



Marketing expérientiel et événements de marque hybrides (présentiel + digital)

Lien :

<https://maroc-performance.com/formation/marketing-experientiel-et-evenements-de-marque-hybrides-presentiel-digital>

 DURÉE
5 jours (35h)

 RÉFÉRENCE
COM183

 CATÉGORIE
**Communication
Évènementielle et
Relations Presse**

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- ✓ Comprendre les principes et leviers du marketing expérientiel.
- ✓ Concevoir des expériences de marque immersives, différenciantes et mémorables.
- ✓ Maîtriser les spécificités des événements hybrides associant présentiel et digital.
- ✓ Construire des parcours participants cohérents et fortement engageants.
- ✓ Exploiter les technologies digitales, interactives et immersives dans les événements.
- ✓ Développer une stratégie de communication multicanale autour d'un événement.
- ✓ Stimuler l'engagement, le partage et la production de contenus par les participants.
- ✓ Piloter efficacement les aspects créatifs, techniques, logistiques et budgétaires.
- ✓ Mesurer l'impact marketing, commercial et réputationnel d'une expérience événementielle.
- ✓ Construire un modèle d'événement hybride reproductible, scalable et orienté ROI.

POUR QUI ?

- ✓ Directeurs et responsables marketing
- ✓ Directeurs et responsables communication
- ✓ Responsables événementiel et Event Managers
- ✓ Brand Managers et Brand Directors
- ✓ Chefs de projet événementiel
- ✓ Responsables communication digitale
- ✓ Social Media Managers et Community Managers
- ✓ Responsables Expérience Client (Customer Experience)
- ✓ Responsables activation de marque et Trade Marketing
- ✓ Responsables Relations Publiques et Relations Extérieures
- ✓ Responsables sponsoring, partenariats et mécénat
- ✓ Agences événementielles et consultants en marketing
- ✓ Responsables commerciaux impliqués dans les événements B2B
- ✓ Dirigeants de PME et responsables de marques souhaitant développer des expériences phygiales



Programme détaillé

1 / Comprendre les fondamentaux du marketing expérientiel

- Comprendre les principes de l'Experiential Marketing et de l'activation de marque.
- Identifier les attentes, émotions et comportements des consommateurs.
- Définir les objectifs business, marketing, communication et réputationnels de l'expérience.

2 / Concevoir une expérience de marque mémorable

- Construire une Brand Experience cohérente avec le positionnement et les valeurs de la marque.
- Développer un concept créatif basé sur l'émotion, l'interaction et l'immersion.
- Transformer un événement classique en expérience différenciante et mémorable.

3 / Définir la stratégie d'un événement hybride

- Articuler intelligemment expérience physique et expérience digitale.
- Définir les parcours participants avant, pendant et après l'événement.
- Sélectionner les formats adaptés : conférence, lancement, salon, workshop, live streaming ou événement phygital.

4 / Identifier et segmenter les audiences

- Définir les personas et les différents profils de participants.
- Adapter les contenus, messages et expériences aux attentes de chaque segment.
- Construire une stratégie d'engagement spécifique pour les participants physiques et distants.

5 / Concevoir le parcours et l'engagement participant

- Cartographier le Customer Journey et les différents points de contact.
- Créer des mécanismes d'interaction : gamification, challenges, sondages et networking.
- Exploiter les QR Codes, applications événementielles, bornes interactives et dispositifs connectés.

6 / Intégrer les technologies digitales et immersives

- Exploiter le live streaming, la réalité augmentée, la réalité virtuelle et les expériences interactives.
- Utiliser les outils digitaux pour connecter audiences physiques et audiences distantes.
- Intégrer l'IA pour personnaliser les contenus, interactions et expériences événementielles.

7 / Développer une stratégie de communication avant, pendant et après

- Construire un plan de communication multicanal pour générer anticipation et participation.
- Exploiter réseaux sociaux, email marketing, influence et contenus vidéo.
- Transformer l'événement en campagne de contenu durable après sa réalisation.

8 / Piloter la production et l'expérience événementielle

- Construire le cahier des charges, le budget, le planning et les indicateurs de performance.
- Coordonner prestataires, équipes internes, partenaires, intervenants et solutions technologiques.
- Anticiper les risques techniques, logistiques, sanitaires et réputationnels.

9 / Maximiser le contenu et la viralité de l'événement

- Concevoir des moments « Shareable » favorisant la création de contenus par les participants.
- Organiser la captation vidéo, les interviews, les témoignages et les contenus Social Media.
- Développer l'UGC (User Generated Content) et l'amplification organique de la marque.

10 / Mesurer le ROI et optimiser les événements hybrides

- Définir les KPI : participation, engagement, leads, conversions, reach et Brand Awareness.
- Mesurer la satisfaction, l'expérience participant et l'impact sur la marque.

- Analyser les données pour améliorer continuellement les prochaines activations événementielles.

Approche pédagogique

- ✓ Support Ecrit et Projection
- ✓ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✓ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✓ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✓ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✓ Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

 19 au 23 Oct. 2026

 Présentiel - Casablanca

 Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

 **Téléphone** : +212 522 247 210

 **Email** : contact@maroc-performance.com

 **Web** : <https://www.maroc-performance.com>

Document généré le 12/10/2026 — Réf : COM183

Maroc Performance — Tous droits réservés