

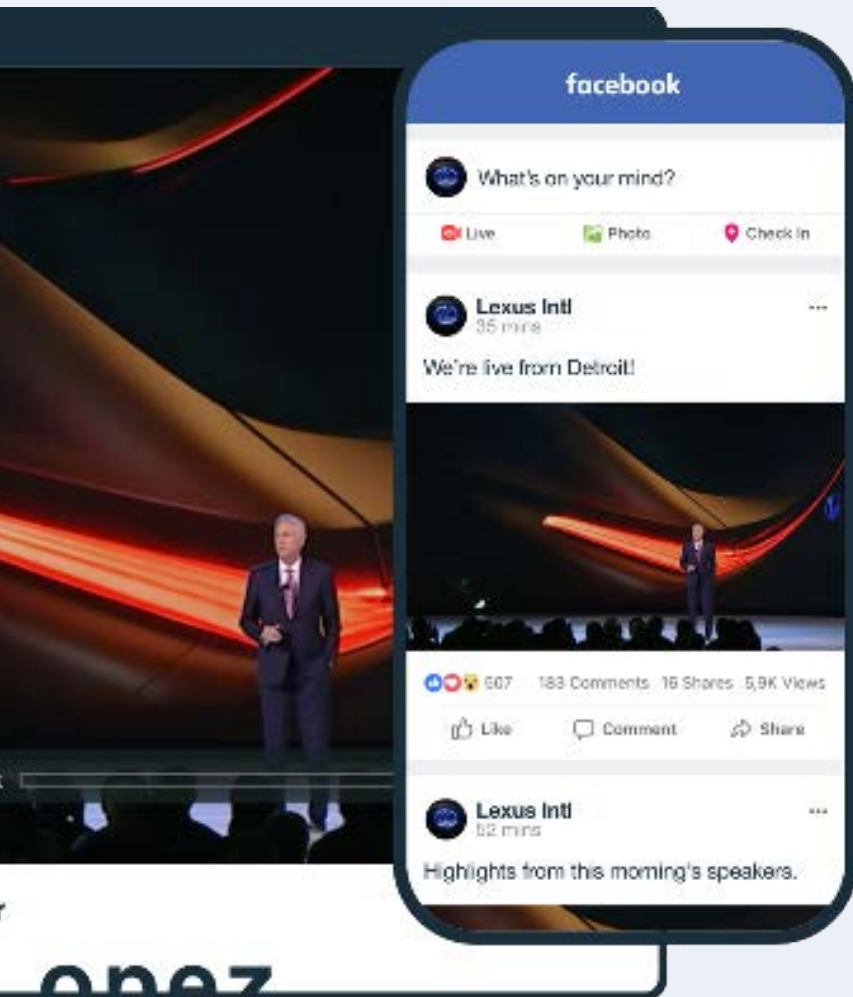
Le guide de la planification et de l'animation d'événements virtuels



L'avenir des événements est virtuel

L'année 2020 a montré que les remises de diplômes sont tout aussi émouvantes en ligne, que l'apprentissage peut se faire depuis un salon avec un ordinateur portable et quelques outils, et que les événements intégrant développement de réseau en face à face, discours et sessions en petits groupes s'avèrent également passionnants en visioconférence.

Ce guide passe en revue différents types d'événements virtuels et explique comment les animer, y compris du point de vue de l'équipement et des fonctionnalités audiovisuelles, du budget et de la promotion. Il fournit également une check-list visant à assurer le bon déroulement d'un événement en ligne.



PAGE 3 Types d'événements virtuels

PAGE 4 Différences entre événements diffusés en direct et événements pré-enregistrés

PAGE 5 Différences entre diffusion en direct et visioconférence

PAGE 6 Animer des événements virtuels

PAGE 6 Équipement et fonctionnalités audiovisuelles

PAGE 7 Planifier le budget d'un événement virtuel

PAGE 9 Meilleures pratiques en matière d'événements virtuels

PAGE 11 Promouvoir un événement virtuel

PAGE 12 Check-list relative aux événements virtuels

Types d'événements virtuels

Le terme d'**événement virtuel** est associé à une catégorie générique englobant des événements comme les conférences en ligne, les interventions diffusées en direct, les sessions pré-enregistrées ou les formations. Ce format peut remplacer un événement en face à face ou être conçu spécifiquement pour une participation en ligne.

Conférences virtuelles

Les conférences virtuelles permettent d'informer une audience, d'attirer de nouveaux leads et de convertir ces derniers en clients. L'organisateur a également la possibilité de fournir du contenu complémentaire, comme des mises à jour ou des annonces relatives aux produits et aux services offerts. Ces événements virtuels sectoriels offrent de nombreuses opportunités de partenariat et permettent de collaborer avec des influenceurs ou d'autres intervenants de renom. Les conférences étant des événements sectoriels, elles sont aussi l'opportunité pour les participants de développer leur réseau et de rencontrer leurs pairs, ces activités étant compatibles avec un format en ligne.

LES CONFÉRENCES VIRTUELLES PEUVENT INCLURE LES ÉLÉMENTS SUIVANTS :

Panels

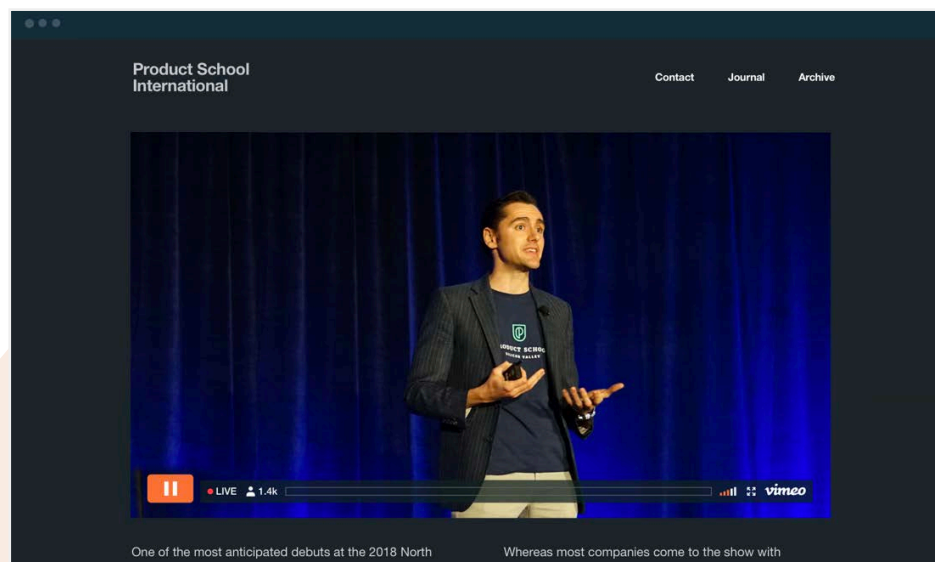
Microsites avec intervenants ou sessions pré-enregistrées

Conférences en direct avec séances en petit groupe

Sommets ou congrès sectoriels

Sessions de formation

Opportunités de développement de réseau



Différences entre événements diffusés en direct et événements pré-enregistrés

Un événement virtuel peut-être accessible uniquement en direct, enregistré pour visionnage ultérieur ou encore mis à disposition en tant qu'événement pré-enregistré, consultable sur une plateforme à accès protégé par un identifiant ou soumis à paiement. Les événements en direct permettent une forme d'exclusivité ou de confidentialité pour des occasions comme la sortie d'un album, un concert ou tout autre contenu révélé uniquement en temps réel. Les événements pré-enregistrés, qui restent disponibles plus longtemps, offrent plus de flexibilité et sont adaptés aux audiences très sollicitées, susceptibles de préférer étaler leurs apprentissages dans le temps et selon leur convenance.

Avant d'organiser un événement virtuel en direct, il faut répondre aux questions suivantes :

Où cet événement sera-t-il organisé ?

Restera-t-il accessible après la session en direct ?

Quand et comment est-il possible de tester la plateforme qui l'hébergera ?

Comment les participants pourront-ils développer leur réseau et collaborer ?

• LIVE

ÉVÉNEMENTS DIFFUSÉS EN DIRECT

Les **événements diffusés en direct** comprennent les panels, les discours d'invités et d'autres expériences en direct, comme des performances. En planifiant un **événement diffusé en temps réel**, il est important de recréer sous forme virtuelle certaines expériences, comme les rencontres informelles ou les opportunités de développement de réseau. Il est nécessaire de tester l'équipement pour s'assurer que les participants ont accès au programme et aux opportunités de développement de réseau en amont de l'événement. Il faut également incorporer les réseaux sociaux à la stratégie et toujours prévoir un plan B. Les événements en direct ne sont pas nécessairement destinés aux clients ou au public, il est également possible d'organiser des temps forts de l'entreprise, comme une **assemblée générale virtuelle** à l'aide de ces technologies.



ÉVÉNEMENTS PRÉ-ENREGISTRÉS

En fonction des ressources disponibles et de l'audience visée, un événement en direct peut ne pas représenter la meilleure option. Par exemple, un marketeur travaillant seul ne sera pas en mesure de produire ou de présenter un tel événement. Les formats pré-enregistrés comprennent les discours, les séminaires, et toute forme de contenu interactif susceptible d'être visionné par les participants dans leur temps libre. Il est même possible de proposer du contenu pré-enregistré, incluant des sessions en petit groupe sur Slack ou sur d'autres plateformes en ligne, afin que les participants puissent collaborer et se rencontrer au moment qui leur convient. Ce type d'événement en ligne est inclusif et ouvert à tous, quel que soit le fuseau horaire ou la localisation des participants.

Différences entre la diffusion en direct et la visioconférence

Après avoir abordé la différence entre événements en direct et contenu pré-enregistré, il faut comprendre en quoi la diffusion en temps réel diffère de la visioconférence (autrement dit, du contenu vidéo en direct).

La diffusion en temps réel offre :

Une expérience intuitive pour une audience nombreuse

Des visuels enrichis

Des fonctionnalités avancées de stockage, de partage et de gestion des fichiers et des audiences

Plus de stabilité et d'adaptabilité pour les audiences nombreuses

La visioconférence est quant à elle :

Optimisée pour les interactions individuelles ou en petit groupe

Moins facile d'accès et moins sécurisée

Limitée au regard de la qualité audiovisuelle

Dépourvue de capacités de stockage et de partage à long terme



Animer des événements virtuels

L'organisateur d'un événement virtuel

a pour mission de s'assurer que chacun puisse accéder au contenu, collaborer, développer son réseau et participer à l'ensemble des activités proposées. Les conseils ci-dessous s'appliquent à l'animation d'événements virtuels en direct et pré-enregistrés.

Assurez-vous de disposer d'une connexion Wi-Fi suffisante.

Déterminez comment vous traiterez les questions, en temps réel ou a posteriori.

Identifiez la plateforme qui accueillera l'événement, les modalités d'accès au contenu, les éventuels frais de participation et les conditions d'inscription.

Découvrez six éléments à prendre en compte en matière de **planification et d'animation d'événements en ligne**.

Équipement et fonctionnalités audiovisuelles

Un événement virtuel peut être organisé dans différents locaux, qu'il s'agisse d'une scène professionnelle, d'un studio d'enregistrement ou encore du domicile des animateurs. Lors de la planification des aspects audiovisuels, les facteurs les plus importants sont la qualité du son et de la vidéo. Il faut veiller à ce que les présentateurs disposent d'une bonne connexion Wi-Fi, d'une webcam haute qualité et d'un plan de secours en cas de défaillance matérielle ou logicielle.

Pour animer un événement depuis le domicile d'un présentateur, certains équipements peuvent s'avérer utiles. Selon la taille de l'audience et les ressources disponibles, une webcam personnelle, un ordinateur portable et un éclairage grand public peuvent suffire, ou il faudra au contraire privilégier une configuration à plusieurs écrans comprenant télécommande et autres accessoires professionnels. Quels que soient les impératifs techniques, une planification et une configuration adéquates assureront la qualité de la diffusion.

Équipements pour la diffusion d'événements en direct depuis le domicile d'un intervenant :

Studio portatif comme le HD550

Télécommande

Un ou plusieurs moniteurs

Enregistreur de type AJA Ki Pro

Webcam USB externe

Connexion internet sécurisée

Ordinateurs portables

Si vous débutez avec les événements virtuels, consultez la formation en cinq modules de Vimeo intitulée **Les fondamentaux du direct : des tactiques éprouvées pour vous lancer dans le streaming vidéo**. Vous découvrirez l'équipement nécessaire, la configuration optimale en matière de son et d'éclairage, ainsi que les meilleures pratiques de prise de vue.

Planifier le budget d'un événement virtuel

En **planifiant le budget d'un événement virtuel diffusé en direct** ou d'une conférence pré-enregistrée, il faut s'attacher à assurer une bonne qualité de connexion et de réception à l'ensemble des participants. C'est pourquoi ce budget doit englober des éléments comme une connexion Wi-Fi de secours ou la réalisation de tests.

Matériel

Si la plateforme de diffusion en ligne employée n'en inclut pas, un encodeur est nécessaire. Il faut également disposer d'une caméra ou d'un ordinateur en intégrant une, ainsi que d'un kit d'éclairage ou d'un anneau LED, le cas échéant.

ÉCLAIRAGE

Les possibilités vont des basiques comme un anneau LED, la lumière naturelle ou un simple réflecteur, aux équipements professionnels comme le projecteur 300D II d'Aperture avec boîte à lumière Dome Mini.

CAMÉRA

Les débutants peuvent se contenter de l'appareil photo d'un téléphone, cependant, pour les événements de grande ampleur, un caméscope plus robuste, comme le Sony PXW-Z90, est nécessaire.

Découvrez des conseils pour diffuser un événement en direct via votre téléphone.

AUDIO

Il est possible de commencer avec un microphone USB Yeti Nano, avant d'opter pour un Shure SM7B.

ENCODEUR

Pour les événements diffusés en temps réel, certaines plateformes comme Facebook Live proposent l'encodage intégré. Une régie compacte comme le Livestream Studio HD550 peut également être utilisée. Les encodeurs permettent de convertir un enregistrement vidéo en un flux pris en charge par les téléphones et les ordinateurs.



Logiciel

Beaucoup de plateformes de diffusion en direct sont aujourd'hui connues du grand public. Si les solutions gratuites comme Facebook Live se sont considérablement améliorées, les services de niveau professionnel offrent une fiabilité et une portée renforcées.

Les plateformes professionnelles comme **Vimeo** permettent, entre autres, de diffuser un flux sur plusieurs réseaux sociaux, d'insérer des effets graphiques sophistiqués, de configurer un flux de secours, ou encore d'intégrer la vidéo à un site web.

POUR CHOISIR UNE PLATEFORME DE STREAMING, IL CONVIENT DE CONSIDÉRER LES PARAMÈTRES SUIVANTS :

Qualité de la diffusion

Confidentialité

Possibilités d'interaction avec l'audience visée

Accessibilité (sous-titrage en direct à la demande)

Fonctionnalités de gestion de contenu et de visionnage différé

Personnalisation et branding

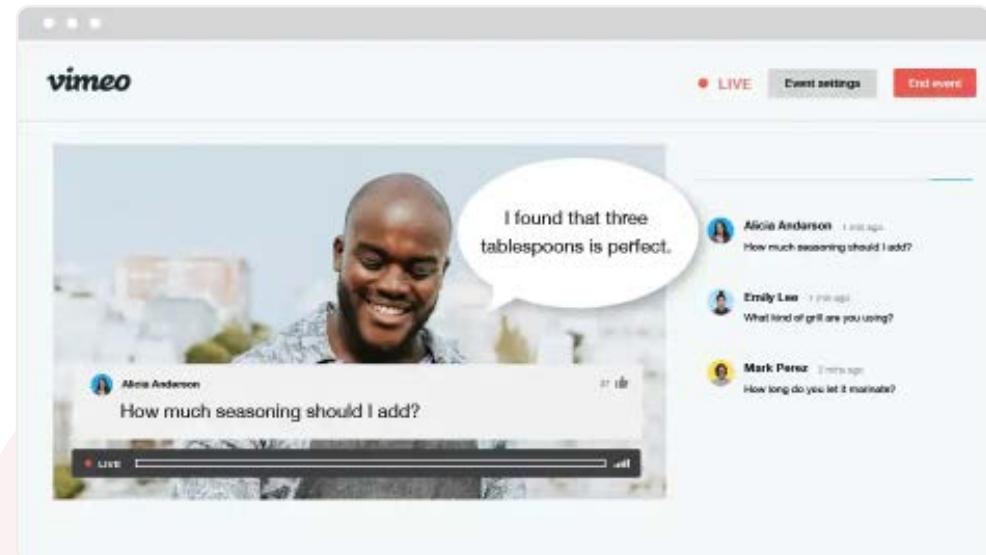
Analytics

Distribution

Si vous diffusez des événements virtuels via des réseaux sociaux comme LinkedIn Live, Facebook Live, YouTube Live ou Twitter, pensez à consulter le [guide de Vimeo du streaming social](#).

Support

Pour garantir le bon déroulement d'un événement virtuel, le support peut être assuré en interne ou confié à un consultant. Quelle que soit la taille de l'événement, les questions et les problèmes surgissant avant, pendant et après la diffusion doivent être adressés à un point de contact dédié, chargé de les traiter.



Meilleures pratiques en matière d'événements virtuels

L'organisation d'un événement virtuel impose un certain nombre de considérations relatives à l'expérience des participants. Il ne faut jamais oublier que ceux-ci prennent sur leur temps personnel ou professionnel pour découvrir le contenu proposé. Ils s'attendent donc à pouvoir interagir, échanger et s'informer.

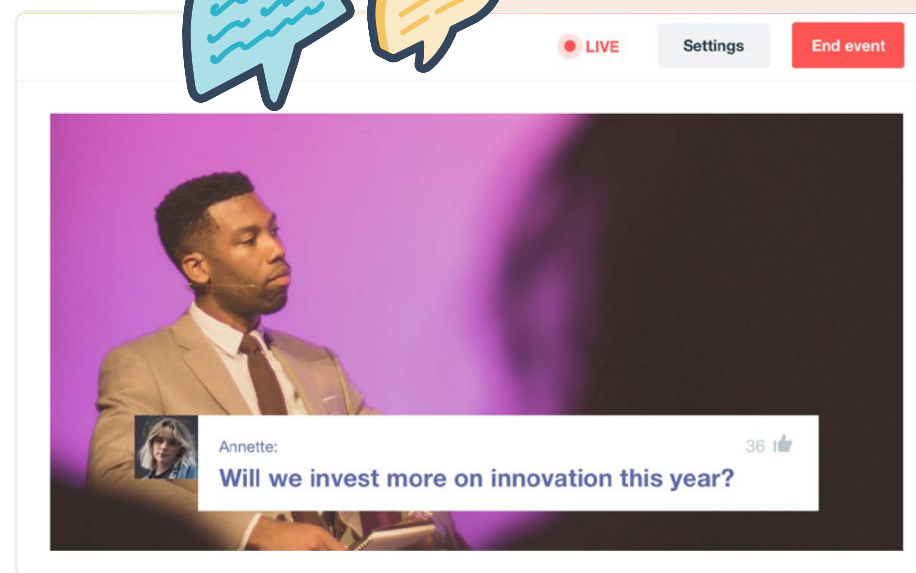
Chaque session doit offrir des opportunités d'interaction.

Les sondages et les questionnaires en direct sont un excellent moyen d'interagir avec l'audience.

Pendant les événements en temps réel, il est recommandé de proposer une séance de questions-réponses.

Des sessions en petits groupes et des opportunités de développement de réseau doivent être facilitées, les logiciels de visioconférence comptant des fonctionnalités dédiées.

Les participants doivent disposer d'une interface où échanger avant, pendant et après l'événement.



Exemples d'entreprises organisant des événements virtuels remarquables

De nombreuses entreprises, parmi lesquelles HubSpot, ont organisé des événements virtuels par le passé. Les équipes ont ainsi pu s'appuyer sur leur expertise pour transformer des événements traditionnellement organisés en présentiel, comme la **conférence INBOUND**, en une expérience en ligne pleinement immersive.

INBOUND

La conférence INBOUND 2020 de HubSpot a inclus des sessions en direct adaptées à différents fuseaux horaires, du contenu à la demande consultable en autonomie, et du contenu audio permettant aux participants de s'éloigner de leurs écrans.

MozCon

Pour la première fois, MozCon a eu lieu en ligne, avec des opportunités de développement de réseau réparties sur différents créneaux horaires pour permettre au plus grand nombre d'en profiter. Cet événement virtuel a notamment réuni des experts en optimisation pour les moteurs de recherche, des agences et des marketeurs.

Conférence annuelle SaaStr

Avec 50 000 participants, la conférence annuelle SaaStr est le plus grand congrès du secteur à l'échelle mondiale. L'édition virtuelle comprenait des rencontres individuelles consacrées au développement de réseau, des séances de questions-réponses exclusives et des sessions de mentoring. Les enregistrements issus de l'événement ont tous été mis à disposition du public.

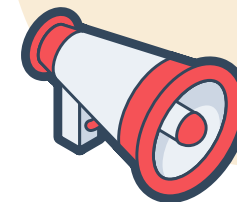
Streameo

En juin 2020, des milliers de créateurs et d'entrepreneurs ont consacré neuf heures de leur journée à Streameo, le premier événement virtuel de Vimeo, dédié à la croissance de l'ensemble des canaux vidéo. Ce marathon d'apprentissage, de développement de réseau et d'interventions d'experts était agrémenté de propositions ludiques : courts-métrages ou encore cours de préparation de cocktails.



Promouvoir un événement virtuel

Pour promouvoir une conférence ou un événement virtuel, il faut fournir à l'audience visée une idée claire de ce qu'elle peut attendre. À l'inscription, les participants doivent savoir ce qu'ils vont obtenir en échange de leur temps et de leur argent.



Définissez les attentes des participants quant à leur expérience.

Indiquez si l'événement sera diffusé en direct ou s'il sera pré-enregistré, combien de temps le contenu restera disponible, s'il sera possible de poser des questions, si des séances en petit groupe ou des opportunités de développement de réseau sont prévues, et si les participants auront accès à des informations et à du contenu exclusifs.

Favorisez le co-branding, les offres de partenariat et de prestation, et collaborez avec des influenceurs de votre secteur.

Contactez d'autres organisations de votre secteur d'activité pour nouer des partenariats et coopter leur audience. Précisez clairement aux inscrits lesquelles des marques interviendront directement dans l'événement.

Les marketeurs événementiels recommandent de favoriser la plus grande interactivité possible dans l'espace virtuel, en mettant des stratégies en place dès la planification de l'événement.

Encouragez et aidez les intervenants et vos salariés à promouvoir l'événement.

Fournissez des modèles et des messages conformes à l'identité de la marque pour faciliter autant que possible le partage et la promotion de l'événement.

Utilisez les réseaux sociaux pour la promotion de l'événement et le développement de réseau entre participants.

Introduisez un hashtag en lien avec l'événement pour permettre aux participants de rejoindre facilement la conversation et de se rencontrer. Vous pouvez aussi créer un groupe Slack ou Facebook pour favoriser le développement de réseau et permettre aux participants d'échanger en comité réduit.

Check-list relative aux événements virtuels

AVANT L'ÉVÉNEMENT

- ✓ Décidez si celui-ci sera diffusé en direct ou pré-enregistré.
- ✓ Identifiez les intervenants et le contenu, y compris les partenaires de co-marketing.
- ✓ Établissez l'ordre du jour.
- ✓ Définissez un budget incluant le matériel, les logiciels et le support.
- ✓ Sélectionnez l'équipement, les outils et l'équipe organisatrice.
- ✓ Entraînez-vous. L'événementiel est toujours stressant, mais la pratique fait le maître.

PENDANT L'ÉVÉNEMENT

- ✓ Offrez un service de support et de résolution des problèmes aux participants.
- ✓ Suivez les réseaux sociaux et interagissez en ligne avec les participants.
- ✓ Diffusez l'événement en veillant à la qualité de l'éclairage et du flux vidéo.
- ✓ Monitorisez les performances du flux pour pouvoir réagir en cas de problème.
En savoir plus
- ✓ Interagissez avec les participants et proposez des échanges en petit groupe et des opportunités de développement de réseau.
- ✓ Mobilisez le chat, les sondages et les opportunités de mise en relation pour interagir avec les participants.

APRÈS L'ÉVÉNEMENT

- ✓ Mettez les enregistrements à disposition des inscrits pour une durée limitée ou indéfinie.
- ✓ Passez les performances de la diffusion en revue.
- ✓ Poursuivez la conversation sur Slack, Facebook, Twitter, et sur d'autres réseaux en ligne.
- ✓ Recueillez le feedback des participants.
- ✓ Incitez les intervenants et vos salariés à partager l'événement même une fois qu'il est terminé.



INBOUND

Vous cherchez à développer votre carrière ?

Découvrez la conférence INBOUND et accéder gratuitement au contenu pédagogique de professionnels reconnus comme Bob Iger, PDG de Disney, Alicia Garza, Fondatrice de Black Futures Lab, Sandy Carter, Vice-présidente d'Amazon Web Services, ou encore Sasan Goordarzi, PDG d'Intuit.

Consulter la bibliothèque de contenu

vimeo

Master Class

Les fondamentaux du direct : des tactiques éprouvées pour vous lancer dans le streaming vidéo

Rien de plus authentique que la vidéo en direct, mais les premières fois peuvent s'avérer stressantes.

Découvrez la formation intensive en cinq modules de Vimeo pour maîtriser la vidéo en direct. De la prise de vue aux interactions avec votre audience, les experts de la plateforme vous révèlent leurs secrets d'initiés.

[Regarder les vidéos](#)

Préparer

Organiser

Diffuser