

12 conseils pour créer un événement mémorable

Comment créer un événement marquant ? Vous savez, ceux qui laissent une trace en vous et vous invitent à la réflexion et/ou à l'action. La réponse de Rose Bloomfield d'Ideas on Stage.

Temps de lecture : minute

14 novembre 2019

Pour moi un événement marquant c'est un peu comme la pâte à cookies : les petits morceaux de sucre croquants mélangés au beurre, le parfum exotique de la vanille se mêlant à la puissance de l'arôme des pépites de chocolat noir. Avant même d'avoir commencé à faire dorer les cookies (mon " événement "), je sais que les ingrédients vont être essentiels pour réussir la recette. Créer un événement mémorable, c'est aussi simple et assez similaire. Tout dépend de ce que l'on y met pendant la préparation pour obtenir un excellent résultat. Et pour créer un événement mémorable, il faut avoir quatre ingrédients clés :

1. But
2. Équipe
3. Créativité
4. Action

Bien sûr un bon jingle, un thème fédérateur, un excellent maître de cérémonie ou un intervenant brillant peuvent faire la différence, mais avec juste ces quatre ingrédients, je suis convaincu que vous pouvez apporter le petit " plus " qui fait la différence pour votre événement, que ce soit une conférence médicale, produit, une AG d'actionnaires ou un événement TEDx.

Un événement exceptionnel, c'est comme un bon roman, il repose sur l'action. Le but pointera vers les actions à incorporer. Voici donc mes douze conseils pour rendre votre événement mémorable.

Moins c'est plus (surtout lors des présentations)

Si les présentations classiques, de format long, sont souvent plébiscitées pour ouvrir ou clôturer une conférence, elles ne sont pas la meilleure façon de communiquer de l'information. Voici plusieurs méthodes pour établir une connexion et un dialogue avec votre auditoire pendant et après la présentation :

Soyez concis : Lorsque vous utilisez une présentation, soyez sûr de capter à nouveau l'attention de l'auditoire toutes les dix minutes, comme le rappelle John Medina, l'auteur des " 12 lois du cerveau ". Vous pouvez le faire en posant une question ou en partageant une anecdote chargée d'émotion. Plus nous sommes concis et tournés vers l'Autre, plus notre message sera retenu. Limitez vos messages clés à trois, maximum.

Panel : Rassemblez quelques influenceurs et experts reconnus, internes ou externes. Visez la différence, la diversité des opinions, et faites appel à un modérateur expérimenté pour créer une discussion dynamique et engagée.

Questions — réponses : Donnez l'opportunité à votre auditoire de poser des questions. Donnez des réponses sincères, claires, directes et concises. Cela peut être particulièrement utile lors du déploiement d'un nouveau projet, ou pour aider à reconstruire la confiance sur un sujet ou autour d'un leader.

Groupes de travail : Donnez la possibilité à votre équipe de travailler en plus petits groupes pour discuter d'un sujet ou d'une question clé avec

suffisamment de règles pour qu'ils sachent comment utiliser leur temps efficacement. Chaque groupe restitue ensuite ses conclusions à travers un porte-parole.

Soyez actifs !

Cela ne veut pas dire que les personnes ne doivent jamais s'asseoir ou être artificiellement gardées en mouvement. Il ne suffit pas non plus de juste inclure un escape game et se dire qu'on sera actifs. Ce que je suggère est de faire appel à tout le potentiel de votre équipe. Nous sommes des êtres humains, pas des ordinateurs. Nos cerveaux fonctionnent beaucoup mieux lorsque nous ne restons pas assis en permanence. Le mouvement, les activités créatives et la collaboration améliorent l'apprentissage et la mémoire. Voici quelques idées pour mettre de l'action dans vos événements :

Ateliers pratiques : lorsque les participants mettent les mains dans le cambouis, touchent le problème et recherchent des solutions, d'autres compétences sont sollicitées, l'engagement augmente, ainsi que leur implication dans la recherche de solutions. L'utilisation de LEGO en particulier peut apporter une toute autre dimension à ces ateliers.

Pitch : Au lieu de longues présentations, essayez de faire des pitches de 2 à 5 minutes. C'est encore plus amusant lorsqu'on organise un concours, avec l'élection du pitch le plus persuasif ou le plus créatif.

Séance de brainstorming : avant d'écouter une présentation, pourquoi ne pas demander à votre équipe de se répartir en petits groupes autour d'un tableau, de définir un temps donné et de la faire réfléchir sur une question ou un problème lié au sujet de la présentation ou à l'événement. Après cela, ils seront beaucoup plus réceptifs, à l'écoute de ce que vous voudriez partager avec eux car ils ont eu l'occasion de réfléchir en premier lieu aux besoins.

Jouer : Demandez aux participants d'improviser un sketch, d'enregistrer une vidéo ou d'écrire une chanson conformément au but de l'événement. Penser différemment et partager crée de nouvelles synergies, instaure la confiance entre les groupes et libère de nouvelles idées.

Rendez-le mémorable avec de l'inattendu

Nous avons vu des sociétés traditionnelles accueillir des conférences technologiques et des équipes pharmaceutiques présenter leurs résultats de manière originale, créant un moment de surprise et d'émerveillement dans l'auditoire. Cela fait toute la différence. Voici quelques conseils pour pimenter votre événement :

Thème : donner un thème unificateur à votre événement va lui donner plus de sens. Nous avons travaillé sur un événement appelé " SHIFT ", dont l'objectif était de changer la culture de la société pour la rendre plus efficace, connectée et centrée sur le client. Ils ont utilisé des activités comme tester une Tesla et un simulateur de Formule 1 pendant les pauses.

Team building : nous avons également travaillé sur un événement qui incluait une chasse au trésor en équipe autour d'Athènes, près du lieu de la conférence. Des idées géniales peuvent surgir au moment où on s'y attend le moins, comme lorsqu'on se réfugie dans un café grec pour éviter une averse.

Des choses simples : avez-vous déjà laissé une note de bienvenue à votre événement ou un petit cadeau dans la chambre de vos invités pour leur souhaiter un bon séjour ? Ou inviter vos équipes à porter leur t-shirt favori ? Ou tout le monde la même couleur ? Pourquoi ne pas avoir une fête la durée d'une seule chanson au milieu de la conférence ? Avec pour résultats bouger, rire et se sentir revigoré.

N'évitez pas les pauses : nous suggérons la règle " Disney " qui veut que nos besoins naturels nous appellent environ toutes les heures et 20 minutes, surtout lorsqu'on boit du café pour rester attentif. Pensez également à faire des pauses plus longues toutes les trois heures pour un repas ou un snack. Une nourriture saine évitera à vos participants de tomber dans un semi-coma lors de leur digestion.

En résumé, les événements peuvent être mémorables, pleins de sens et créer beaucoup de valeur, surtout lorsqu'ils sont actifs. Un événement qui rassemble, bien orchestré, dynamique et impliquant redonnera de l'énergie, de la motivation et de l'envie à vos collaborateurs. Cette énergie est précieuse pour relancer une initiative, améliorer le taux de rétention des employés et stimuler l'innovation.

Par Rose Bloomfiled, Directrice de présentation chez Ideas on Stage

Article écrit par Rose Bloomfiled