

Webinaire

— Comment organiser
un événement dédié au
numérique d'intérêt général ?

*Produit dans le cadre de l'AMI "Outiller
la médiation numérique" - LE BOUQUET*



LE BOUQUET

Projet de l'AMI — Outiller la médiation numérique

Objectif : Développer une offre de services standardisée, mutualisée et co-construite, pour les territoires, à destination des hubs territoriaux pour un numérique inclusif

PHASE 1

SEPTEMBRE 2022

Réaliser un atelier lors de NEC22 pour faire émerger les services réellement déployés par les hubs sur les territoires.

PHASE 2

FÉVRIER À MARS 23

Mener une série de 12 entretiens auprès des hubs pour aller plus loin dans l'analyse des services déployés.

PHASE 3

AVRIL À SEPT. 23

Analyser le matériel rassemblé et le mettre en questionnement avec les acteurs de l'écosystème pour co-construire un plan d'actions.

PHASE 4

SEPT. À DÉC. 23

Co-produire des ressources autour de 3 thématiques : la formation professionnelle, l'organisation d'événement et l'impact des activités d'accompagnement des hubs.

Un projet Hinaura piloté par Zoomacom et des ressources conçues par Fréquence écoles

Comment concevoir un événement autour du numérique d'intérêt général sur son territoire ?

1
Choisir la formule d'événement adaptée
au contexte
du territoire

2
Consolider un
écosystème
et une communauté
d'acteurs

3
Se valoriser
(l'organisateur)
comme articulateur
du territoire

Qu'est-ce que le numérique d'intérêt général ?

Un futur numérique partagé, inclusif, sécurisé,
au service de la transition écologique et respectueux
des droits et libertés fondamentaux des individus.

CHOISIR LA FORMULE D'ÉVÉNEMENT ADAPTÉE AU CONTEXTE DU TERRITOIRE



*Avant de vous lancer dans la
préparation d'un événement,*

diagnostiquez le degré de maturité de votre territoire.

3 critères à observer :

- La solidité de l'écosystème des professionnels du numérique d'intérêt général
- L'existence d'événements ou de rencontres similaires sur le territoire
- L'engagement des décideurs territoriaux sur le sujet

Observer mon territoire pour définir mon objectif



L'écosystème
des professionnels

Il y a peu de communication
entre acteurs.

Les acteurs se connaissent
mais ne se mettent pas encore
en ordre de marche.

L'écosystème d'acteurs
est bien organisé et agit
en synergie.

Les évènements
existants

Il n'y a jamais eu de rencontres
entre acteurs.

Il y a déjà eu quelques
rencontres et/ou évènements.

Il y a déjà eu plusieurs
rencontres et/ou évènements.

L'engagement
des décideurs

Les décideurs ne sont
absolument pas engagés.

Les décideurs sont engagés et
certaines actions sont
subventionnées.

Les décideurs sont porteurs
ou partenaires des actions
et initiatives.



Niveau 1

Mon objectif est de :
Mettre en synergie les
acteurs du numérique
d'intérêt général.



Niveau 2

Mon objectif est de :
Créer les conditions de
l'action entre acteurs de
l'inclusion numérique, leur
permettre de se mettre au
travail.



Niveau 3

Mon objectif est de :
Développer de l'expertise
sur une thématique de
l'inclusion numérique et
favoriser une ouverture
nationale.

Niveau 1



Mon objectif :

Mettre en synergie les acteurs de l'inclusion numérique.

Les formats à privilégier :

1

PITCH

3

**ATELIER DE
TRAVAIL**

2

DÉMO

LA DÉMO



Découvrir des ressources adaptées aux enjeux de l'inclusion numérique

Description

Une présentation en direct d'un dispositif, d'une ressource, d'une plateforme.

L'objectif est de montrer ce que produit l'illustration, de démontrer ses avantages et son impact sur les publics concernés.

Limiter le public à une trentaine de personnes maximum pour rendre le format plus interactif, permettre aux professionnels intéressés de poser des questions et de tester l'outil présenté.

Valorisation

Une publication sur les réseaux sociaux avec une photo de la démo en mentionnant la structure invitée.

Ressources humaines

Un représentant de la structure conceptrice du dispositif, de la ressource.

L'ATELIER



Prototyper, élaborer un plan d'action ou produire des livrables sur des sujets précis

Description

Une session interactive et collaborative où les participants sont activement engagés dans des activités pratiques, des discussions ou des exercices.

L'objectif d'un atelier est de favoriser l'apprentissage, l'échange d'idées, la résolution de problèmes ou le développement de compétences.

Il est important de limiter le public à une vingtaine de personnes maximum, car ces ateliers peuvent prendre diverses formes : études de cas, jeux de rôle, conception...

Valorisation

Produire un livrable après l'événement : un rapport, un kit, un schéma... à partager sur un site ressource ou sur les réseaux sociaux.

Ressources humaines

Un animateur expert d'une thématique et/ou un designer facilitateur.

LE PITCH



Outiller les professionnels mobilisés avec des exemples probants

Description

Une présentation succincte et percutante d'un projet, d'une idée, d'une structure ou d'un produit.

L'objectif est de donner des exemples et des situations concrètes aux professionnels pour les outiller.

Un pitch est limité à quelques minutes, et couvre ces points essentiels : problème, solution, public cible, déploiement. Pour l'évènementiel, des séries de pitches sur la même thématique fonctionnent particulièrement bien.

Valorisation

Une publication sur les réseaux sociaux avec une photo du pitch en mentionnant la structure invitée.

Ressources humaines

Un représentant de la structure conceptrice du projet, du produit, de la solution.

Niveau 2



Mon objectif :

Créer les conditions de l'action entre acteurs de l'inclusion numérique, leur permettre de se mettre au travail.

Les formats à privilégier :

1

**ATELIER DE
TRAVAIL**

3

DÉMO

2

MASTERCLASS

4

RETEX

LA DÉMO



Découvrir des ressources adaptées aux enjeux de l'inclusion numérique

Description

Une présentation en direct d'un dispositif, d'une ressource, d'une plateforme.

L'objectif principal est d'illustrer son utilisation pratique, et de démontrer ses avantages et son impact sur les publics concernés.

Il est intéressant de limiter le public à une vingtaine de personnes maximum pour rendre le format plus interactif, permettre aux professionnels intéressés de poser des questions et de tester l'outil présenté.

Valorisation

Une publication sur les réseaux sociaux avec une photo de la démo en mentionnant la structure invitée.

Ressources humaines

Un représentant de la structure conceptrice du dispositif, de la ressource.

L'ATELIER



Prototyper, élaborer un plan d'action ou produire des livrables sur des sujets précis

Description

Une session collaborative engageant les participants dans des activités pratiques, des discussions ou des exercices liés à un thème spécifique.

L'objectif d'un atelier est de favoriser l'échange d'idées, l'apprentissage, la résolution de problèmes ou le développement de compétences spécifiques.

Ces ateliers (maximum 20 participants) peuvent prendre diverses formes : études de cas, conception de ressource, jeux, etc.

Valorisation

Produire un livrable après l'événement : un rapport, un kit, un schéma... à partager sur un site ressource ou sur les réseaux sociaux.

Ressources humaines

Un animateur expert d'une thématique et/ou un designer facilitateur.

LA MASTERCLASS



Développer ses compétences professionnelles et savoir-faire

Description

Une conférence éducative dirigée par un expert ou un professionnel chevronné dans un domaine spécifique.

L'objectif est de fournir aux participants des connaissances approfondies et de l'outillage pratique sur un sujet particulier.

Le nombre de participant peut être compris entre 30 et 80 personnes. L'expert se trouve dans l'idéal sur une scène avec un micro et un écran pour projeter des slides de présentation.

Valorisation

Une publication sur les réseaux sociaux avec une photo de la masterclass en mentionnant l'invité.

Ressources humaines

Un expert ou un professionnel chevronné dans un domaine spécifique.

LE RETEX



Découvrir l'expertise développée par un professionnel sur le terrain

Description

Une présentation pour partager les enseignements tirés d'une expérience spécifique liée à un projet, une initiative, ou une situation professionnelle.

L'objectif de cette présentation est d'informer les participants des réussites, des problèmes rencontrés, des leçons apprises, et des meilleures pratiques issues de cette expérience.

Limiter à 30 le nombre de participants permet de rendre le format plus participatif.

Valorisation

Une publication sur les réseaux sociaux avec une photo du retex mentionnant l'invité.

Ressources humaines

Un représentant de la structure concernée par l'expérience.



Mon objectif :

Développer de l'expertise sur une thématique de l'inclusion numérique et favoriser une ouverture nationale.

Les formats à privilégier :

1

**DESIGN
FICTION**

3

EXPLORCAMP

2

KEYNOTE

LE DESIGN FICTION



Projeter ses réflexions, analyser et collaborer dans une situation fictive

Description

Une session interactive qui utilise les principes du design fiction pour explorer des scénarios futurs et stimuler la créativité et l'innovation.

L'objectif est de favoriser la réflexion créative, de générer des idées novatrices, de réagir face à des futurs plausibles, le tout pour encourager la pensée critique.

Il est important de soigner la mise en scène pour favoriser l'immersion des participants.

Valorisation

Produire un livrable après l'événement : un rapport, un kit, un schéma... à partager sur un site ressource ou sur les réseaux sociaux.

Ressources humaines

Un animateur expert d'une thématique et/ou un designer facilitateur.

L'EXPLOR' CAMP



Découvrir un panel de ressources concrètes et capacitantes

Description

Une session de découverte active de plusieurs ressources et dispositifs, sur des formats courts.

L'objectif est de démontrer les cas d'usage et les formes de médiation autour de ressources, et d'outiller concrètement les professionnels dans leurs pratiques.

L'explor' camp est composé de plusieurs espaces chacun dédiés à une ressource, dans lesquels les participants circulent en petits groupes.

Valorisation

Produire des fiches sur chaque ressource présentée pendant l'explor'camp à partager sur un site ressource ou sur les réseaux sociaux.

Ressources humaines

Des médiateurs spécialistes et expérimentés sur l'utilisation des ressources présentées.

LA KEYNOTE



Découvrir un sujet et développer sa culture professionnelle

Description

Une conférence courte et dynamique dirigée par un expert ou un professionnel chevronné dans un domaine spécifique.

L'objectif est de faire découvrir aux participants une idée, un sujet ou une expertise précise, qui remet en question les acquis et les perspectives.

L'expert se trouve dans l'idéal sur une scène avec un micro et un écran pour projeter des slides de présentation.

Valorisation

Une captation vidéo de la keynote diffusée sur les réseaux sociaux en mentionnant l'invité.

Ressources humaines

Un expert ou un professionnel chevronné dans un domaine spécifique.



**CONSOLIDER
UN ÉCOSYSTÈME
ET UNE
COMMUNAUTÉ
D'ACTEURS**



Trois actions pour

augmenter votre communauté d'acteurs.

1

Identifier



2

Mobiliser



3

Engager



4

Fidéliser



Comment ??

Actions possibles

- Clarifier les cibles de l'événement et formaliser un livrable : la cible finale, les cibles relais / prescripteurs...
- Faire quelques rendez-vous préalables pour partager sa proposition d'événement avec des décideurs en tête à tête
- Créer une base de données qualifiées et créer un système d'opt-out plutôt que d'opt-in automatisés via un outil de gestion de newsletter :
 - L'opt-in, c'est obtenir le consentement du destinataire : s'il n'a pas dit "oui", c'est "non".
 - L'opt-out, c'est lorsque le destinataire de la publicité ne s'est pas opposé : s'il n'a pas dit "non", c'est "oui".
- Créer un kit d'embarquement / com personnalisé par type de public

Les données à surveiller :



MAILINGS

- Automatiser les mailings de construction de BDD
-



RÉSEAUX SOCIAUX

- Nettoyer son email > Note de délivrabilité
- S'abonner aux groupes utiles



Comment faire venir les acteurs à mon événement ?

Actions possibles

- Utiliser un outil de billetterie en ligne.
- Utiliser les réseaux de communication existants sur le territoire : agenda, newsletter, réseaux sociaux...
- Ne pas négliger l'impact du papier : dépliants, affiches déposés dans des structures ciblées.
- Faire du phoning, passer des coups de fil en direct aux publics souhaités.
- Créer des partenariats ou programmer des acteurs qui feront venir leurs propres publics.
- Lancer un appel à manifestation d'intérêt pour impliquer les acteurs dans la programmation.

Les données à surveiller :



MAILINGS

- ❑ *Le taux de croissance de la base de données de contact*
- ❑ *Le taux de clics : bien insérer un bouton ou un lien dans l'email*
- ❑ *Le taux de bounce*



RÉSEAUX SOCIAUX

- ❑ *L'augmentation du nombre d'abonnés*



BILLETTERIE

- ❑ *L'évolution des inscriptions. Attention, à 10 jours, on est sensé avoir toutes ses inscriptions !*



Comment faire vivre l'événement ?

Actions possibles

- Envoyer des informations complémentaires pour prendre soin des personnes inscrites : informations pratiques, accessibilité, feuille de route, météo...
- Faire du teasing : publication des formats et des intervenants invités
- Créer des événements dans l'événement : un déjeuner spécifique, des formats ludiques...

Les données à surveiller :



MAILINGS

- ❑ *Le taux de clics : bien insérer un bouton ou un lien dans l'email*



RÉSEAUX SOCIAUX

- ❑ *Le nombre de partages de publications*
- ❑ *Le nombre de likes*
- ❑ *Le nombre de commentaires*



BILLETTERIE

- ❑ *Le "no show" : le nombre de personnes inscrites qui ne sont pas venues à l'événement (moins de 20%)*



Comment faire vivre la communauté au delà de l'événement ?

Actions possibles

- Partager des ressources, des images, des photos produites à l'issue de l'événement.
- Envoyer un formulaire de satisfaction.
- Analyser et partager les retours : diffuser un bilan documenté, organiser une rencontre pour préparer le prochain événement...

Les données à surveiller :

MAILINGS



- ❑ Le taux de clics au questionnaire de satisfaction
- ❑ Le nombre de personnes qui ont pris contact après l'événement

RÉSEAUX SOCIAUX



- ❑ Le nombre de publications par les participants
- ❑ Le nombre d'abonnement aux différents comptes

BILLETTERIE



- ❑ Le nombre de personnes qui s'inscrivent à nouveau à un événement

**SE VALORISER
COMME
ARTICULATEUR
DU TERRITOIRE**



Trois piliers pour

se valoriser comme articulateur du territoire.

- Consolider économiquement le modèle de l'événement
- Structurer une gouvernance en lien avec son projet
- Faire la preuve de l'utilité de l'événement pour sa cause

L'événementiel n'est pas (vraiment) un modèle économique viable.

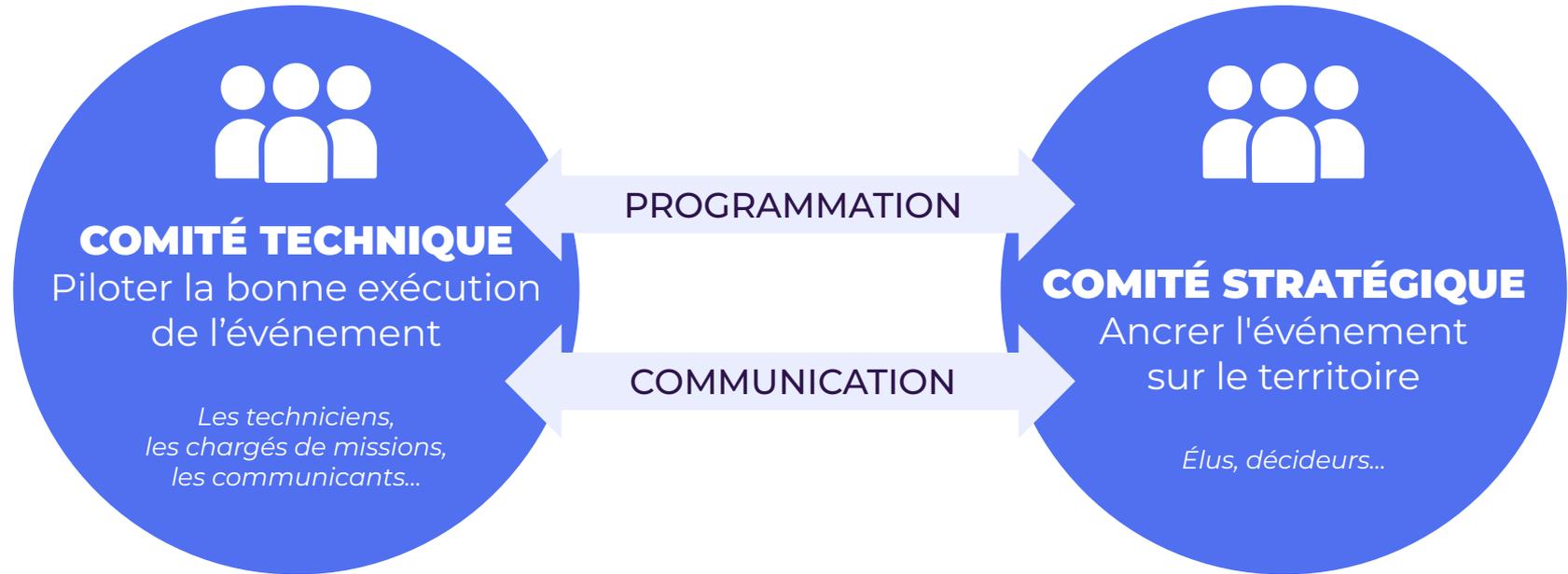
Le modèle économique de l'événement s'appuie sur les différents métiers de l'articulateur. C'est un investissement en lien avec sa stratégie.



Quelques chiffres / budget à connaître pour se rendre compte ?

Pour nourrir 100 personnes	2500 € TTC
Pour un accueil café pour 200 personnes	1200 € TTC
Pour 500 flyers, chez un imprimeur	50 € TTC
Pour une campagne via Acteurs publics Pour deux mailings auprès de 7500 élus et agents de collectivités	4500 € TTC
Un aller retour en TGV Marseille Lille en 2nd classe	188 €

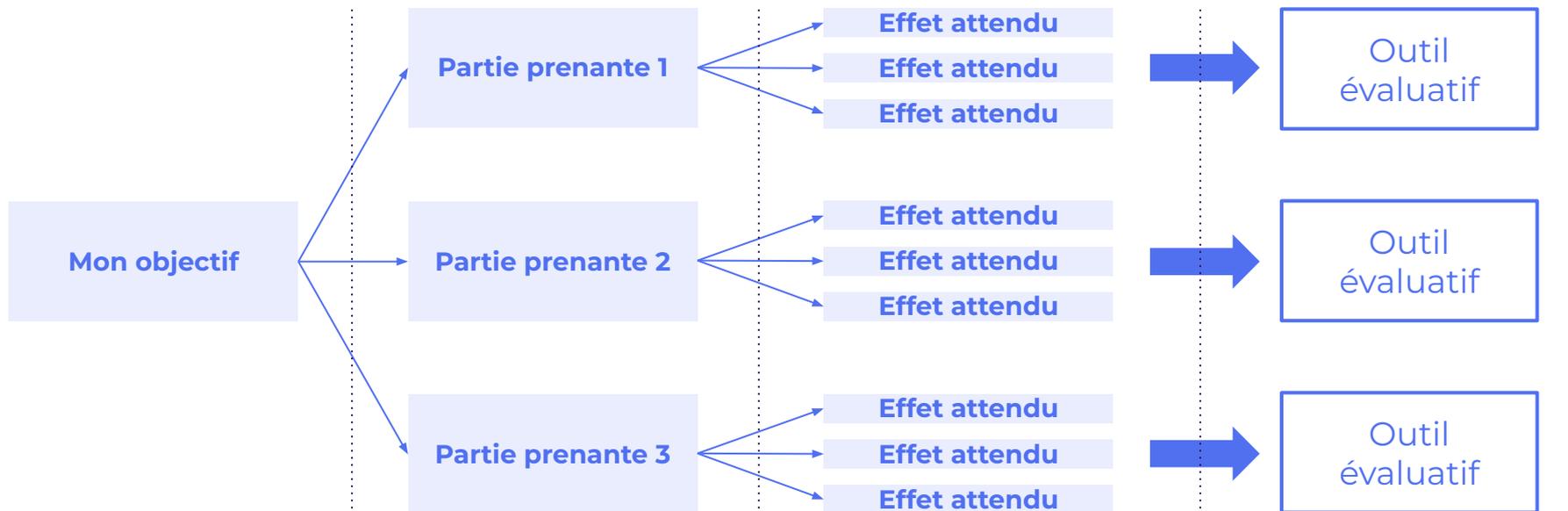
Quelles instances pour piloter l'organisation de l'évènement ?



Qu'est-ce que l'événement a produit ?



Une démarche évaluative à penser dès la conception de l'événement.



POURQUOI ?
Quel est l'objectif principal de l'événement ?

QUI doit être impacté par l'événement ?

COMMENT ? Quels sont les changements attendus ?

QUOI ? Quels outils pour évaluer les effets attendus ?

Quelques exemples d'outils évaluatifs



Sondages et Questionnaires en Ligne

Concevoir des sondages ou des questionnaires en ligne pour recueillir les commentaires du public sur différents aspects de l'événement, tels que la satisfaction globale, la pertinence des contenus, la qualité de l'organisation, etc.

Analyses des Réseaux Sociaux

Surveiller les médias sociaux pour mesurer l'impact de l'événement. Analyser les mentions, les hashtags, les commentaires et les partages pour évaluer la portée et l'engagement en ligne.

Entretiens et Groupes de Discussion

Organiser des entretiens individuels ou des groupes de discussion avec des participants pour recueillir des commentaires plus détaillés sur leur expérience.

Cette approche qualitative peut fournir des informations approfondies sur les perceptions et les sentiments des participants.

Évaluations en Temps Réel

Utiliser des outils d'évaluation en temps réel pendant l'événement, tels que des grilles d'observation ou encore de la datavisualisation tangible participative, pour permettre aux participants de donner leur avis instantané sur différentes sessions, activités ou aspects logistiques.

Webinaire

— Comment organiser un événement dédié au numérique d'intérêt général ?

Produit dans le cadre de l'AMI "Outiller la médiation numérique" - LE BOUQUET

