

ORGANISATION

SOUS-TRAITER

La gestion d'événements requiert une organisation pointilleuse. Ce savoir-faire reste une affaire de professionnels.

PHOTO: CORBIS



Organisation de conférences et congrès professionnels, les «event-planner» font-ils encore la différence ?

Voyage de récompense ou motivation, conférences, congrès ou soirées de gala, l'organisation des événements est un secteur en pleine évolution, plus ouvert depuis l'avènement de l'internet, mais toujours une affaire de pro.

Réussir son événement est un enjeu très important pour les entreprises. Qu'il s'agisse d'une soirée consacrée à des clients, d'un voyage de récompense, d'un congrès ou encore d'une conférence, chaque détail est important et rien ne doit être laissé au hasard. Pour cela, des professionnels sont depuis toujours à la disposition des entreprises qui désirent déléguer l'organisation de leur événement. Une solution clés en main qui permet de se décharger de la partie logistique et de se consacrer davantage au contenu et au message qu'on souhaite faire passer.

Un secteur en pleine évolution

Or, depuis quelques années, l'explosion d'internet et le développement de l'économie virtuelle ont d'abord inquiété les professionnels du secteur. La visio-conférence allait-elle remplacer les réunions physiques? Comme l'explique Marisa Forcella, Vice-présidente de Conventus SA, plus ancienne agence événementielle de Suisse romande, fondée en 1976, qui organise des événements de petite à très grande envergure, «les clients ont su s'approprier les nouvelles technologies pour

accentuer la spécificité de leurs événements. Quoi qu'il arrive, les besoins d'échanges «en direct» entre professionnels ne se démentent pas.»

Le «petit plus» qui change tout

Selon Rudy Alofs, PDG et propriétaire de Conventus SA, c'est sur un autre point qu'internet a radicalement modifié le visage de l'événementiel: «grâce à internet les clients ont appris à se renseigner et à trouver des solutions par eux-mêmes. Avant de venir nous voir, ils se font une bonne idée sur les lieux, les prix, etc., et arrivent souvent avec des demandes très précises. Ceci nous oblige davantage à prendre un rôle de consultant. Or, notre savoir-faire est ailleurs: il arrive qu'un client choisisse un endroit qui lui paraît convenir à ses codes (prix et standing) mais qui ne tient pas du tout compte du fait que le plafond est trop bas pour l'animation qu'il a prévue, par exemple. Notre valeur

ajoutée réside dans la capacité à connaître et à tenir compte de tous les paramètres qui entrent en jeu dans l'organisation d'un événement et à apporter de ce fait une solution globale.»

Bien choisir son «event-planner»

Le savoir-faire reste une affaire de professionnels nous dit Marisa Forcella, «un événement se doit d'être unique en approche et en solution apportée au client, unique en expérience vécue par les participants de l'événement. Nous faisons de la haute couture et non du prêt-à-porter.» Un bon indice pour choisir un «event-planner» compétent: celui-ci ne se contentera pas d'écouter vos requêtes, il sera aussi capable de les réfuter en fonction de son expérience et de vous conseiller une meilleure logistique. Enfin, il fera aussi preuve de créativité pour vous garantir la réussite de votre événement.

MARINA BORRIELLO

redaction.ch@mediaplanet.com



Marisa Forcella
Vice-présidente de
Conventus SA



Rudy Alofs
PDG et propriétaire de
Conventus SA

NOUVEAUTÉ

Depuis le boom des agences en ligne, la sous-traitance fait débat et les hôteliers sont bien décidés à reconquérir le marché des réservations professionnelles.

Les hôtels de luxe sont prêts à reconquérir leur marché

L'enjeu de la visibilité sur le net

Pour un hôtel, il est essentiel de communiquer et de s'assurer une visibilité sur le net. Pour cela, deux solutions s'offrent à lui: soit assurer sa propre communication (site internet, référencement, achats de mots clés, publicités, etc.), soit passer par une OTA (Online Travel Agency) pour apparaître en bonne place dans les moteurs de recherche, mais à quel prix? Au nom de la «parité tarifaire», l'hôtelier est obligé d'accorder les mêmes conditions tarifaires à tous ses prestataires; il lui est donc interdit de faire une promotion sur ces sites internet sans en faire bénéficier la centrale de

réservation. Par ailleurs, l'hôtelier se doit souvent de réserver un certain nombre de chambres à l'agence en ligne et ce même en période de forte activité (salons, congrès, périodes de vacances). D'autres dérives résultent de ce type de collaboration. Mécontents, les hôteliers ont décidé de reprendre les choses en main.

Reconquérir le marché de la réservation directe

Pour assurer leur indépendance sur le marché de la réservation, les hôtels mettent en place leur propre stratégie. C'est le cas de l'Hôtel Le Mirador Kempinski au Mont Pèlerin, où la politique de la Direction Générale est de travailler

plus en direct, en ayant moins d'intermédiaires. Comme le résume Olivier Steuermann, en charge de la commercialisation et du marketing/digital: «nous avons créé un système unique de réservation professionnel qui s'implante directement dans l'intranet des sociétés clientes via un widget (petit logo animé de l'hôtel). En cliquant dessus, cela permet aux clients de réserver des tarifs en bénéficiant d'offres sur mesure et en passant par notre site internet.» Ce système permet de fidéliser cette clientèle en lui offrant des offres dédiées tant professionnellement que pour son usage personnel, de constituer une base de données propre à l'hôtel et surtout de

payer moins de commissions aux agences qui sont des intermédiaires coûteux.

Les avantages pour le client

Le client profite de ce système en accédant à des offres combinées avec des services de luxe dont il n'aurait pas bénéficié via une agence. «Lors d'un séminaire par exemple, nous dit Olivier Steuermann, le client aura accès au soin du SPA GivENCHY voire à la dépose en hélicoptère sur les pistes de ski.» Un bon moyen de séduire une clientèle BtoB à titres professionnels et privés.

MARINA BORRIELLO

redaction.ch@mediaplanet.com

PUBLICITÉ

VOTRE CROISIÈRE SUR MESURE

Un cadre unique et un service personnalisé promettent un événement exceptionnel. Osez l'exclusivité! Réservez un de nos bateaux et offrez à vos invités une expérience privilégiée sur le lac Léman.

N'hésitez plus! Contactez dès à présent notre équipe CGN-Exclusive. Nous nous ferons une joie de vous accompagner tout au long de votre projet pour que votre événement soit inoubliable.

www.cgn.ch/exclusive
+41 (0)21 614 62 18

CGN-EXCLUSIVE