Écrit par merchid.berger@finances.gouv.fr (Merchid BERGER)
Jeudi, 09 Octobre 2014 00:00 -

Les participants se révèlent plus intéressés par les applications en lien avec l'évènementielque par les initiatives des médias sociaux
Si les organisateurs maintiennent leur intérêt pour les réunions virtuelles, les participants sont plus demandeurs d'expériences virtuelles

Paris, le 9 octobre 2014 – La technologie influence chaque aspect du commerce mondial. Dans ce contexte, l'étude publiée aujourd'hui par American Express Meetings & Events se penche sur les différentes mutations en cours dans le secteur de l'évènementiel, liées aux technologies émergentes, ainsi que sur la façon de tirer profit de ces innovations pour accroître l'adhésion et la productivité, tout en générant un meilleur retour sur investissement. Le rapport d'American Express Meetings & Events,intitulé « Grandes espérances : l'utilisation de la technologie dans les réunions, un domaine en pleine évolution » souligne, au travers de l'analyse de trois aspects de l'évolution technologique (les réunions virtuelles et hybrides, les médias sociaux et les applications en lien avec l'évènementiel) les similitudes et les décalages qui existent entre les attentes des participants et celles des organisateurs.
Issa Jouaneh, Vice-Président et Directeur Général d'American Express Meetings & Events, déclare : « Aucours des dix dernières années, les smartphones et l'utilisation de données sans fil ont bouleversé l'expérience des réunions et des évènements, aussi bien pour les organisateurs que pour les participants,leur permettant de tenir des réunions à tout moment et en tout lieu, grâce aux technologies virtuelles, et d'intégrer des applications aux logiciels de conférence ». Elle ajoute : « Ces technologies offrent davantage de possibilités aux organisateurs de favoriser l'adhésion et de susciter et enregistrer des commentaires en temps réel, tout en permettant aux participants de bénéficier d'une expérience plus connectée et enrichissante, tout au long de l'évènement. Cependant, notre étude a démontré qu'il existait un décalage entre les dispositifs que les organisateurs souhaitent incorporer à leurs évènements et ceux que les participants s'attendent à trouver au cours de leur expérience. Ils se rejoignent cependant sur un point : quelle que soit la qualité de la technologie employée, rien ne remplace les réunions ditesphysiques».

Les applications pour les réunions et l'évènementiel jugées indispensables pour la planification

Les applications en lien avec les réunions et l'évènementiel ont gagné en popularité à l'occasion de conférences et salons professionnels dans la mesure où elles permettent de fournir aux participants des informations en temps réel et à portée de main. L'étude montre que 67 % des organisateurs de réunions et 55 % des participants considèrent les applications pour l'évènementiel comme étant importantes. Les organisateurs comme les participants estiment que parmi les différentes fonctionnalités des applications pour les réunions et l'évènementiel, celles relatives à la communication et à la planification sont les plus importantes, alors que celles permettant de participer à des jeux ou à des concours sont arrivées en dernière place chez les deux groupes. Les participants et les organisateurs considèrent également que la possibilité d'avoir accès au programme de l'évènement et à la description des sessions constituent des points clés, les participants précisant en outre qu'il leur arrive souvent d'utiliser les applications, sur place, pour programmer des réunions avec des exposants et autres participants.

Les médias sociaux plus considérés par les organisateurs que par les participants

Au cours des dernières années, l'utilisation des médias sociaux au cours des réunions et évènements s'est développée de manière exponentielle, les organisateurs et les participants

utilisant ces outils pour communiquer, obtenir des informations et partager leurs commentaires en temps réel. L'étude révèle toutefois que l'utilisation des médias sociaux est considérée comme plus essentielle par les organisateurs que par les participants, puisque 43 % des organisateurs, contre seulement 35 % des participants, estiment que les capacités à maîtriser les médias sociaux sont très importantes. À l'heure où la création de buzz sur les médias sociaux est devenue l'une des composantes majeures de la stratégie marketing globale des réunions et évènements, disposer d'un hashtag apparait plus important pour les organisateurs que pour les participants, les premiers plébiscitant à 41% ce procédé qu'ils jugent important ou extrêmement important.

Parallèlement, seulement 39 % des participants jugent très important de publier et lire des commentaires ou avis sur les réunions et évènements, contre 50 % des organisateurs. La participation à des jeux et concours via les médias sociaux obtient de faibles scores parmi les deux groupes, 54 % des participants et 41 % des organisateurs estimant que ces fonctionnalités ont peu d'importance.

L'intérêt croissant pour les réunions virtuelles ne détrône pas la préférence accordée aux réunions dites physiques

Les organisateurs et participants interrogés citent toute une série de raisons qui les incitent à participer à des réunions et évènements virtuels, mais les deux groupes affirment clairement préférer l'expérience globale qu'offre la participation en personne. Parmi les personnes interrogées, 74 % des participants et 85 % des organisateurs apprécient davantage les réunions dites physiques en raison des opportunités d'interaction sociale qu'offrent celles-ci. Si le nombre de réunions virtuelles proposées et réalisées ne cesse de croître, les organisateurs de réunions et les fournisseurs de technologie doivent encore travailler sur l'expérience globale qu'offre ce type d'évènement, dans la mesure où 47 % des participants et 49 % des organisateurs conviennent qu'il est difficile de participer activement à une réunion virtuelle, et que 68 % des organisateurs estiment en outre que les participants se laissent facilement distraire lors d'une telle réunion.

Néanmoins, l'étude montre également que les participants sont à la recherche de plus d'options leur permettant de participer à des réunions et évènements virtuels : 63 % des participants reconnaissent en effet qu'ils participeraient à davantage de réunions et évènements virtuels si l'option leur était proposée, un avis dont seuls 17 % se démarquent. Les organisateurs de réunions ne semblent toutefois pas avoir conscience de l'existence de cette demande, puisque 48 % des organisateurs interrogés ne pensent pas que les participants assisteraient à davantage de réunions et évènements virtuels si l'option leur était proposée. En outre, 45 % des participants estiment que la possibilité de participation virtuelle devrait être proposée pour l'ensemble des réunions et évènements alors que seuls 35 % des organisateurs sont de cet avis. Les fonctionnalités interactives, dont celles qui permettent de réaliser des enquêtes, gérer les questions/réponses en temps réel et autres techniques utilisées au cours des réunions, peuvent permettre de maintenir l'attention des participants tout en rentabilisant le temps et les sommes investis. Télécharger l'étude Great Expectations:The Evolving Landscape of Technology in Meetings

Consultez la source sur Veille info tourisme: American Express étude sur la technologie événementielle un domaine en pleine évolution