



acmé

**5 TIPS POUR CRÉER
DES ÉVÉNEMENTS QUI
CAPTIVENT**

UN LIVRE BLANC SUR
LES SECRETS DE CONCEPTION, D'ENGAGEMENT
ET D'ÉMERVEILLEMENT

INTRODUCTION



Notre livre blanc "**Événements Captivants : Secrets de Conception, d'Engagement et d'Émerveillement**", vous ouvre les portes vers un univers où chaque détail compte et où chaque instant est une opportunité de laisser une **empreinte mémorable**.

En tant que cabinet de conseil événementiel, nous comprenons l'importance d'offrir des expériences uniques et significatives à vos participants.

C'est pourquoi nous avons rassemblé nos connaissances et notre expertise pour vous présenter cinq conseils essentiels qui vous guideront dans la création d'événements audacieux qui transcendent l'ordinaire et laissent une impression indélébile.

STRATÉGIE

X

CRÉATIVITÉ



SOMMAIRE

01

GÉNÉRER L'ATTENTE

02

CONCEVOIR

03

ENGAGER

04

ÉMERVEILLER

05

IMMORTALISER



01

GÉNÉRER L'ATTENTE



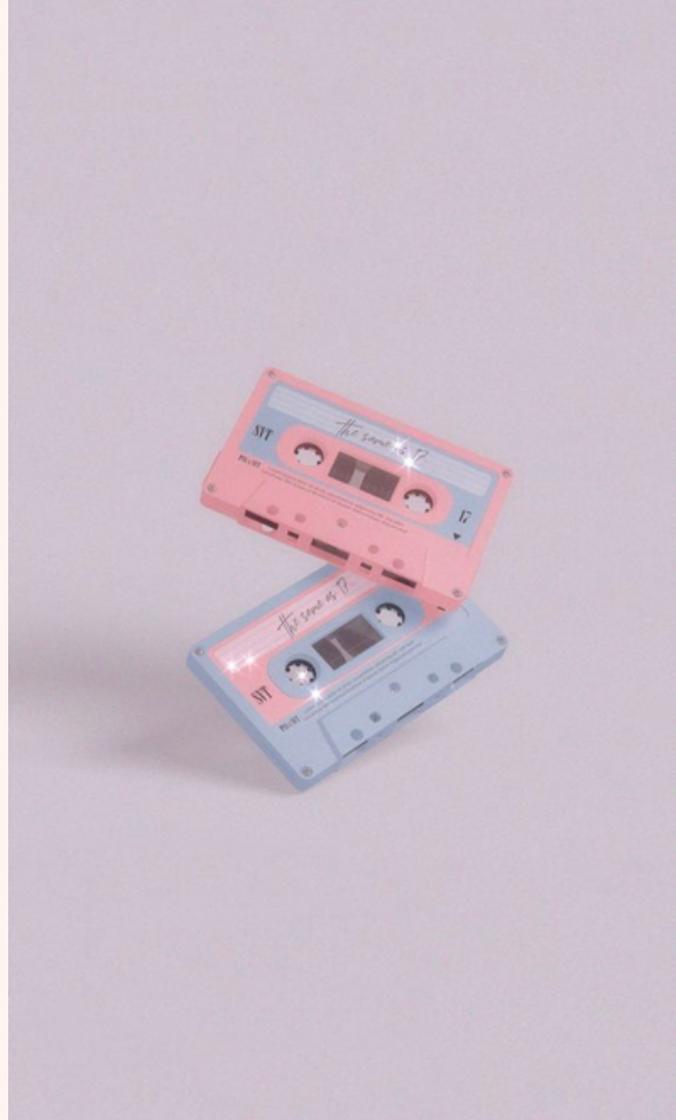
”

Le véritable secret pour captiver l'auditoire réside dans le talent de semer la graine de l'anticipation.

Harold Seymour

1. L'ART DE L'ANTICIPATION

Le teasing crée cette anticipation en révélant des **indices subtils**, des **aperçus énigmatiques** et des **avant-goûts** de ce qui est à venir. Il s'agit, à ce stade, de provoquer la curiosité et l'excitation de son auditoire.



2. CRÉER UN VOILE D'INTRIGUE

Au lieu de tout révéler d'emblée, l'idéal est de ne dévoiler que quelques infirmations laconiques et de **manière stratégique**.



Notre tip :

Juste assez pour éveiller l'intérêt mais pas suffisamment pour deviner les contours exacts de l'événement. L'invité doit être de la partie pour en savoir plus.



3. UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les plateformes de médias sociaux sont des outils formidables pour le teasing.

Encourager le partage autour d'une campagne originale et créer un des codes spécifiques à l'événement permet d'utiliser le pouvoir des réseaux pour rendre l'événement incontournable. **On ne voit plus que ça, on a besoin d'en faire partie.**

4. EXCLUSIVITÉ ET ACCÈS PRIVILÉGIÉ

Rien n'aiguise l'appétit comme l'idée d'avoir un **accès exclusif**. Chaque convive doit se sentir attendu et nécessaire, tout en comprenant que l'on lui ouvre les portes d'un univers auquel tout le monde n'aura pas accès.

Le choix des mots est primordial pour véhiculer le côté exclusif d'un événement : il s'agit de faire comprendre à son public que c'est un invité de marque sans qui l'événement n'a pas raison d'être.





5. TISSER UNE NARRATION ENGAGEANTE

L'excitation des convives atteint son acmé au moment où l'on commence à raconter l'histoire.

L'idée est d'envelopper les convives dans un monde en levant progressivement le voile sur le mystère et les secrets que l'on a gardés.

Rien n'est laissé au hasard : le film prend vie autour d'éléments minutieusement intentionnels.

Maintenant que vous maîtrisez l'art de créer l'envie d'avoir envie, il est temps de maîtriser l'art de captiver vos invités.





02

CONCEVOIR

”

La créativité n'est pas l'art de créer quelque chose à partir de rien, c'est l'art de transformer des expériences ordinaires en expériences extraordinaires.

William Chapman



1. THÈME ET CONCEPT FÉDÉRATEUR

Le choix du thème pour un événement va bien **au-delà d'une simple décoration**. C'est un moyen puissant de créer une connexion émotionnelle avec vos participants.

Le thème doit être en harmonie avec les objectifs et la nature de l'événement, tout en **capturant l'essence de ce que vous voulez transmettre**.



Notre tip :

Il vaut mieux commencer par penser à l'émotion que l'on veut que les participants ressentent et retiennent pour imaginer l'ambiance créative qui saura générer ces sentiments.



2. EXPÉRIENCE DU PARTICIPANT : CRÉER UN PARCOURS MÉMORABLE

L'expérience du participant est le cœur même de tout événement captivant.

Imaginez l'événement comme **une histoire à plusieurs chapitres**, avec chaque moment contribuant à l'ensemble.

Il faut penser un **parcours immersif** ponctuer de temps forts afin de guider les participants à travers différentes phases, depuis leur arrivée jusqu'à leur départ.



3. TRANSFORMER L'ESTHÉTIQUE EN ÉMOTION

Le design visuel et la scénographie sont les outils qui transforment l'espace physique de l'événement en un voyage **sensoriel et émotionnel**.

Des éléments visuels, tels que la palette de couleurs, les textures et les motifs, permettent de véhiculer un message et une émotion.



03

ENGAGER



”

Nous ne nous souvenons pas
des jours, nous nous
souvenons des moments.

Cesare Pavese



1. STORYTELLING : NOURRIR L'ENGAGEMENT

Un événement enveloppant doit posséder un fil conducteur qui apporte une continuité narrative aux différents temps forts et espaces.

Ainsi, les convives seront embarqués dans une histoire, soucieux de découvrir comment chaque aspect s'insère dans la trame narrative d'ensemble.



2. INTERACTION ET PARTICIPATION : CRÉER DES CONNEXIONS ACTIVES

Plutôt que d'être simplement des spectateurs, les participants deviennent des acteurs de l'expérience.

A travers des présentations interactives, des sessions de questions-réponses et des ateliers de partage, les participants sont invités à contribuer activement et cela **favorise les échanges d'idées.**



3. TECHNOLOGIE ET INTERACTION

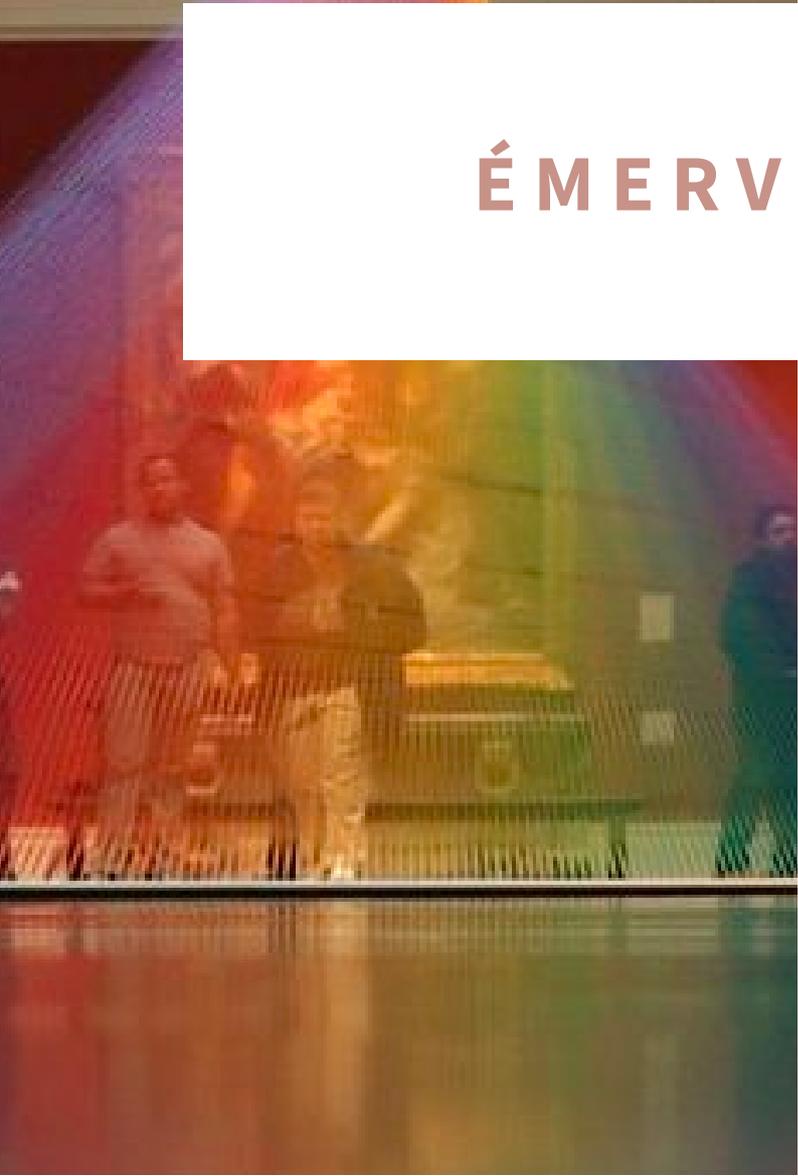
Les outils technologiques peuvent être des catalyseurs puissants pour l'engagement des participants.

Créer une plateforme dédiée à l'événement ou utiliser un système de messagerie groupé ou encore intégrer des systèmes de vote en temps réel sont autant de méthodes permettant de **personnaliser l'expérience et de fluidifier les échanges.**



04

ÉMERVEILLER



”

Les gens oublieront ce que vous avez dit, ils oublieront ce que vous avez fait, mais ils n'oublieront jamais comment vous les avez fait se sentir.

Maya Angelou



1. CRÉER DES ESPACES ÉTONNANTS ET UNIQUES

Le choix des lieux peut grandement contribuer à l'émerveillement des participants.

Les espaces inhabituels ou même des espaces communs transformés et éloignés de leur vocation première peuvent susciter l'étonnement dès l'arrivée.



2. ÉLÉMENTS DE SURPRISE

Ponctuer l'événement d'un temps fort inattendu permet de créer une pause durant laquelle les convives concentrent leur attention sur le même élément.

Ces expériences laissent une impression durable et mémorable sur les participants, tout en les réunissant autour d'un souvenir commun.



3. EXPÉRIENCES SENSORIELLES

Une expérience enveloppante doit interpeller tous les sens de celui qui la vit.

Il faut ainsi captiver l'auditoire à travers des jeux de lumières imbriqués dans une expérience sonore et introduire des saveurs surprises.

Ces éléments deviennent des animations à part entière qui s'imbriquent dans le film de l'événement et dans le thème enveloppant choisi.



05

IMMORTALISER

”

Les souvenirs sont la toile de fond de nos vies, les fragments de moments qui continuent à briller même lorsque le rideau tombe.

Richard Paul Evans

1. PROLONGER L'EXPÉRIENCE AU-DELÀ DE L'ÉVÉNEMENT

Les souvenirs et les cadeaux sont bien plus que de simples objets - ils sont des porteurs de mémoire, des rappels tangibles de l'expérience que les participants ont vécue.

Offrir des attentions personnalisées et bien pensées est une manière puissante de prolonger l'expérience de l'événement au-delà de sa conclusion.



2. DES SOUVENIRS QUI ONT DU SENS

Utilité et Durabilité : Les objets durables et pratiques auront plus de chances d'être utilisés et de prolonger ainsi l'impact de l'événement.

Continuité de Marque : Le branding de la marque peut être subtilement intégré dans les cadeaux. Cela permet aux participants de garder un lien avec l'organisateur et de se souvenir de l'événement lorsqu'ils utilisent le cadeau.

Expérience Emotionnelle : Chaque cadeau doit être associé à une histoire ou à un moment particulier de l'événement. Cela transforme l'attention en un véritable souvenir émotionnel et renforce les liens avec l'expérience vécue.





3. UNE IMAGE VAUT MILLE MOTS

Les convives seront enchantés de découvrir le contenu produit pendant la soirée tel que les photos, vidéos ou une création artistique. Ces souvenirs sont les aspects les plus personnalisés d'une soirée mémorable.

L'envoi du contenu peut également présenter une occasion de créer du teasing sur un prochain événement ensemble.





Dans ce livre, nous vous dévoilons les principes gagnants que nous avons extraits de dizaines d'événements organisés. Chacun de ces principes est le fruit de notre expérience, de notre passion et de notre engagement envers l'art de la conception événementielle.

N'hésitez pas à nous écrire et à nous raconter votre histoire - nous serions ravis d'écrire la suite avec vous.

acmé

acmé

CONTACTEZ-NOUS



Aurore Abecassis



+33 7 63 85 37 12



Aurore@acmeparis.fr



Armand Jouhet



+33 7 56 91 82 70



Armand@acmeparis.fr

et sur les réseaux sociaux :



www.acmeparis.fr



Acmé Paris



AcmeParis