



COMMENT CHOISIR VOTRE PLATEFORME DE GESTION

ÉVÉNEMENTIELLE

 **Eventdrive**

Sommaire

03 L'ÉVÉNEMENTIEL CORPORATE À L'ÈRE DE LA TRANSFORMATION DIGITALE

04 | LES ENJEUX STRATÉGIQUES D'UNE PLATEFORME
ÉVÉNEMENTIELLE CORPORATE

05 DÉCRYPTER LE PAYSAGE DES PLATEFORMES ÉVÉNEMENTIELLES

06 | "EXPOSITIONS & CONGRÈS" VS "CORPORATE" : DEUX VISIONS
DE L'ÉVÉNEMENTIEL

07 | PETITE OU GRANDE ENTREPRISE ? DES BESOINS
FONCTIONNELS TOTALEMENT DIFFÉRENTS

08 LA GRILLE DE FONCTIONNALITÉS : DU MUST-HAVE AU NICE-TO-HAVE

09 | NIVEAU 1 - LES FONCTIONNALITÉS INDISPENSABLES
(MUST-HAVE)

11 | NIVEAU 2 - LES FONCTIONNALITÉS DIFFÉRENCIANTES
(SHOULD-HAVE)

11 | NIVEAU 3 - LES FONCTIONNALITÉS PREMIUM (NICE-TO-HAVE)

13 LES ÉTAPES POUR BIEN CHOISIR SA SOLUTION

14 | ÉTAPE 1 : AUDIT DE VOS BESOINS ACTUELS

14 | ÉTAPE 2 : DÉFINITION DE VOS CRITÈRES DE CHOIX

14 | ÉTAPE 3 : TEST EN CONDITIONS RÉELLES

14 | ÉTAPE 4 : ÉVALUATION DU ROI

15 VERS UNE APPROCHE CENTRALISÉE ET STRATÉGIQUE

16 POST-SCRIPTUM : L'ART DÉLICAT DE L'AUTO-PROMOTION DÉSINTÉRESSÉE

L'événementiel corporate à l'ère de la transformation digitale

Les événements d'entreprise sont devenus de vrais leviers stratégiques pour engager les collaborateurs, clients et partenaires. Face à la montée en puissance de ce format dans les stratégies de communication, les organisations font face à un défi de taille : comment gérer un volume croissant d'événements tout en maintenant la qualité et la cohérence de leur image de marque ? La réponse réside dans l'adoption d'une plateforme de gestion événementielle adaptée. Mais face à l'offre pléthorique du marché, comment faire le bon choix ?

Les enjeux stratégiques d'une plateforme événementielle corporate

Une plateforme de gestion événementielle doit obligatoirement répondre à sept objectifs :

1. Professionnaliser la création des supports de communication : sites événementiels, emails d'invitation, badges... L'image de marque doit être cohérente sur tous les touchpoints.

2. Automatiser les tâches chronophages : de la gestion des invitations au suivi des inscriptions, l'automatisation libère du temps pour se concentrer sur la stratégie et l'expérience participant.

3. Optimiser l'expérience des participants : personnalisation des parcours, interactions en temps réel, contenus adaptés... L'engagement participant devient mesurable et optimisable.

4. Assurer la conformité au RGPD : pour éviter les fichiers Excel non sécurisés et les listes papier. La protection des données personnelles devient un prérequis non négociable.

5. Centraliser et exploiter la donnée participant : qui participe ? À quels événements ? Quels sont les taux d'engagement ? La data devient un atout stratégique.

6. Améliorer la collaboration entre équipes : communication, Business Units, RH... Les événements impliquent de nombreux acteurs qui doivent travailler de concert.

7. Créer des processus standardisés : de la filiale locale au siège social, l'harmonisation des pratiques garantit l'efficacité et la cohérence.

**Décrypter le paysage des
plateformes événementielles**

"Expositions & Congrès" vs "Corporate" : deux visions de l'événementiel

Le marché des plateformes événementielles se divise en deux grandes familles, chacune avec ses spécificités techniques et fonctionnelles.

Les plateformes orientées "Expositions/Congrès" excellent dans :

- La mise en relation exposants-visiteurs
- La navigation interactive sur plan de salon
- Le matchmaking entre participants
- La gestion de rendez-vous B2B
- La monétisation des espaces et services

Ces solutions conviennent parfaitement aux organisateurs de salons professionnels et d'événements commerciaux.

Les plateformes "Corporate" se concentrent sur :

- La gestion d'événements internes (séminaires, conventions, formations...)
- Les événements externes (lancements produit, roadshows clients...)
- L'intégration avec les systèmes d'information de l'entreprise
- La gestion des hiérarchies et permissions complexes
- Le respect des chartes graphiques corporate

Certaines plateformes proposent les deux approches, mais présentent souvent des limitations fonctionnelles sur l'un des deux positionnements.

Petite ou grande entreprise ? Des besoins fonctionnels totalement différents

Les besoins d'une PME et ceux d'un groupe international diffèrent du fait de leurs structures organisationnelles.

Certaines plateformes sont conçues pour s'adapter à toute structure, d'autres ont été pensées spécifiquement pour les grands groupes. Assurez-vous que la plateforme pourra répondre aux enjeux liés à votre organisation. Pour cela, le réflexe consiste à regarder le type de clients déjà accompagnés par les plateformes de votre shortlist.

Tips : vérifiez bien que derrière les logos de clients affichés sur les supports de communications, se cache bien un contrat cadre et non une opération ponctuelle.

Les enjeux spécifiques aux grands groupes :

- Gestion multi-entités (filiales, Business Units)
- Contrôle centralisé avec autonomie locale
- Intégration dans un écosystème IT complexe
- Conformité réglementaire multi-pays
- Volumétries importantes (centaines ou milliers d'événements par an)

**La grille de fonctionnalités : du
must-have au nice-to-have**

Niveau 1 - Les fonctionnalités indispensables (Must-have)

Ces fonctionnalités sont le minimum requis pour une plateforme événementielle.

Un site internet événementiel : c'est une interface de présentation et d'inscription entièrement personnalisable selon votre charte graphique. La plateforme doit permettre de créer des pages d'accueil attrayantes, des formulaires d'inscription adaptés à vos besoins (champs personnalisés, logique conditionnelle) et des espaces dédiés au programme. L'interface doit être responsive et optimisée pour tous supports (desktop, tablette, mobile).

Un design d'e-mails d'invitation : la plateforme doit comporter un éditeur visuel intuitif permettant de créer des emails d'invitation professionnels avec vos couleurs, logos et typographies. Elle doit également proposer des templates préconçus et adaptables, assurer la gestion de la délivrabilité et permettre la personnalisation automatique des contenus en fonction du profil du destinataire.

La gestion de campagnes multicanal : l'outil doit vous permettre de gérer l'ensemble de vos campagnes d'invitation, y compris la segmentation des contacts, la programmation des envois d'emails ou de SMS, les relances automatiques selon le comportement (non-ouverture, non-inscription) et le suivi en temps réel des performances de chaque campagne.

La génération de badges : votre plateforme doit permettre la création automatique de badges personnalisés avec QR codes, photos, informations participants et éléments de branding. Elle doit permettre différents formats (badges visiteurs, VIP, intervenants) et proposer l'impression directe ou l'export vers vos prestataires d'impression.

L'émargement digital : système de contrôle d'accès par scan de QR codes permettant l'enregistrement instantané des arrivées, le suivi de présence par session et la génération automatique des feuilles d'émargement conformes aux obligations légales. L'interface doit fonctionner en mode hors ligne pour pallier les problèmes de réseau.

La qualité du support technique : un service client réactif avec des délais de réponse garantis (moins de 2h en cas d'urgence), une équipe d'experts familiarisés avec votre secteur d'activité et un accompagnement personnalisé tout au long de vos projets. Le support doit inclure la formation des utilisateurs, une documentation technique complète, ainsi qu'une assistance en temps réel pour la résolution d'incidents pendant vos événements.

La centralisation des données participant : la solution doit comporter une base de données unifiée centralisant toutes les informations participants (profil, historique de participation, interactions, préférences) avec possibilité d'enrichissement progressif et de déduplication automatique. Les données doivent être exportables et exploitables pour vos analyses CRM.

Des indicateurs de performance : vous devez bénéficier d'un tableau de bord en temps réel présentant les KPIs essentiels (taux d'ouverture des invitations, inscriptions, participation effective, engagement pendant l'événement, satisfaction post-événement). Les rapports doivent être automatisés et personnalisables selon vos besoins de reporting.

Assurer la sécurité et la conformité au RGPD : architecture sécurisée avec chiffrement des données, hébergement certifié, gestion granulaire des consentements, traçabilité des accès et respect du droit à l'oubli. La solution doit proposer des fonctionnalités natives de gestion des cookies et de politique de confidentialité.

Une robustesse technique : une infrastructure cloud scalable, capable de gérer les pics de charge lors des ouvertures d'inscription et des événements en direct.

La gestion d'événements virtuels : la plateforme doit permettre d'organiser aussi bien des événements en présentiel qu'à distance, en offrant la possibilité aux participants de suivre et d'interagir sans avoir à se déplacer. Elle doit intégrer la diffusion en direct (live streaming), la gestion des formats hybrides et proposer des fonctionnalités d'interaction (chat, sondages, Q&A) pour maintenir l'engagement, quel que soit le mode de participation.

L'adaptabilité : elle doit pouvoir s'adapter à tous types d'événements (séminaires, formations, conventions, soirées, webinaires) avec des templates et workflows spécifiques. La solution doit permettre la gestion d'événements simples comme complexes (multi-sessions, multi-lieux).

Niveau 2 - Les fonctionnalités différenciantes (Should-have)

Ces éléments peuvent faire la différence dans votre choix final.

Une application événementielle : une interface mobile native ou web app permettant aux participants d'accéder au programme, de participer à des quiz et sondages en temps réel, de poser des questions aux intervenants, de partager des photos et de networker entre eux. L'application doit fonctionner offline et synchroniser les données une fois reconnectée.

Une intégrations système : des APIs ouvertes permettant une synchronisation bidirectionnelle avec votre écosystème IT existant (CRM Salesforce/HubSpot, ERP SAP, SIRH Workday). La solution doit également proposer le Single Sign-On (SSO) via SAML ou OAuth, l'authentification multi-facteurs et être conforme aux standards de sécurité de votre organisation.

Une simplicité d'utilisation : la solution doit avoir une interface utilisateur intuitive ne nécessitant pas de forma-

tion technique approfondie. La prise en main doit être rapide pour les event managers (moins d'une journée de formation) comme pour les participants (inscription en moins de 3 clics). L'expérience utilisateur doit être fluide sur tous supports avec des parcours optimisés.

De l'autonomie vs une prise en charge : la plateforme doit offrir une véritable flexibilité dans son modèle de service. Certaines plateformes offrent un mode "self-service" complet avec outils et templates permettant une autonomie totale, tandis que d'autres proposent un accompagnement "clé en main" avec prise en charge de la création et de la gestion. Le choix optimal dépend de vos ressources internes, de votre expertise et de votre stratégie de montée en compétences.

Niveau 3 - Les fonctionnalités premium (Nice-to-have)

Ces fonctionnalités peuvent constituer un véritable levier de performance et de différenciation.

La qualité visuelle des supports : des templates haut de gamme au design contemporain, accompagnés d'un édi-

teur graphique permettant une personnalisation poussée des visuels (couleurs, typographies, mise en page). La solution doit inclure une bibliothèque d'assets professionnels (photos, icônes, animations) ainsi que des outils de brand management pour garantir une cohérence graphique irréprochable sur l'ensemble des supports, de l'invitation au badge, en passant par l'application mobile.

La gestion du rooming : un module complet dédié à la réservation et à la gestion des hébergements, avec attribution automatique des chambres selon les profils participants et suivi centralisé des réservations. Une fonctionnalité particulièrement stratégique pour les événements sur plusieurs jours, rassemblant des participants internationaux et nécessitant une coordination sur plusieurs lieux.

La gestion budgétaire : une fonctionnalité qui centralise les recettes et les dépenses au sein d'un tableau de bord interactif. Chaque action suit un processus de validation, ce qui assure une traçabilité totale et limite les risques de dépassement. Les équipes disposent ainsi d'une vision claire des coûts prévisionnels par poste ou globalement.

La gestion des rôles et permissions : un système de gouvernance avancé permettant de définir des droits d'accès granulaires par utilisateur, équipe ou entité organisationnelle. Particulièrement adapté aux structures matricielles complexes, cette fonctionnalité facilite la centralisation des processus, des templates et des budgets au niveau corporate, tout en déléguant l'exécution opérationnelle selon les périmètres géographiques ou fonctionnels définis.

La gestion des tâches : chaque mission peut être assignée à un membre de l'équipe avec une échéance et un suivi en temps réel. Alertes automatiques, progression affichée étape par étape et visibilité multi-événements renforcent la coordination des équipes et garantissent qu'aucune étape clé ne soit oubliée.

La prise en compte RSE : avec un calculateur d'empreinte carbone intégré, qui prend en considération les déplacements, l'hébergement, la restauration et la production de supports. La solution propose également des alternatives durables, telles que des lieux éco-certifiés, des traiteurs locaux ou des supports dématérialisés.

Les étapes pour bien choisir sa solution

Étape 1 : audit de vos besoins actuels

Avant de comparer les solutions, faites l'inventaire de :

- Vos types d'événements (internes/externes, taille, fréquence)
- Vos processus actuels et leurs limites
- Vos contraintes techniques et organisationnelles
- Votre budget global (licence + implémentation + formation)

Étape 2 : définition de vos critères de choix

Établissez une grille d'évaluation pondérée incluant :

- L'adéquation aux besoins de l'entreprise
- La facilité d'utilisation
- L'intégrations technique
- Le support et l'accompagnement
- La conformité et la sécurité (RGPD, la gestion des accès,

l'authentification)

- Le budget et modèle de prix

Étape 3 : test en conditions réelles

Organisez des POC (Proof of Concept) avec 2-3 finalistes sur un événement réel de taille moyenne. Cette approche vous permettra d'évaluer concrètement l'adéquation de chaque solution.

Étape 4 : évaluation du ROI

Estimez le retour sur investissement en prenant en compte :

- Les gains de productivité des équipes
- L'amélioration des taux de participation
- La réduction des coûts de sous-traitance
- L'optimisation des budgets événementiels

**Vers une approche centralisée
et stratégique**

Le choix d'une plateforme de gestion événementielle ne se limite pas à une décision technique. Il s'agit d'un enjeu stratégique qui impacte directement la performance de vos événements et, par extension, l'engagement de vos audiences.

La décentralisation des outils et processus événementiels nuit à la cohérence de votre image de marque et complique le pilotage de vos performances. À l'inverse, une approche centralisée via une plateforme adaptée devient un levier puissant pour :

- Harmoniser vos pratiques
- Optimiser vos budgets
- Maximiser l'impact de vos événements
- Professionnaliser votre approche

L'investissement dans une solution événementielle performante n'est plus une option mais une nécessité pour les organisations qui placent l'événement au cœur de leur stratégie d'engagement. Le marché propose aujourd'hui des solutions adaptées à chaque contexte. La clé du succès réside dans une approche méthodique qui place vos besoins spécifiques au centre de la réflexion.

**Post-scriptum : L'art délicat de
l'auto-promotion désintéressée**

Nous avons fait le choix de ne pas parsemer ce livre blanc de mentions glorieuses d'Eventdrive.

Parce que nous croyons fermement qu'un contenu "aidant" perd instantanément de sa valeur dès qu'il devient un prétexte commercial mal dissimulé.

Ceci étant dit permettez-nous une petite parenthèse ego-flattante : Eventdrive reste un excellent choix pour les grandes organisations. Un quart des entreprises du CAC 40 nous font suffisamment confiance pour signer des contrats annuels avec nous.

Mais bon, nous préférons que ce soit vous qui arriviez à cette conclusion. Après tout, les meilleures décisions sont celles que l'on prend soi-même, même quand on nous a subtilement orientés dans la bonne direction ;).

*Merci d'avoir consacré votre temps à la lecture de cet eBook. Si vous souhaitez en savoir davantage sur ce sujet, nous serions ravis **d'échanger avec vous**. En attendant, vous pouvez consulter nos autres ressources **juste ici**. À bientôt !*

L'équipe Eventdrive.



À Propos d'Eventdrive

Eventdrive est à ce jour l'outil le plus puissant et le plus personnalisable permettant aux event planners de changer la manière dont ils créent et vivent les événements sur site, en ligne ou hybrides.

À travers notre méthodologie, notre technologie et notre communauté, nous facilitons la vie de nos clients dans l'organisation de leurs événements. Eventdrive apporte l'ensemble de son savoir-faire et de sa connaissance pour accompagner ses clients dans leur transition digitale.

En une trentaine de minutes, tout organisateur peut créer un événement en partant de rien ou en choisissant parmi des modèles (formulaire d'inscription, site web, communication mail, gestion des participants, solution de Live streaming, application mobile, interactivités... Tout y est).

L'objectif ultime ? Créer une expérience fluide et exceptionnelle pour leurs participants, tout en gagnant un maximum de temps.

L'engouement du marché pour la digitalisation des événements, combiné à nos stratégies Sales & Marketing dynamiques, a propulsé Eventdrive dans une phase de forte croissance.

Stratégie & Performance événementielle

Prêts à réussir l'organisation de votre prochain événement ?

Contactez-nous