

GUIDE PRATIQUE POUR LES EVENEMENTS EN LIGNE



european
youth forum

Le fait d'organiser vos événements en ligne peut offrir de nombreuses opportunités d'avoir plus d'impact, d'être plus inventifs et aussi plus respectueux de l'environnement.

Convertir votre événement en un événement numérique offre la possibilité de l'ouvrir à une audience plus large. En permettant la participation de celles et ceux qui en temps normal ne pourraient pas y assister, ou être physiquement en un lieu donné au même moment, vous pouvez réduire les barrières de l'accessibilité et créer des lieux uniques d'interaction en ligne pour les orateur·trice·s, invité·e·s et participant·e·s.

Les événements en ligne permettent d'accéder à une audience plus large

Cela peut également réduire le fardeau logistique qui pèse sur vos épaules et celles de votre équipe, et être une alternative rentable pour atteindre les objectifs de votre événement. Éviter le voyage des participant·e·s et des orateur·trice·s implique que votre événement sera probablement plus respectueux du climat.

Cependant, les événements en ligne peuvent aussi comporter certaines difficultés. Par exemple, il peut s'avérer difficile de conserver l'attention du public pour une certaine durée et d'échanger de manière directe avec les participant·e·s. Ce guide vous donne toutes les informations dont vous avez besoin pour organiser un événement en ligne avec brio.

LE CONTENU

Avant de vous lancer dans l'aventure, il est bon de se poser une question : est-ce qu'un événement en ligne est le bon moyen de procéder ? N'oubliez pas qu'il existe de nombreuses alternatives pour engager le dialogue avec votre public en ligne. Prenez le temps nécessaire pour évaluer vos objectifs et voir s'ils pourraient être atteints de manière plus satisfaisante via d'autres formats comme des vidéos, des podcasts, des blogs ou des campagnes sur les réseaux sociaux.

Si vous décidez de poursuivre sur votre lancée et d'organiser votre événement en ligne, n'oubliez pas que le contenu devra être spécifiquement adapté pour le format utilisé. Ne vous imaginez pas, par exemple, qu'une activité que vous aviez prévue hors ligne fonctionnera en ligne sans y apporter la moindre modification.

Pour que votre événement soit engageant et pertinent pour une audience en ligne, il faut prendre de nombreux éléments en compte :

- **Comment gérer et encourager l'interaction de l'audience ?**
- **Combien de participant·e·s envisager ?**
- **Quelle durée attribuer à l'événement en ligne ?**

N'importe quel événement fonctionne idéalement lorsque les participant·e·s peuvent se rencontrer, discuter et s'impliquer dans vos idées. Des événements qui sont interactifs et encouragent les contributions des participant·e·s signifient qu'ils seront plus susceptibles de se souvenir de votre message et de le diffuser par la suite.

Il est donc primordial de réussir à créer un lien entre les participant·e·s et les orateur·trice·s dans tout événement en ligne. Pensez à la façon de faire participer votre audience, pas seulement pendant l'événement, mais pendant toute la durée du processus. Par exemple, vous pouvez envisager de permettre aux participant·e·s de proposer des questions aux orateur·trice·s, récolter ces questions avant l'événement, ou permettre aux participant·e·s de voter pour leur question favorite. Lorsque l'événement sera terminé, vous pourrez continuer à partager des informations utiles ou les ressources appropriées et encourager les commentaires et suggestions de celles et ceux qui y auront participé.

D'autres outils peuvent être utilisés pour faire participer votre audience, notamment des sondages, des jeux, des questionnaires ou des appels à l'action invitant les participant·e·s à entreprendre les démarches suivantes. Pensez à répartir les moments d'interaction pendant votre événement pour conserver un bon niveau de participation et d'intérêt jusqu'à la fin.

Pensez aux ressources qui sont à votre disposition et qui motiveront vos participant·e·s. N'oubliez pas que, tant avant l'événement qu'une fois en direct, le fait de gérer toutes les questions ou commentaires qui fusent pourra s'avérer une tâche ardue ! Pensez à déléguer cette tâche à une personne tierce qui pourra transmettre les questions au·à la modérateur·trice. Il existe des logiciels qui permettent de les partager sur l'écran à la demande. Vous trouverez plus d'informations sur les outils à utiliser ci-dessous.

N'attendez pas que l'événement ait démarré pour engager la conversation et faire jaillir les idées

Il peut aussi s'avérer compliqué de gérer la façon et le moment où les individus interagissent et participent à votre événement en ligne et cela nécessite quelques planifications préalables. Une manière de garantir que tout le monde puisse profiter au maximum de votre événement consiste à donner des instructions et directives précises. Il est essentiel que tout le monde ait les mêmes attentes dès le départ, par exemple, en fournissant une description précise et un agenda déterminé pour l'événement pour que même les participant·e·s qui rejoignent l'événement à mi-parcours comprennent le format. Cette explication peut comprendre si et quand les participant·e·s peuvent intervenir, y compris des informations sur la façon de participer, par exemple sur Facebook dans la section commentaires, sur Instagram par message privé, ou par email.

Il est aussi important de partager les informations à l'avance pour que les participant·e·s connaissent la structure de votre événement, ce qui suit, et quand l'événement sera terminé. Il est judicieux de commencer votre streaming légèrement avant le début de votre événement, pour vous permettre de composer une audience lorsque votre événement commence officiellement. Cela peut se faire en publiant un ordre du jour avant l'événement, ou en le partageant sur l'écran avec les moments ou sujets clés qui seront discutés pendant l'événement.

Le nombre de participant·e·s à votre événement en ligne doit être directement associé au contenu et au type de participation que vous voulez atteindre. Par exemple, si vous voulez que votre audience intervienne et débâte, n'ayez pas peur d'organiser des événements plus petits. D'autres événements visant la sensibilisation, l'éducation sur un sujet ou axés sur quelques orateur·trice·s invité·e·s peuvent être a priori plus adaptés à des groupes ouverts ou plus larges - veillez simplement à ce que le contenu et le format soient appropriés à l'audience que vous espérez.

N'oubliez pas non plus d'être concis dans vos événements en ligne. Si votre événement hors ligne devait durer une heure, essayez de limiter votre événement en ligne à 20 minutes pour maintenir le niveau de participation pendant toute sa durée.

VOTRE AUDIENCE

Qui voulez-vous cibler en organisant cet événement ? Pour réussir à attirer l'audience souhaitée, pensez aux différents canaux où à en faire la promotion et aussi aux moments où votre audience sera disponible pour y participer. L'heure et le jour de la semaine où votre événement a lieu peut considérablement affecter le type d'audience que vous allez attirer.

Il peut être difficile de conserver l'attention de votre audience entre le moment où vous en faites la promotion et le moment où il se déroule. Pour garantir que votre audience se rappelle de votre événement et n'oublie pas de vous rejoindre le jour J, demandez-leur de s'enregistrer à l'avance et continuez à susciter leur curiosité et intérêt en partageant des informations pertinentes. Cela vous aidera à savoir qui répondra présent le jour J et éviter de perdre des participant·e·s en chemin.

Lorsque vous organisez des événements en ligne, surtout des événements plus importants en taille, les participant·e·s peuvent vous rejoindre et partir en un clic. Cela ne devrait pas être une source de frustration si peu de participant·e·s répondent présents. Profitez de l'occasion pour faire passer vos messages clés aussi souvent que possible pour garantir que chaque participant·e retire quelque chose de l'événement.

Vous voulez atteindre un maximum de personnes, alors tenez compte des obstacles qui empêchent certaines personnes de participer à votre événement, notamment la langue que vous utilisez, ou fournissez un service d'interprétation en langue des signes. Réfléchissez aux moyens de rendre le contenu de votre événement aussi inclusif que possible en offrant votre aide et votre soutien, en rendant le contenu disponible en sous-titres, en veillant à bien lire et répondre à chaque question et à être ouvert aux suggestions et commentaires. Certains logiciels offrent même la possibilité d'avoir des sous-titres automatisés, en direct.

TECHNOLOGIE ET LOGICIELS

La qualité et le professionnalisme de votre vidéo live sont essentiels pour maintenir le taux de participation de votre audience. L'un des plus gros échecs des événements en ligne est quand la personne qui présente ou qui parle a une vidéo et/ou un son de faible qualité. Le meilleur moyen de garantir que tout se passera bien est de tester la vidéo, les micros et la connexion internet plusieurs fois avant de démarrer. Veillez aussi à bien connaître le logiciel et les capacités de vos orateur·trice·s et de l'équipe qui vous assiste.

Choisissez le logiciel qui fonctionnera le mieux pour votre format et aussi le logiciel le plus accessible et familier pour votre audience.

Nous avons compilé une liste des options les plus populaires actuellement disponibles que vous pourriez envisager, ci-dessous.

L'option la plus simple est normalement la meilleure pour un événement en ligne réussi

En direct depuis les réseaux sociaux

- **StreamYard** : permet de diffuser une vidéo avec plusieurs orateur·trices sur une page ou un groupe Facebook (mais pas sur un événement Facebook), sur YouTube et d'autres plates-formes ; ce système vous permet également d'ajouter des titres et d'afficher les commentaires sur demande. Ce site internet est en anglais.
- **Facebook** : Facebook n'est habituellement pas la meilleure plateforme pour accueillir un événement, toutefois beaucoup d'autres fournisseurs tels **Zoom**, vous permettent de diffuser sur Facebook via leur plate-forme. Facebook est super pour atteindre un public plus large. Votre audience existante recevra une notification dès le début de l'événement, et la vidéo sera disponible sur vos réseaux sociaux par la suite et elle pourra être ré-utilisée sur d'autres plates-formes.

- **Instagram** : permet de vous connecter avec vos followers en temps réel pour une heure maximum. Dès que la vidéo est terminée, elle n'est plus visible dans l'appli, sauf si vous la re-partagez dans votre story.

Logiciels de conférences

- **Zoom** : propose une formule adaptée aux conférences, webinaires et salles de réunions et également une fonction technique comme "lever la main" ou des sondages, pour un maximum de participant·e·s et 40 minutes avec leur version gratuite, et des vidéos d'une durée illimitée avec un compte premium.
- **Skype** : génère à présent des liens pour partager et rejoindre une conférence sans inscription préalable. Vous pouvez enregistrer une vidéo de l'événement, qui peut être téléchargée endéans 30 jours et partagée sur d'autres plates-formes.
- **ClickMeeting** : offre des webinaires et réunions customisés, vous permet de créer différentes salles, de diriger des équipes, de faire des présentations et des vidéos. Vous avez le contrôle total de la gestion et pouvez accueillir un maximum de 200 participant·e·s.
- **HowSpace** : est un espace événementiel virtuel avec divers outils permettant d'organiser des séminaires et présentations en ligne. Petit bémol : cette solution est extrêmement chère. Ce site internet est en anglais.
- **Discord** : principalement utilisé pour des conversations en jouant des jeux mais il peut aussi être utilisé pour créer des réunions allant de petits groupes de 10 personnes à des serveurs extrêmement larges sur lesquels des milliers de personnes peuvent se connecter à la même réunion, et aussi, en même temps, à différentes réunions.
- **Google Hangout** : offre des sous-titres en direct et jusqu'à 25 participant·e·s qui peuvent interagir en même temps. Les participant·e·s doivent avoir un compte Google pour pouvoir participer.
- **Google Meet** : facile à utiliser, adapté pour des réunions plus petites, et permet une session en écran partagé.
- **Messenger** : fonctionne bien pour des discussions en groupes et permet à un maximum de 50 ami·e·s de participer depuis leurs téléphones ou ordinateurs. On peut choisir de simplement écouter, de participer vocalement ou en visuel via la caméra. Une fois que plus de 6 personnes ont rejoint l'appel, seul·e l'orateur·trice dominant·e apparaît aux autres participant·e·s.

Autres outils pédagogiques

- **Mentimeter** : logiciel de présentation qui permet l'interaction avec les participant·e·s. Recommandé pour des quizzes, murs d'écriture et nuages de mots depuis leurs téléphones tout en suivant la présentation. Ce site internet est en anglais.
- **Kahoot!** : plate-forme d'apprentissage ludique pour des quizzes, évaluations, etc. Ce site internet est en anglais.
- Pour plus d'outils, voir le site web **DigiYouth**. Ce site internet est en anglais.
- **Mailchimp**, **SurveyMonkey**, **Poll Everywhere** (ce site internet est en anglais) et **Google Forms** sont tous de bonnes ressources à utiliser pour amener les participant·e·s à s'engager avant, pendant et après votre événement

PROMOUVOIR VOTRE ÉVÉNEMENT EN LIGNE

Beaucoup d'organisations proposent des événements en ligne et il semble parfois compliqué d'attirer l'attention des gens. La meilleure façon de réussir est de connaître vos participant·e·s. Interagissez avec votre audience habituelle au moyen de bulletins d'informations, sur les réseaux sociaux et votre site web.

Si votre contenu est intéressant, votre audience habituelle vous aidera en partageant vos communications. Vous pouvez aussi impliquer vos orateur·trice·s et leur demander de promouvoir votre événement via leurs propres canaux.

Vous pouvez aussi chercher des partenariats. Ces partenaires pourraient soit vous aider à simplement promouvoir votre événement via leurs canaux, auprès de leur audience, et crossposter votre événement depuis votre page Facebook sur la leur quand l'événement commence. Les partenaires peuvent aussi être directement impliqués comme co-animateurs de votre événement, et amener différentes contributions et perspectives, ou encore assumer certaines des tâches organisationnelles.

Le fait d'associer les participant·e·s à l'événement les encouragera aussi à le partager. Organiser des sondages ou des quizzes avant l'événement attirera des participant·e·s et engendra la discussion.

Si votre événement cible une audience plus large, et si vous pouvez vous le permettre financièrement, la publicité sur les réseaux sociaux peut être un bon moyen d'atteindre de nouvelles personnes. Facebook et Instagram sont les plate-formes les plus prisées par les jeunes et vous trouverez plus d'informations [ici](#).

Forgez votre réputation, organisez des événements professionnels et écoutez les commentaires. Si les gens apprécient vos événements, il est probable qu'ils répondront présent au prochain rendez-vous.

COMMENT SE PREPARER

Il est important de se préparer pour que votre événement soit un succès. Assurez-vous de prévoir suffisamment de temps au préalable pour rencontrer vos orateur·trice·s, les familiariser avec l'ordre du jour, les questions et le format de l'événement. Si vous avez un message clé à faire passer dans leurs réponses, assurez-vous de leur dire avant de commencer. Une bonne idée est d'organiser une ou plusieurs répétitions. Vous pouvez ensuite poser une question d'échauffement pour préparer les orateur·trice·s tout en vérifiant la connexion, audio et vidéo des orateur·trice·s juste avant que l'événement commence. The Verge a récemment publié un guide vidéo très pratique pour vous aider à optimiser votre équipement de bureau à domicile en participant à un webinaire, vous le trouverez [ici](#), en anglais, mais vous pouvez activer les sous-titres automatiques en français en accédant aux paramètres de la vidéo.

Et n'oubliez pas, ça ne marchera pas toujours comme prévu. Ne vous inquiétez pas si votre chien se met à aboyer ou si votre téléphone sonne - abordez simplement la situation sereinement, faites preuve de transparence avec vos participant·e·s et replongez-vous dans le sujet dès que possible.

EVALUATION

Le meilleur moyen de continuer à améliorer vos événements est d'interroger vos participant·e·s. Après chaque événement, prenez le temps de discuter avec les orateur·trice·s et les membres de votre équipe sur ce qui a bien fonctionné, ce qui aurait pu être mieux et ce que vous pouvez changer pour la prochaine fois. Demandez aussi à votre audience de faire des commentaires. Lancez des questionnaires et tenez compte de leurs avis et idées pour améliorer au maximum vos prochains événements en ligne !

**Appuyez sur
"démarrer"
quand vous
êtes prêts,
bonne chance !**



european
youth forum

Funded by the



European Parliament