

Le point sur les événements virtuels (après deux ans de pandémie)

Par Philippe Jean Poirier



Lyne Branchaud, consultante et organisatrice d'événements (voir site [ici](#))

18 février 2022

Dans la formation **Optimiser sa stratégie d'événement virtuel**, la spécialiste en événements corporatifs Lyne Branchaud explique qu'un événement virtuel nécessite plus de réflexion que de simplement « transposer » un événement présentiel sur le Web. Les codes et l'esprit sont différents à plus d'un égard. Entrevue avec celle qui est aussi enseignante au collège Lasalle dans le programme de Planification et gestion d'événements, formatrice, **consultante et organisatrice d'événements**.

Isarta Infos : Qu'est-ce qui, à la base, différencie un événement virtuel d'un événement en présentiel?

Lyne Branchaud : Plusieurs éléments. D'une part, un événement virtuel demande davantage de scénarisation. Les gens ne sont pas « captifs » devant leur écran comme ils peuvent l'être dans une salle de conférence. Ils peuvent faire autre chose – du ménage, la vaisselle! – tout en demeurant connectés... L'événement doit donc être plus rythmé et plus dynamique.

Ensuite, organiser un événement en ligne demande beaucoup d'ouverture et d'adaptation face aux possibilités et aux limites des outils informatiques et technologiques... Des compétences que les planificateurs ont eu à développer au fil des dernières années.



EMPLOIS EN VEDETTE



Coeffiscience

Chargé.e de projet Événementiel et Communication

Bromont (Estrie)



Silent Partners Studio Inc.

Chargé.e de projet senior en divertissement et arts de la scène

Montréal



Famic Technologies Inc.

Commis Administration, Comptabilité et Support aux ventes

Saint-Laurent



BusterFetcher.com

Responsable Inbound Marketing

Québec (Entièrement à distance)



Vulcan Hoist Palan

Directeur des ventes - équipements de levage industriels

Montréal



Cidrerie Milton

Chargée de projets marketing, communication et événements

Sainte Cécile de Milton (Estrie)

[TROUVEZ VOTRE EMPLOI IDÉAL](#)

Après deux ans de pandémie, quels sont les enjeux qui subsistent par rapport à l'organisation d'un événement en ligne?

L. B. : Bien sûr, il y a une certaine « écoeurantite » qui s'installe... Les gens aimeraient reprendre les événements en présentiel, mais ne peuvent pas. L'autre défi, c'est que beaucoup de planificateurs n'adaptent pas leur événement au virtuel – ils font comme si c'était un événement en personnes.

Comme je le disais, un événement en ligne doit être découpé en plus petits blocs plus dynamiques et avec des rythmes variés. Dans l'esprit, ça ressemble davantage à une émission de télé. C'est plus scénarisé et réfléchi.

Les gens sont tannés des appels Zoom... mais est-ce qu'il y a quand même des avantages à tenir un événement en ligne?

L. B. : Oui! La grande force des événements en ligne est qu'il n'y a pas de limite géographique. On peut attirer des conférenciers qui autrement ne se seraient peut-être pas déplacés et ça nous permet d'éviter les coûts de transport et d'hébergement pour les accueillir sur place.

Ça devient aussi possible de réunir des gens de différentes succursales ou qui habitent dans différentes provinces ou pays, et qui ne se déplaçaient habituellement pas pour assister aux événements en présentiel. On peut imaginer que des événements ponctuels en ligne, comme les « lunches and learn » ou des formations, demeureront pertinents, même lorsque la pandémie sera derrière nous.

Plusieurs entreprises se contentent d'organiser leurs événements corporatifs sur Zoom ou sur Teams... Est-ce un bon choix?

L. B. : Teams et Zoom sont très faciles d'utilisation, sauf qu'ils sont aussi très limités dans leurs fonctionnalités. Pour une simple conférence par exemple, ça peut le faire. Mais lorsqu'on organise un congrès ou une foire commerciale, ça prend une plateforme beaucoup plus performante. Et il y a des centaines d'options : [Swapcard](#), [Hopin](#), [Connexion.tv](#), Creativ nation, etc.

Dans ce genre de plateforme, on peut par exemple offrir à chaque exposant un espace virtuel pour accueillir les visiteurs et présenter leurs produits ou services et prendre leurs rendez-vous à l'avance avec les participants, créer des activités de réseautage aléatoire ou intelligent ou encore des tables rondes virtuelles.

En février, vous reprenez à votre compte la formation privée ou en entreprise *Optimiser sa stratégie d'événement virtuel*. À qui s'adresse cette formation? À quoi peut-on s'attendre en termes de contenu?

L. B. : La formation s'adresse à des gens qui n'ont jamais tenu d'événements virtuels ou qui ont peu d'expérience dans le domaine. Nous abordons aussi bien le volet stratégique (le profil de l'événement, la plus-value de le tenir en ligne, les fondements d'un événement) que technique, en survolant les différents formats d'événements (virtuel ou hybride) et les bonnes questions à se poser pour le choix d'une plateforme.

ARTICLES POPULAIRES DU MOIS



Comment le Gouvernement du Québec optimise ses campagnes numériques avec l'intelligence artificielle



Télétravail : 4 décors de rêve pour agrémenter votre été



Les responsables marketing voient leur budget s'effondrer depuis la pandémie

NOUVELLES DE L'INDUSTRIE À LA UNE



Café Saint-Henri fait confiance à Sid Lee pour sa stratégie de marque et d'expérience



LG2 signe une campagne pour Les Producteurs de lait du Québec à destination de la génération Z



LG2 signe la dernière offensive de la Banque Nationale

RESTEZ INFORMÉ

1 courriel par semaine. Votre email :



Formations en Événementiel - En ligne, Québec, Montréal | Isarta

Formations en marketing, communication, numérique, digital, réseaux sociaux. Classes virtuelles (webinaires interactifs à distance), en salle ou en entreprise. Montréal et partout au Québec.



Formations en Communications - En ligne, Québec, Montréal | Isarta

Formations en marketing, communication, numérique, digital, réseaux sociaux. Classes virtuelles (webinaires interactifs à distance), en salle ou en entreprise. Montréal et partout au Québec.

Aimer / Partager

SUR LE MÊME THÈME

FORMATION • MARKETING ÉVÉNEMENTIEL



Les 3 conseils pratiques de Laurie Michel pour améliorer son bien-être numérique



Nouveauté – Découvrez nos parcours de formation



Formation à la une : Marque employeur – étapes clés vers une stratégie gagnante



Formation à la une : Data Storytelling – l'art de valoriser ses données pour les spécialistes marketing

Téléphone : 514-227-8559

Sans-Frais : 1-866-380-3045

Courriel : redaction@isarta.com

[Offres d'emploi](#) [Formations](#) [Infos et tendances](#)

[Conditions d'utilisation et politique de confidentialité](#)
