



Le Guide Ultime pour les Centres Événementiels afin de Créer des Événements Extraordinaires avec la Technologie Numérique

Utiliser l'automatisation pour simplifier la gestion des espaces et des événements.



Bienvenue

Le mot “événement” englobe diverses occasions sociales, culturelles et professionnelles. Cela inclut les événements à grande échelle dans les centres de congrès, de convention et d’exposition, les lieux sportifs et salles de concert, les universités, les centres artistiques et culturels, mais aussi les événements à plus petite échelle tels que les conférences, les réunions d’entreprise et les galas. Bien que le contenu de ces événements varie considérablement, le processus pour créer des moments extraordinaires au sein de vos espaces reste le même.

Cependant, de nombreux centres événementiels n'utilisent pas la technologie numérique pour simplifier leurs processus de gestion événementielle, et réaliser des événements à la fois mémorables et plus rentables. Pour de nombreuses organisations, démarrer le processus d'automatisation des événements signifie plonger dans l'inconnu. Soyez assurés que remplacer vos processus manuels de planification d'événements avec la technologie est une excellente opportunité pour améliorer la productivité, assurer une approche consistante et ravir vos employés et vos clients.

Dans ce guide, nous vous proposons une méthode facile d'accès pour démarrer ce processus en considérant les six étapes-phares de la gestion événementielle. Vous serez sans doute déjà familiers avec ces cycles, auxquels nous ajoutons les étapes-clés qui vous apporteront la confiance et l'expertise pour adopter le processus de gestion événementielle le plus adapté à votre organisation.

Aperçu du contenu

Dans ce guide, vous explorerez les tactiques de gestion événementielle employées pour capturer, convertir, planifier, réaliser, analyser et fidéliser. En considérant les différences qui peuvent exister d'un centre événementiel à l'autre et les multiples façons d'organiser un événement, nous espérons que ce guide vous apportera les clés du succès pour votre organisation.

- 04 Définissez votre stratégie
- 06 Les six étapes de la gestion événementielle
 - 07 Étape 1: Capturer
 - 08 Étape 2: Convertir
 - 10 Étape 3 : Planifier
 - 12 Étape 4: Réaliser
 - 14 Étape 5 : Analyser
 - 16 Étape 6: Fidéliser
- 17 A vos marques

Définissez votre stratégie

Avant de vous plonger dans les tactiques de gestion d'événements, vous devez établir votre stratégie événementielle. Cette dernière vous permettra d'identifier le processus à suivre pour atteindre vos objectifs. Vous devez définir ce que vous voulez faire, comment vous allez le faire, ce que vous espérez accomplir, enfin quand et comment vous allez mesurer votre succès. Une stratégie efficace se concentre sur les résultats finaux attendus.

Que souhaitez-vous accomplir ?

Voici les principaux résultats que la plupart des centres événementiels souhaitent atteindre avec leur stratégie de gestion d'événements.

Accélérer l'intégration du personnel et assurer la continuité de l'entreprise

La pénurie de main d'œuvre continue d'être un fardeau pour de nombreuses organisations. Pour les centres événementiels, cela s'illustre par des ressources limitées ou par la nécessité de recruter des travailleurs intérimaires pendant le déroulement des événements. Au lieu de perdre un temps précieux avec l'intégration et la formation, l'utilisation de la technologie peut aider les nouveaux employés à intégrer les systèmes et les processus dans leur tâches journalières, assurant ainsi cohérence, continuité et productivité. En automatisant vos processus de gestion d'événements, l'intégration du personnel au sein de votre organisation devient plus simple.

Augmenter la productivité et atteindre le plein potentiel de votre entreprise

Planifier vos événements en utilisant Outlook et Excel présente un risque d'inefficacité et d'erreurs. Si vous identifiez un besoin de main-d'œuvre additionnelle pour organiser vos événements, ou si vous manquez de temps dans votre journée de travail, vous devriez envisager un système de gestion d'événements. Il permettra à votre organisation d'atteindre son plein potentiel commercial en donnant à vos employés les outils nécessaires pour augmenter leur productivité et leur performance.

Améliorez la satisfaction au travail et la rétention du personnel

C'est bien connu, la gestion des événements est complexe et nécessite toute une équipe pour créer des expériences mémorables. Il y a beaucoup de rouages actionnés simultanément et chacun a un rôle et des responsabilités différentes. Le manque de communication et d'accès aux outils de gestion événementielle essentiels peut conduire à une faible implication des employés et à une augmentation du niveau de stress. Assurez-vous d'avoir mis en place une technologie de gestion d'événements adaptée pour stimuler l'engagement, favoriser la performance et améliorer la satisfaction au travail.

Éliminez les processus manuels et améliorez l'efficacité

Les processus manuels tels que la duplication de données et la correspondance excessive avec les clients sont chronophages, coûteux et risqués car ils créent une marge d'erreur humaine conséquente. En remplaçant les processus manuels par une technologie de gestion d'événements automatisée, les centres événementiels gagnent du temps, de l'argent, et surtout, libèrent leur personnel pour se concentrer sur les priorités qui génèrent de la profitabilité.

Améliorez l'intégrité des données et gagnez en visibilité sur la performance commerciale

L'enjeu de visibilité sur l'ensemble des opérations événementielles reste un défi pour de nombreuses organisations. Un système de gestion d'événements a la capacité de centraliser toutes les informations et de répondre à cet enjeu. En utilisant cette unique source de vérité, votre centre événementiel garantit des données précises et mises à jour, ce qui encourage la collaboration interdépartementale, rend une analyse détaillée possible, et informe efficacement sur la performance de votre centre événementiel.

Améliorez l'expérience client avec des points de contact digitaux

Les fournisseurs et les clients souhaitant travailler avec votre organisation s'attendent désormais à davantage de points de contact digitaux. Ignorer des services tels que la disponibilité en temps réel, les formulaires Web, les portails de réservation, les signatures électroniques et les paiements en ligne, c'est dissuader un grand nombre de clients potentiels de faire appel à vos services. De plus, les points de contact digitaux permettent à vos équipes de réduire leurs tâches administratives et de se concentrer sur des éléments plus importants, tels que la création d'événements exceptionnels.

Créez des événements sûrs, rentables et mémorables

La gestion des risques vient toujours au premier plan de la planification d'événements. La priorité numéro un de toute organisation est de protéger son personnel, ses fournisseurs et ses clients. La mise en place de systèmes de gestion événementielle automatisée adaptés aide les centres événementiels à organiser avec consistance des événements mémorables, qui sont sûrs, amusants, alignés avec le budget et la planification. Par conséquent, les centres événementiels améliorent la satisfaction et la fidélisation des clients, tout en favorisant la croissance.

Les Six Etapes de la Gestion d'Événement

Peu importe le secteur industriel ou la catégorie d'événement que vous prévoyez d'organiser dans votre centre événementiel, il existe six étapes phares pour gérer un événement avec succès. En utilisant une technologie adaptée, votre lieu peut rationaliser chaque étape et simplifier l'ensemble du processus de planification événementielle.

Capturer	Enregistrer la demande entrante.
Convertir	Sécuriser la réservation.
Planifier	Planifier la réservation à venir.
Réaliser	Fournir le service le jour J.
Analyser	Quel a été le résultat ?
Fidéliser	La gestion efficace des centres événementiels et des événements vous permet de fournir une expérience clients extraordinaire, favorisant ainsi la fidélisation.

Étape 1 : Capturer

La première étape du processus de gestion d'événements consiste à capturer la demande entrante, à confirmer la disponibilité et à fournir des informations de réservation au client prospect. Voici quelques exemples d'outils qui facilitent l'automatisation du processus de gestion de la demande :

Formulaires Web en ligne

Offrez une meilleure expérience client en intégrant un formulaire web sur votre site internet, permettant ainsi aux clients prospects de soumettre une demande à un moment qui leur convient, et ce, même en dehors de vos horaires d'ouverture.

Disponibilité des espaces en temps réel

Publiez la disponibilité en temps réel de vos espaces sur votre site internet afin que les clients puissent rechercher leur date/heure de réservation préférée et sélectionner l'agencement des espaces et les équipements souhaités. La disponibilité en temps réel accélère le processus de réservation et permet de promouvoir vos espaces pendant les périodes sous-utilisées afin de maximiser l'utilisation de votre centre.

Calendrier d'événements

Publiez un calendrier d'événements en direct sur votre site web pour présenter les événements de grande envergure et les réservations de marques connues. Ainsi, vous gagnerez la confiance des clients prospects en leur montrant que vous êtes un centre réputé et hautement sollicité.

Modèles d'emails

Créez des modèles d'emails standardisés, incluant des pièces jointes pertinentes (ex : feuilles de route, menus, formulaires de réservation, forfaits audiovisuels/mobiliers/thématiques, etc.) pour simplifier la communication et gagner du temps.

Assignations et notifications automatisées

Utilisez votre Gestion de la Relation Client (GRC ou CRM en anglais) pour assigner automatiquement les nouveaux prospects à vos équipes de ventes et leur envoyer un email pour les inciter à répondre à la demande soumise sur votre site internet dans un délai optimal.

CONSEIL PRO

Capturer et convertir de nouvelles réservations avec les portails web.

Au lieu de limiter votre expérience de libre-service aux formulaires web de demande en ligne, combinez les étapes "Capture" et "Conversion" du processus de gestion d'événements en proposant un portail de réservation en ligne qui permet aux clients de vérifier la disponibilité, de réserver et de payer via votre site internet. Découvrez plus d'information sur les avantages de la réservation en ligne à l'étape 2 de ce guide.



Étape 2 : Conversion

Dans le processus de gestion d'événements, la phase de conversion commence lorsqu'une demande de renseignements se transforme en une confirmation de réservation. Comme pour tout processus de vente visant à améliorer les taux de conversion, les centres événementiels doivent offrir la meilleure expérience possible aux clients et leur donner les informations et les outils dont ils ont besoin pour confirmer la réservation. Voici quelques exemples de leviers d'amélioration du processus de vente pour augmenter les conversions :

Tableaux de bord des ventes

Il est primordial d'être au fait des opportunités actives pour accélérer le processus de vente et augmenter les conversions. En affichant des indicateurs et unités de mesure pertinents sur votre tableau de bord pour tous les membres de votre équipe de vente, vous leur simplifiez l'accès aux informations-clés, telles que :

Liste des Opportunités Ouvertes

Générez une liste de vos opportunités ouvertes, qui servira de feuille de route pour savoir qui vous devez contacter.

Rapport de Prévisions

Ce rapport devrait inclure toutes les réservations d'événements confirmés pour les comparer aux objectifs de vente et indicateurs clés de performance (Key Performance Metrics ou KPI en anglais).

Rapport de Pipeline/Statut

Créez un rapport qui affiche le nombre de demandes de renseignements enregistrées en indiquant leurs statuts. Vous pourrez ainsi gagner en visibilité sur leur position dans votre pipeline (c'est-à-dire votre portefeuille des ventes perdues, provisoires, confirmées verbalement, confirmées, etc.).



Automatiser les propositions commerciales, devis, factures et contrats

Éliminez le temps passé sur le processus de création de propositions, devis, factures et contrats en créant des modèles standardisés pour la tarification des espaces de location, les menus, le mobilier, l'équipement audio-visuel, le personnel et la sécurité. En s'appuyant sur la technologie pour calculer les coûts, vous réduirez le risque d'erreurs de calcul. Ajoutez également vos conditions de vente et de réservation à vos modèles pour vous assurer que les clients prospects comprennent ce à quoi ils s'engagent lorsqu'ils approuvent les tarifs proposés.

Créer des rappels de tâches

Utilisez les notifications automatisées pour vous rappeler de compléter les tâches liées à vos activités commerciales, telles que les relances clients concernant des propositions en cours, des contrats, des paiements, etc.

Listes d'attente

Utilisez votre CRG (CRM) et créez une liste d'attente pour les nouvelles demandes de réservation tombant sur les dates qui ont déjà été réservées. Les listes d'attente vous aideront à identifier quelle demande vient en première position dans le cas d'une annulation. Vous éviterez ainsi de perdre des prospects et du revenu potentiel.

Signatures numériques

Concluez vos ventes rapidement en permettant aux clients de signer les devis, contrats et autres accords à l'aide de solutions telles que la signature numérique au lieu de processus manuels tels que l'impression de documents physiques.

Configuration numérique des salles et espaces

Bien que l'inspection des lieux en personne soit un excellent moyen de vendre le potentiel de votre centre événementiel, que se passe-t-il lorsque la visite ne peut se faire en personne ? Les plans d'étage et les diagrammes de configuration des salles et d'espaces peuvent aider les clients prospects à visualiser la configuration de leur événement dans les espaces proposés et les encourager à finaliser leur réservation.

Réservation en ligne

La réservation sur des portails en libre-service est la solution privilégiée pour capturer et convertir les demandes car ils donnent aux clients le pouvoir de gérer leurs réservations en toute flexibilité et à leur propre rythme. Voici quelques exemples d'organisations qui bénéficient de solutions de réservation en ligne :

Arènes et Stades

Les membres et les fans de clubs sportifs peuvent réserver des loges privatives et des espaces VIP en avance ou les jours de match.

Entreprises

Le personnel et les partenaires privilégiés peuvent réserver des salles de réunion et autres espaces de collaboration pour les réunions de travail, les ateliers de formation, et les événements.

Enseignement Supérieur

Les membres du personnel universitaire peuvent gérer les réservations ponctuelles et récurrentes pour des événements et activités étudiantes, communautaires, sportives et récréatives.

Paiements en ligne

Proposez un portail de paiement en ligne intégré pour accélérer votre processus de paiement et de rapprochement comptable tout en offrant à vos clients leurs méthodes de paiement préférées, telles que les cartes de crédit, les portefeuilles électroniques, le prélèvement automatique, etc. Cela contribuera à l'amélioration de la trésorerie, et vous permettra également de fournir un meilleur service client avec un accès à des informations de paiement détaillées.

Étape 3 : Planifier

Lorsque la réservation de l'événement est confirmée, la suite du processus consiste à planifier les prochaines étapes de gestion de l'événement. De nombreux facteurs entrent en jeu dans la coordination et la planification d'un événement, il est donc préférable d'éviter de se fier aux processus manuels, qui laissent trop de place à l'erreur. Voici donc quelques pistes pour automatiser le processus de préparation de l'événement :

Listes de tâches interactives

Utilisez des listes interactives pour les tâches indispensables afin de les déléguer automatiquement aux équipes compétentes, et de notifier chaque employé sur leurs responsabilités et les délais à respecter en amont de l'événement. Les échéances récurrentes pour le personnel incluent :

- Suivi des documents et des paiements.
- Anticipation des besoins en ressources humaines
- Réservation des équipes de sécurité.
- Prise de contact avec le client pour confirmer les détails de l'événement, par exemple le nombre de participants (PAX), les choix de menu, les préférences diététiques, les horaires de l'événement, l'aménagement des espaces, les détails de la signalisation numérique et les exigences en matière d'équipement.
- Envoi aux clients des informations liées à l'accès à votre établissement (codes de sécurité, itinéraires, etc.).
- Envoi aux clients des formulaires de satisfaction et sondages après l'événement.

Calendriers de gestion de risques interactifs

L'évaluation des risques est une partie essentielle du processus de coordination d'événements. Créez des échéanciers de gestion de risques standardisés et interactifs adaptés à différents types d'événements. Cette démarche vous aidera à planifier, tout en attribuant les tâches et en faisant le suivi sur le contrôle des risques et les rectifications requises avant l'événement.



Portails clients en ligne

Les portails événementiels en ligne et intégrés sont bénéfiques à la gestion d'événements de grande envergure qui englobent plusieurs réservations d'événements de moindre taille. L'utilisation d'un portail permet à votre équipe et à vos clients de collaborer en temps réel lors de la planification de l'événement, car les clients peuvent consulter leurs réservations d'événements à venir et gérer les commandes de nourriture, de boissons, d'équipements audiovisuels, etc. Ces portails en libre-service sont particulièrement bénéfiques pour les centres événementiels qui gèrent :

- Les festivals proposant une variété d'événements / performances de moindre taille se produisant sur plusieurs sites.
- Les journées marketing proposant des réservations individuelles de stand.
- Les dîners de gala proposant des réservations individuelles de table.
- Les salons et expositions proposant des réservations individuelles de stand.
- Les suites privatives et les loges VIP.

Confirmation de commande d'événement

En amont de l'événement, il est essentiel de demander à votre client de confirmer tous les détails de leur événement pour vous assurer que vous êtes sur la même longueur d'onde. Pour ce faire, créez un modèle de rapport standardisé comprenant tous les détails clés de l'événement tels que les sélections de menu, les réservations d'équipement, les horaires de service, etc., et présentez-le à vos clients pour qu'ils puissent le consulter et le valider avant l'événement.

CONSEIL PRO

Utilisez des tableaux de bord pour gagner en visibilité sur les informations clés.

Au lieu de produire plusieurs rapports, gagnez du temps en créant des tableaux de bord personnalisés au sein de votre système ERP (Planification des ressources d'entreprise) pour afficher des données à jour sur les événements réservés et les tâches en attente. Voici quelques exemples clés d'informations à inclure sur votre tableau de bord :

- Factures en attente.
- Événements à venir (quotidiens / hebdomadaires / mensuels).
- Activités / tâches quotidiennes.



Étape 4 : Réaliser

Après avoir confirmé la réservation et coordonné les détails de l'événement, la prochaine étape consiste à réaliser l'événement et à fournir les services dans les espaces choisis, à la date et aux horaires demandés. Voici quelques exemples avec lesquels les centres d'événements peuvent exploiter la technologie pour garantir une expérience événementielle sans faille, à la fois pour votre personnel et pour les participants :

Modèles de commande d'événement personnalisés

Il est essentiel de fournir à vos équipes et fournisseurs les informations dont ils ont besoin pour réaliser l'événement, et dans un format approprié. En effet, il est préférable de filtrer le surplus d'information pour ne pas générer une confusion inutile. Créez des commandes d'événements personnalisées – parfois appelées Feuilles de Fonction (Banquet Event Orders, BEO), Feuilles de Route (Run Sheets), Mémo événementiel (Event Manifest), pour les parties concernées afin qu'elles aient uniquement accès aux informations dont elles ont besoin. Par exemple :

Requêtes du client	Commande de fournisseurs AV/ Thèmes	Commande du Personnel de Service
• Nombre d'invités (PAX). • Sélections de menu. • Préférences diététiques. • Horaires de l'événement/ du service.	• Détails et horaires d'accès au quai de chargement. • Plan d'étage et dimensions du monte-charge. • Temps d'installation et de démontage. • Conditions d'entrée, par exemple, le port de vêtements à haute visibilité.	• Horaires de l'événement, y compris l'arrivée et le départ des invités. • Plans d'étage et configurations des espaces. • Sélections de menu. • Sélections de boissons. • Contact principal et VIP. • Préférences diététiques.

Listes de tâches mobiles

Au lieu de vous appuyer uniquement sur des commandes d'événements physiques ou numériques, utilisez des listes de tâches interactives sur des applications mobiles. Ainsi, le personnel et les fournisseurs peuvent voir toutes les tâches qu'ils doivent accomplir en amont et pendant l'événement puis les marquer comme "complétées". En conséquence, toute votre équipe peut accéder à des mises à jour en temps réel sur l'évolution de l'événement tout en continuant leurs fonctions sur le terrain.

L'information en temps réel pour le personnel externe et les parties prenantes impliquées

Souvent, les centres événementiels travaillent avec des personnes qui ne font pas partie de l'équipe des événements. Ces professionnels externes ont besoin d'accéder à des détails basiques sur l'événement ; ils sont par exemple le personnel d'accueil, la direction, les prestataires, le personnel de sécurité, etc. Vous pouvez donner à ces parties externes un accès limité à des calendriers en lecture seule et à des informations en temps réel sur l'événement. Ainsi, ces professionnels externes ne dépendent plus du personnel événementiel ce qui réduit le risque d'interférence avec le bon déroulement de l'événement. .

Gestion des problèmes en temps réel

Utilisez une plateforme de gestion des problèmes pour centraliser les informations, notifier les parties concernées en temps réel et compiler une liste de l'ensemble des problèmes qui se sont produits lors d'un événement. Pour les sites de grande envergure et les multi-sites, utilisez un outil intégré à Google Maps pour aider votre équipe à localiser l'incident. Ces informations aideront à résoudre le problème à temps, et vous pourrez également les utiliser pour de futures évaluations liées à la gestion des risques lorsque vous planifierez votre événement.

Signalétique numérique

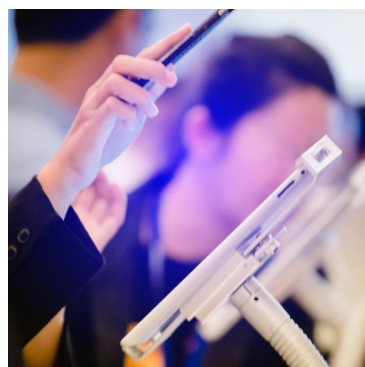
Réduisez la dépendance avec votre personnel pour faciliter l'accès des participants à votre centre événementiel et leur navigation dans l'enceinte de votre établissement. Programmez des flux de signalisation en temps réel pour afficher des détails pertinents sur l'événement ou fournir des mises à jour critiques sur les changements de dernière minute ou les instructions en cas d'urgence.

Points d'entrée en libre-service

Le processus d'entrée dans un centre événementiel varie légèrement en fonction des événements. Par exemple, les délégués d'une conférence se présentent à un bureau d'enregistrement, tandis que les participants ayant réservé une performance ou un match sportif payant, utilisent des billets et des tourniquets. Cela dit, les centres événementiels doivent numériser le processus d'enregistrement/d'entrée afin de le rendre sans faille pour les participants et de réduire la dépendance envers le personnel du centre événementiel. Par exemple, vous pouvez mettre en place des outils en libre-service tels que des bornes d'enregistrement interactives et des applications d'événements mobiles ou remplacer les billets physiques/papier par des billets électroniques, des codes QR ou des solutions de technologie portable.

Commandes en ligne

Certains événements permettent aux participants de faire des achats sur place, par exemple les matchs sportifs, les spectacles en direct, les jours de marché, etc. Les centres événementiels peuvent améliorer l'expérience des participants lors de ces événements et éviter les files d'attente inutiles en leur permettant d'acheter en avance de la nourriture, des boissons, des marchandises et de choisir des points de livraison ou de collectes spécifiques, ainsi que leurs préférences en termes d'horaires. De plus, les commandes en ligne aident les centres événementiels à augmenter leur panier moyen de vente en favorisant les opportunités de vente incitative. Les commandes en ligne améliorent également la trésorerie et réduisent le gaspillage en informant le personnel sur les besoins en termes de stock et de commandes pour les événements à venir.



Étape 5 : Analyser

L'avant-dernière étape du processus de gestion d'événements est la création de rapports détaillés pour analyser le succès de l'événement à la fois du point de vue de la performance commerciale et de la satisfaction clients. Voici quelques exemples illustrant comment les centres événementiels utilisent la technologie pour générer des analyses utiles et impactantes :

Les rapports automatisés

Créez des modèles de rapport personnalisés qui seront automatiquement distribués aux membres des équipes compétentes, à des intervalles réguliers (par exemple, immédiatement après un événement ou sur une fréquence quotidienne/hebdomadaire/mensuelle/trimestrielle/annuelle, etc.). Les rapports automatisés garantissent que tout le personnel soit sur la même longueur d'onde et dispose d'informations précises pour surveiller la performance commerciale, identifier les risques et planifier l'avenir. Par exemple, vos rapports automatisés peuvent inclure :

- Rapports des ventes, incluant le nombre de pistes commerciales, les taux de conversion, les prévisions, les revenus de l'événement par type d'événement, les revenus de l'événement par segment de marché, etc.
- Analyses des profits et pertes (P&L) par événement.
- Résumé des factures impayées et des paiements.
- Rapport sur contrôle des stocks pour les inventaires.
- Rapport sur le trafic généré (utilisation) et l'occupation.

Affichage des indicateurs clés de performance (KPI) sur les tableaux de bord

Assurez-vous que le personnel surveille ses Indicateurs Clés de Performance (KPI) en créant des tableaux de bord personnalisés au sein de votre plateforme de gestion d'événements. Un contrôle régulier favorise l'identification et la résolution de tout frein à la performance et encourage le personnel à travailler en alignement avec les objectifs de l'entreprise.

Enquêtes de satisfaction interactives

Il est important d'envoyer des enquêtes de satisfaction à l'organisateur et aux participants de l'événement pour comprendre votre Score Net de Promoteur (NPS). Vous pouvez proposer des sondages interactifs pendant l'événement, sur place, sur des applications mobiles, ou vous pouvez les envoyer par email après l'événement.



Suivi des opportunités perdues

Utilisez une plateforme de gestion d'événements pour enregistrer les informations sur les opportunités qui n'ont pas converti. Cette démarche vous permettra d'identifier les leviers d'amélioration pour mieux performer. Par exemple :

Prix

Supposez qu'un client prospect indique que vos prix sont trop chers, devriez-vous revoir votre grille tarifaire ? Ou devriez-vous améliorer la communication sur votre positionnement haute-gamme sur et le rapport qualité-prix de vos services ?

Date Demandée

Avez-vous reçu plusieurs demandes pour une date spécifique ? Si c'est le cas, envisagez d'imposer une dépense minimale pour réserver cette date afin d'augmenter votre futur rendement.

Manque de Fonctionnalités/ Espace Limité

Les clients sont-ils régulièrement confus par rapport aux espaces ou aux services/installations que vous offrez ? Si c'est le cas, comment pouvez-vous améliorer votre offre de produits/services afin que les clients prospects la comprennent mieux ? Alternativement, pouvez-vous utiliser cette remontée d'informations pour suggérer de futurs investissements, tels que des plans de rénovation ou d'extension relatifs à votre offre de produits/services ?

CONSEIL PRO

Créez un écosystème tech entièrement intégré pour améliorer l'intégrité des données et l'exactitude des analyses

Combien de systèmes utilisez-vous dans votre organisation ? Par exemple, avez-vous souscrits à des technologies différentes pour la Gestion de la Relation Client (GRC ou CRM), la comptabilité, le pointage et le planning des ressources humaines, le marketing de contenu, la gestion des points de vente (Point Of Sales, POS), les paiements en ligne, la gestion des risques et les enquêtes de satisfaction client ? Si c'est le cas, vous devriez intégrer toutes les applications dans votre Ecosystème Tech afin de minimiser les risques résultant d'une gestion de données incohérentes et disparates.

Quels sont les avantages de l'intégration pour votre écosystème tech ?

Éliminer la duplication des données et améliorer l'intégrité des données.

Créer un aperçu à 360 degrés des indicateurs commerciaux clés et des analyses détaillées dans l'ensemble de vos applications.

Améliorer la trésorerie en rationalisant vos processus de rapprochement comptable.

Étape 6 : Fidéliser

La dernière étape du processus de gestion d'événements est la fidélisation de votre clientèle existante et l'incitation à la récurrence de réservations. Il existe de nombreux avantages à la fidélisation : la réduction des coûts d'acquisition, l'accélération du processus de vente, l'opportunité d'augmenter le panier moyen des ventes en incitant à l'achat de produits et services complémentaires, et surtout, une réduction de la charge de travail de votre personnel pour capturer et convertir la réservation. Voici trois principales techniques de fidélisation implémentées par les centres événementiels :

Récompenses pour les meilleurs clients

Utilisez votre plateforme de gestion d'événements pour identifier vos meilleurs clients et remerciez-les pour leur fidélité avec des optimisations de plateformes gratuites et d'autres privilèges VIP pour les encourager à continuer de réserver de façon récurrente. Par exemple, en fonction du type de lieu, vous pourriez offrir :

- Des options de réservation prioritaire sur leurs dates clés.
- Des sur-classements sur les forfaits boissons/banquets.
- Des billets ou accès à d'autres espaces/expériences au sein de votre établissement, par exemple des visites guidées, des accès à des zones restreintes, des bars ou des expériences interactives telles que les musées, etc.

Tenir les clients informés

Stimulez la curiosité de vos clients en leur communiquant régulièrement des informations éducatives et intéressantes sur l'activité de votre centre événementiel. Par exemple, informez sur les changements saisonniers de vos menus, les promotions, les fêtes/jours de célébrations, etc. En plus de promouvoir votre établissement sur les réseaux sociaux, utilisez votre plateforme de gestion d'événements pour contacter vos clients par courriel à intervalles réguliers afin que votre centre événementiel soit en tête de liste lorsqu'ils cherchent un lieu pour organiser un futur événement.

CONSEIL PRO

Augmentez votre performance commerciale avec des programmes de parrainage

Élargissez votre clientèle en encourageant le bouche à oreille pour le parrainage de clients. Utilisez votre plateforme de gestion d'événements pour faire le suivi des parrainages générés par vos clients existants, et remerciez-les avec une récompense spécifique pour chaque nouveau client parrainé. Comme pour les réservations récurrentes, les programmes de parrainage réduisent le coût d'acquisition et accélèrent le processus de vente.



A Vos Marques

Il existe désormais de nombreuses technologies innovantes qui sont adaptées à tous les types de centres événementiels, et pertinentes pour relever les défis actuels et futurs en matière de gestion d'événements. Il convient de considérer votre activité événementielle comme un écosystème – lorsque toutes vos tactiques (en ligne et hors ligne) fonctionnent en synergie, vous créez un environnement favorable à la création de moments exceptionnels.

Vous rendrez cela possible en choisissant une plateforme proposant des solutions de bout-en-bout, et en favorisant ainsi l'innovation et l'efficacité pour votre centre événementiel. Dès lors, vous pourrez remplacer la complexité par la clarté sur l'ensemble de votre écosystème événementiel.

Bonne chance !

Si vous avez besoin de soutien, contactez-nous dès aujourd'hui pour découvrir comment Momentus peut vous aider à simplifier vos processus, augmenter votre efficacité et maximiser votre retour sur investissement.

À propos de Momentum

Momentum Technologies est une plateforme de renommée mondiale offrant des solutions de gestion d'événements pour les centres événementiels de grande envergure, et permettant à ces organisations de créer des moments extraordinaires. Avec plus de 50 000 utilisateurs dans plus de 50 pays, Momentum répond aux besoins des centres de congrès et de conventions, des parcs d'expositions, des établissements de l'enseignement supérieur et centres universitaires, des grandes entreprises, des stades et des arènes, et des centres d'arts et de culture. Sa plateforme puissante, intuitive et intégrée à des solutions de données de pointe permet aux utilisateurs de visualiser les opérations d'événements passées, présentes et futures pour accroître la visibilité de bout en bout, optimiser l'efficacité et atteindre les objectifs commerciaux. Fondé en 1985, le siège de Momentum est basé aux États-Unis. Les employés de l'entreprise travaillent dans le monde entier, dans les bureaux régionaux ou à distance. Pour en savoir plus, visitez gomomentum.com.

Contactez-nous

