

# note de VEILLE



septembre 2017

Diffusée aux membres et partenaires d'AEC et de Digital Aquitaine, cette Note de veille mensuelle sur les mondes numériques vous délivre un diptyque actualités territoriales – tendances globales à déguster très frais.

## EVENTECH, MANIFESTATION DE LA DONNÉE DANS L'ÉVÈNEMENTIEL

En juillet était annoncé un appel à manifestation d'intérêt «**Event-Tech**» par la Région Nouvelle Aquitaine, marquant l'intérêt de la collectivité pour les technologies et autres solutions numériques au service de l'évènementiel, des manifestations culturelles et du développement touristique des territoires.

De fait, la tendance est au changement. L'évènement n'est plus un simple moyen d'informer, de pousser du contenu vers son public, mais il est désormais aussi l'occasion pour le public de s'exprimer. Remettre le visiteur au centre de la manifestation passe par une multiplication d'interactions avec lui, avant, pendant mais aussi après l'évènement. Ce renouveau a deux intérêts. En plus d'améliorer l'expérience vécue, ces nouvelles interactions permettent aux professionnels de mieux comprendre le public et ainsi de lui proposer une offre de mieux en mieux adaptée. Pour exemple en amont de l'évènement, le public peut désormais être invité à prendre part à l'organisation, jusqu'à le co-créer. C'est notamment le cas du festival **SXSW** qui propose au public depuis 2007 d'élire 30% des intervenants et sujets des conférences via son **PanelPicker**.

Mais quelles sont ces solutions ? Pour quels enjeux ?

### La billetterie en ligne, premier fournisseur de données de l'évènement

Parmi les plus connues, **Ticketmaster** et **Digitick** qui sont des solutions de billetterie en ligne à destination des professionnels, tout comme le bordelais **Yuticket** ou le toulousain **Festik**. **Eventbrite** se positionne comme plateforme de billetterie en libre-service. Elle permet de découvrir et de participer aux manifestations autour de soi ou en fonction de ses intérêts, tout en permettant à tout un chacun d'élaborer, partager ses propres évènements. Au final l'ensemble de ces solutions permet de créer, promouvoir et de gérer les inscriptions aux manifestations, gratuites comme payantes avec chacune leurs spécificités.

La société **ticketswap** offre la possibilité d'acheter et de vendre des e-billets d'occasion en toute sécurité. La fraude y étant empêchée par des contrôles stricts et des collaborations avec les partenaires et organisateurs. De plus, la vente ne se fait pas de façon anonyme, puisqu'il y a obligation de se connecter avec son compte Facebook, ce qui ajoute un élément de réassurance. La solution permet dans le même temps de lutter contre les prix abusifs. Les vendeurs ne pouvant pas demander plus de 120% du prix affiché sur le billet.

La billetterie en ligne en plus de son impact écologique et de ses aspects pratiques dus à la suppression des billets papier, permet au final surtout de générer des données. Sur leurs usages, dates, lieux, jours, achats, reventes, tarifications acceptées par les utilisateurs, préférence et récurrence d'achat, pour quels types d'évènements... En d'autres termes, elle permet de qualifier les informations détenues sur chacun des clients d'un évènement et donc, grâce à un travail d'analyse, donne la possibilité aux organisateurs, d'augmenter le taux d'engagement des visiteurs et de mieux les solliciter pour des manifestations futures.

### Améliorer l'expérience visiteur tout en informant les professionnels

Pendant l'évènement, les solutions de **Community Wall** et de **Multi Wall**, se matérialisant par des écrans interactifs affichant les flux de données de manière ludique et dynamique, permettent au public invité d'envoyer commentaires, photos et questions par SMS, Twitter, Instagram, Facebook... l'idée étant de faire interagir le public, de l'inciter à communiquer pour le rendre acteur de l'évènement. Dans le même ordre d'idée, **Bewi** propose une solution clés en main, pour inciter les visiteurs à réagir et

pour permettre aux organisateurs de communiquer, questionner, sonder leur audience via des quizz, des votes, des selfies... le tout en temps réel notamment lors des plénières.

**Sciensio** est une solution de messaging à déployer sur les événements pour faciliter le dialogue entre les organisateurs et le public. Un moyen d'améliorer sa satisfaction, en répondant à ses besoins et ses interrogations, le plus rapidement possible.

Parce que l'avis et le retour des visiteurs et spectateurs est important, la solution bordelaise **yoopé** propose aux lieux d'accueil une solution numérique pour interroger ses visiteurs sur place, venant en complément des questionnaires de satisfaction classiques, généralement envoyés à la suite de la manifestation.

Pour faciliter les interactions entre les publics, des solutions existent pour organiser des rencontres thématiques ou des rendez-vous spontanés entre visiteurs. Dans l'idée, la solution **beemeet** va par exemple permettre aux organisateurs d'un événement de gérer les inscriptions et le placement des invités et fournira à chacun d'entre eux les contacts des personnes rencontrées. Il en va de même pour **dooliz** qui en plus de gérer les inscriptions, proposera de faciliter la prise de rendez-vous sur le site le jour J ainsi qu'une multitude de services liés à l'évènement et la gestion des invités (liste de présence, catégorisation des invités, aménagement de plan de table, élaboration de budget, site dédié à l'évènement...).

Le live stream est également un outil de communication au cœur des préoccupations des organisateurs.

Pour la promotion et la sortie d'un nouveau produit, pour diffuser plus largement et valoriser une expertise, pour dévoiler l'envers du décor et le travail des équipes, ou encore et surtout pour générer des interactions avec le public, au travers de commentaires par exemple.

Si l'on prend l'évènement en tant que tel, il est très peu porteur d'informations, si ce n'est le nombre et les noms des participants. Mais en remettant le visiteur au centre des manifestations et en l'incitant à interagir comme on vient de le voir, l'évènement devient un fourmillement de data. On peut désormais savoir ce qu'il pense ou comment il se situe par rapport à un thème ou un produit présenté. Ces informations couplées à la dématérialisation des paiements, aux logiciels CRM, aux informations circulant sur les réseaux sociaux et autres, va permettre aux organisateurs d'évènements de se diriger vers du sur-mesure et de doper leurs manifestations.

### Mesurer, quantifier et analyser les données générées

L'ensemble de cette donnée générée va par exemple permettre de mieux comprendre son public, son audience et par la suite de mieux communiquer avec. C'est ce que propose **delight data** afin de réduire les invendus en billetterie de spectacle en permettant de mieux diffuser, de mieux informer le public et donc de mieux commercialiser et optimiser le taux de remplissage des salles de spectacle. La solution **eazier** quant à elle permet de collecter les informations issues des applications et réseaux sociaux liés à l'évènement, de les traiter en temps

réel, de les croiser avec les informations clients issues des solutions de billetteries utilisées, le tout dans le but d'avoir une meilleure connaissance de ses clients et de mieux piloter ses événements. La société **Snaptrend** permet de détecter une tendance sur les réseaux sociaux et de la géolocaliser. Ainsi l'entreprise serait en mesure d'analyser l'impact d'un événement sur les visiteurs et de réagir en conséquence.

**Pims**, est une solution de pointage à destination des producteurs d'évènements. Elle va permettre de croiser l'ensemble des données de billetterie, mais également de les mettre en relation avec les données relatives aux ventes, aux campagnes marketing, de comparer les dates, les lieux, les jours... cela permettra par exemple de comprendre l'impact d'une campagne presse sur les ventes, de privilégier certaines dates dans certaines villes, ou encore de renforcer ses efforts d'investissement marketing sur certains jours, identifiés comme susceptibles de générer plus de ventes.

Enfin, dans un tout autre registre, la data peut également permettre de garantir la sécurité des participants à un événement. La société **welink**, est une plateforme d'analyse et de détection des risques qui s'appuie sur les conversations en ligne et les réseaux sociaux.

L'évènementiel est donc à son tour en proie à sa transformation numérique. Les innovations y sont nombreuses et ambitionnent toutes d'améliorer l'expérience côté visiteurs et l'efficacité côté organisateurs. En digitalisant les manifestations, en incitant les participants à interagir, l'évènementiel devient le nouveau terrain de jeu de la donnée.

Vous pouvez nous suggérer des thèmes que vous souhaiteriez voir traités dans une prochaine Note (ou Dossier) de Veille

Thèmes et rédaction//AEC  
www.aecom.org  
@agenceAEC  
Contact : veille@aecom.org

Thèmes et diffusion//Digital Aquitaine  
www.digital-aquitaine.com  
@DigitAqui  
Contact : communication@digital-aquitaine.com

*Cette Note de Veille est adressée aux seuls destinataires de ce message.  
Toute publication, utilisation ou diffusion doit être autorisée préalablement par l'agence AEC et le pôle DIGITAL AQUITAINE.*