnant sur la rue si vous êtes en ville. Ne tapez pas sur votre clavier et ne bougez pas votre table. Veillez à éteindre votre téléphone et assurez-vous d'être seul dans la pièce. Le but est de ne pas être distrait par un élément extérieur. Les imprévus sont toujours possibles et votre événement virtuel se doit d'être professionnel. Ne faites pas tourner de machines à laver et ne commandez rien ce jour-ci. Vous n'avez pas envie d'aller récupérer un colis alors que vous animez votre événement, je me trompe ?

Après tout, l'image de votre entreprise est en jeu !

Diffusion

Diffuser son événement virtuel avec Eventdrive Live

Maintenant que votre stratégie d'événement est en place, il ne vous manque plus qu'à réfléchir à la diffusion de votre événement ! Et pour rester professionnel, quoi de mieux qu'une plateforme de gestion d'événements tout-en-un dédiée (Event Management Software / EMS) ?

La simplicité implique de ne pas avoir à télécharger de logiciel

Pour rappel, une plateforme de gestion d'événements permet de vous simplifier la vie sur la partie gestion, communication, marketing, interactivités et analytique grâce à de nombreux services et fonctionnalités comme le suivi logistique de vos participants, l'envoi de vos campagnes de communication et la mise en place facile et rapide de nuages de mots, votes, quiz et bien plus encore, que vous pouvez [découvrir en cliquant ici](#).

C'est l'outil phare des organisateurs et organisatrices d'événements ! Grâce à Eventdrive, vous pourrez concevoir vos événements virtuels (en plus de vos futurs événements physiques & hybrides bien-sûr) sur un seul et même outil.

Une plateforme événementielle qui permet de créer des événements virtuels ou en ligne se doit de proposer la diffusion vidéo. Pendant la diffusion, vous pouvez profiter d'outils adaptés aux lives, avec une interface aux couleurs de votre entreprise afin de toujours plus renforcer votre image de marque.

N'imposez pas le téléchargement d'une application

La simplicité ! Cela implique de ne pas avoir à télécharger de logiciel (donc que la solution de visio choisie soit compatible navigateur). Le téléchargement d'un logiciel pose deux problèmes :

- C'est un enjeu de sécurité ! Le participant risque de ne pas avoir le droit de le télécharger sur son ordinateur pro. Auquel cas il risque de transférer le mail à son ordinateur personnel pour suivre l'événement ce qui représente un problème de sécurité.
- Si vous n'avez pas le bon logiciel il faudra le télécharger, l'installer, cliquer à nouveau sur le lien pour accéder à la conférence... donc l'accès n'est pas instantané.

Diffusion

Eventdrive Live vous propose un outil simple d'utilisation, qui ne nécessite aucun téléchargement au préalable. La mise en place est immédiate.

Les 10 premières secondes sont très importantes pour captiver son audience

Ouvrez les portes avant le début

Invitez les participants à se connecter 15 minutes avant le début du live. Cela évitera certains retards, cela peut initier des discussions dans le chat et c'est l'occasion de mettre de la musique, voir la salle se remplir (vous souvenez-vous des keynotes de Steve Jobs ? les premières minutes montraient toujours la salle se remplir), faire défiler des vidéos ou visuels.

Soyez percutant, dès le début

Comme en vrai et comme dans les formats courts de journalistes, les 10 premières secondes sont très importantes pour captiver son audience.

- Ne commencez pas immédiatement par les informations pratiques et logistiques, gardez ça pour après.
- Ne pas mentionner les questions logistiques ou techniques quand elles ne concernent pas directement

l'audience. Par exemple "Il faut que je fasse stop maintenant". Ca ne regarde personne et ça fait amateur.

Quand vous êtes plusieurs, ne demandez pas à l'audience si elle vous entend, faites confiance à votre co-présentateur pour vous informer d'un éventuel problème. Il aura un rôle de modérateur et pourra aussi vous remonter les commentaires et questions importantes de l'audience.

Maintenez l'attention

Proposez différents types d'interactivités selon la programmation de votre événement. Et oui, n'oublions pas qu'elles sont nécessaires si vous souhaitez garder l'attention de votre audience !

Le chat est une formidable opportunité pour faire participer instinctivement et instantanément l'audience. Il faut s'en servir pour re-engager les participants régulièrement en posant des questions simples (même si le speaker ne fait pas attention aux réponses des participants). Le chat peut être utilisé comme accroche à l'écrit, en plus de l'oral.

Mais un événement en ligne ce n'est pas que des services interactifs, c'est aussi et surtout un moyen de gérer le contenu live et replay. Par exemple, les conte-

Diffusion

nus pourront être proposé à minima sur le site web de l'événement à posteriori.

Avec Eventdrive, votre plateformé événementielle puissante et conçue pour répondre à vos besoins, vous pourriez envisager de diffuser votre événement en parallèle sur Youtube et Facebook live, dans le cadre d'événements publics. Sympathique non ?

Toujours TESTER

Il faut toujours réserver au moins 30 minutes pour effectuer des tests, bien en amont de l'événement. Prévoyez également 15 minutes de test juste avant l'événement.

Au final, créer un événement virtuel requiert tout autant de professionnalisme que de rigueur qu'un événement physique. Pour mener ce projet à bien, il vous faudra de toute évidence mettre à jour votre solution d'organisation d'événement et de votre méthodologie de travail. Ce n'est pas à l'événement de s'adapter à un outil qui ne permettra pas de conserver toute la richesse, l'interactivité et la personnalisation de l'événement, mais bien à l'outil de vous proposer une expérience unique car il a été conçu dans ce but précis : créer un événement virtuel.



Eventdrive Live

Un petit mot sur Eventdrive Live

Eventdrive est une solution tout en un de gestion d'événements professionnels. Notre mission est de simplifier la création des événements grâce à la technologie, une méthodologie et une communauté. Pour réussir, nous apportons notamment une gestion centralisée des données, de l'automatisation et une communication personnalisée pour offrir une expérience participant fluide et à l'image de votre marque.

Eventdrive est fait par des event managers pour des event managers :

- Du support, un customer success manager dédié (professionnel de l'événementiel), une base de plus de 250 articles sur la plateforme, des webinaires... nous vous accompagnons.
- Les évolutions produits sont pensées avec les event managers et sont fréquentes (20 mises à jours en 2019).
- Des rencontres clients sont organisées autour de petits déjeuner pour échanger et vous éclairer sur un thème particulier.

Eventdrive s'articule autour de 5 blocs :

- **Event Management** Simplifiez la gestion de vos événements en ligne grâce à un centre de pilotage commun à l'ensemble de vos projets.
- **Event Marketing** Harmonisez vos communications et invitez vos participants à travers tous les canaux : mails, SMS, site web... pour des événements à votre image.
- **Event Live stream** L'ensemble de votre événement et des possibilités de networking sont désormais accessible à tous, en ligne et à distance.
- **Event Experience** Replacez les relations et les interactions au coeur de votre projet grâce à votre application mobile événementielle.
- **Event Performance** Pilotez votre stratégie événementielle globale depuis la plateforme et simplifiez la prise de décision.

Event Live stream est le nouveau service que nous proposons.

Cela fait 10 ans que nous parlons d'événements hybrides. En réalité nos clients en font peu, très peu. Et

Eventdrive Live

bien que rien ne remplacera une vraie rencontre, il nait actuellement un besoin de faire des événements à distance et une volonté de faire ensuite plus d'événements hybrides.

Les outils de visio-conférence actuels nous posent problèmes :

- Ils ne représentent pas votre marque. Le participant passera plus de temps devant la marque de l'outil de visio que la votre. De l'invitation au live, en passant par le site de connexion.
- Ils ne sont pas adaptés à votre métier d'event manager. Ils ne couvrent pas tous vos challenges et vos besoins. Les données ne sont pas centralisées et ne sont pas intégrées avec l'ensemble des outils nécessaires à la réalisation de l'événement. Ainsi ils vous permettent de toucher votre audience mais vous perdez du temps.
- La plupart impose de télécharger un logiciel. Si ce logiciel n'est pas celui utilisé principalement par l'entreprise de votre participant il se peut que celui-ci ne puisse pas le télécharger. Auquel cas il risque de transférer le mail sur son ordinateurs personnel pour suivre l'événement ce qui représente un problème de sécurité.

Nous avons choisi d'enrichir Eventdrive avec un live streaming et des fonctionnalités adaptés à l'événementiel professionnel. Notre proposition de Live est liée aux autres services dont vous et les participants ont besoin... avec une mise en place simple et immédiate. Nous ne cherchons pas à reproduire le monde réel sur une application ou un site web, mais à offrir un nouvel usage : une expérience adaptée à une audience à distance équipée d'un écran (projection, ordinateur, tablette et smartphone).

Ce nouveau service Live est déployé par étapes. La première version propose une diffusion live d'un ou plusieurs présentateurs, le partage d'écran, le replay et le chat entre participants. La version suivante permettra la collaboration entre tous les participants. Nous gardons une cadence de développement soutenue et planifions des évolutions toutes les deux semaines.

Concernant la sécurité...

Travaillant depuis plusieurs années avec des groupes des secteurs bancaire, assurance et pharmaceutique, nous avons bien conscience des enjeux de sécurité : respect du RGPD, protection des données sensibles, hébergement des données chiffrées en France, suppression automatiques des informations sensibles, score de 99% lors des audits de qualité de grands groupes français... L'ajout du Live

Eventdrive Live

stream à Eventdrive doit répondre à tous les enjeux de sécurité et de confidentialité. Aussi, nous avons choisi pour la diffusion de la vidéo encryptée un partenaire majeur sur ce marché, respectueux du RGPD et sélectionné par le leader de la consultation médicale à distance en France (100 000 télé-consultations par jour en avril 2020).

Pour en savoir plus, n'hésitez pas à contacter nos commerciaux



Yann Simon

Head of sales

+33 7 68 69 49 76

yann@eventdrive.com

