

Dynamisez le recrutement de vos événements avec Priority Engine™ de TechTarget

Dans ce guide :

Priority Engine s'avère être un puissant outil pour la planification et le recrutement de vos événements. Avec certains de nos clients rapportant des hausses de taux d'inscription à leurs événements de plus de 75% et des taux de présence de plus de 25%, les événements marketing constituent aujourd'hui l'un des principaux cas d'usage de la plateforme de datamarketing Priority Engine.

Pour mieux comprendre comment nos clients utilisent Priority Engine pour promouvoir leurs événements et webinars, l'équipe Customer Success de TechTarget a récemment conduit une enquête auprès de certains de nos clients. Ce guide vous en présente les résultats.

Sommaire :

- 1. Définition de la cible**
- 2. Génération d'inscription : angle marketing**
- 3. Génération d'inscription : angle commercial**
- 4. Suivi post-événement**
- 5. Mesurer le succès de votre événement**

Définition de la cible

Créez des listes d'invitation ciblées

La première étape consiste à identifier et prioriser les prospects à inviter.

Les clients TechTarget ayant rencontré les plus grands succès ont utilisé Priority Engine pour créer des listes de prospects hyper-segmentées, en utilisant des critères de filtre géographique et d'intérêt thématique.

Rank by Market Segment: ECM

Topic Interests: Includes Any

- ECM > Active Directory x
- ECM > Cloud based storage x
- ECM > Data loss x
- ECM > ECM x
- ECM > Enterprise file sync & sharing x
- Please Select...

Vendor Interests: Includes Any, Please Select...

Installed Technologies: Includes Any, Please Select...

Utilisez les filtres géographiques

Si vous organisez des événements à Paris ou en région, assurez-vous d'envoyer des invitations aux prospects basés proche du lieu de l'événement. Les prospects qui travaillent dans un rayon de 30km de votre événement sont plus enclin à y assister.

Utilisez des filtres géographiques ciblant la ville, le département et la région où a lieu votre événement pour aider la force commerciale à prioriser les prospects étant proche du lieu de l'événement.

Segmentez les listes par thématique

Si vous souhaitez augmenter le taux de réponse à la promotion de vos événements, assurez-vous d'aligner votre contenu avec les intérêts thématiques des prospects. Un fournisseur de stockage dans le cloud utilise les filtres thématiques pour créer des flux de nurturing dédiés, alignés à des événements de la même thématique. Cela a permis à cet acteur d'augmenter le taux de présence à ses événements de 25%.

Ciblez les clients de vos partenaires

Un acteur majeur de Disaster Recovery mène régulièrement des événements avec des partenaires. Cet acteur a longtemps eu du mal à interagir avec des prospects froids mais a réussi à inverser la tendance en utilisant le filtre de technologies installées pour envoyer des invitations ciblées aux clients de leurs partenaires.

Custom Account Lists: Includes Any, Please Select...

Research Location: Includes Any, France > Rhône-Alpes x, Please Select...

Employees: Min No Minimum, Max No Maximum

Industry: Includes Any, Please Select...

Génération d'inscriptions

Angle marketing

Personnalisez les emails de recrutement en fonction des intérêts thématiques

Les résultats de l'étude menée montrent que lorsque vous envoyez des emails hyper-ciblés à des prospects ayant eu une activité récente, les taux de réponse sont jusqu'à 7x plus élevés. Plusieurs de nos clients ont observé de tels résultats en exploitant les prospects actifs issus de Priority Engine pour la promotion de leurs événements. Utilisez les signaux d'activité des contacts pour personnaliser les invitations des prospects clés. Voici un exemple d'invitation personnalisée envoyée par l'un de nos clients l'année dernière :

| Vendor Interests ? |
|--------------------|
| 1. Sysdig |
| 2. AWS |
| 3. BitSight |

| Topic Interests ? |
|---------------------------------------|
| 1. Amazon AWS |
| 2. Cloud backup & recovery |
| 3. Cloud management |
| 4. Hybrid clouds |
| 5. OpenStack |
| 6. Sysdig |
| 7. Application performance mgmt |
| 8. Cloud architecture |
| 9. Cloud based application deployment |
| 10. Cloud load balancing |

Objet: Rejoignez les visionnaires qui vont changer le futur du cloud computing

Bonjour PRENOM,

Qu'ont BNP Paribas, Société Générale et le Crédit Mutuel en commun ?

Ils participeront tous à NOM DE L'ÉVÉNEMENT : un événement qui traitera de l'avenir du cloud, et exposera en avant-première des nouveaux outils de backup dans le cloud et de management du cloud qui amélioreront la performance de vos environnements de cloud hybride.

Venez écouter les experts d'Amazon échanger sur leur vision du futur d'AWS.

Rejoignez-nous le DATE à VILLE et découvrez comment construire l'architecture cloud du futur.

Définissez une cadence d'email marketing précise

Tout aussi important que le contenu des vos emails de recrutement, la cadence à laquelle vous les envoyez. Envoyer des annonces aux contacts dès 6 à 8 semaines avant l'événement assure traditionnellement les meilleurs résultats pour nos clients.

Voici un exemple de planning d'envoi d'emails utilisé par l'un de nos clients :

| Semaine 1 | Semaine 2 | Semaine 3 | Semaine 4 | Semaine 5 | Semaine 6 | Semaine 7 | Semaine 8 |
|--------------------------------|---------------------------|---|---|--|-----------------------------|-----------------------------------|---|
| 1ère invitation: Save the Date | Préciser les intervenants | Offre pour les premiers inscrits ("25% de réduction cette semaine") | Créez l'urgence: "Le prix d'entrée augmente la semaine prochaine" | Description détaillée des sessions et intervenants | Email de la dernière chance | Email de clôture des inscriptions | Email de rappel la semaine de l'événement |

Génération d'inscriptions

Angle commercial

Prioriser les comptes à adresser

L'une des tactiques les plus efficaces pour le recrutement de vos événements est votre force de vente, surtout si elle se concentre sur les meilleurs prospects.

L'équipe marketing terrain de l'un de nos clients a créé plusieurs listes de comptes basées sur des critères géographiques et thématiques. Ils mettent ensuite des stratégies en place avec les ISR en fonction des priorités accordées à chacune des listes. Les prospects les plus actifs, et basés proches du lieu de l'événement se voient accorder la plus grande attention.

| Ranked Accounts - 1 - 20 of 134 Accounts | | Show all accounts |
|--|---|---|
| #1 | Renault SA GROUPE RENAULT | <ul style="list-style-type: none">Their top area of interest is BI data visualization softwareThey are being influenced strongest by Splunk Services Ltd |
| #2 | Groupe Lactalis LACTALIS | <ul style="list-style-type: none">They are being influenced strongest by Splunk Services Ltd |
| #3 | AGORA MSA AGORA MSA | <ul style="list-style-type: none">Their top area of interest is Big data analyticsThey are being influenced strongest by Splunk Services Ltd |
| #4 | Financiere de l'Odet Bolloré | <ul style="list-style-type: none">Their top area of interest is BI dashboard softwareThey are being influenced strongest by Splunk Services Ltd |
| #5 | ANSM ansm | <ul style="list-style-type: none">Their top area of interest is IT operations analyticsThey are being influenced strongest by Splunk Services Ltd |
| #6 | BNP Paribas Limited BNP PARIBAS | <ul style="list-style-type: none">Their top area of interest is Big data analyticsThey are being influenced strongest by Splunk Services Ltd |

Créez des scripts d'appel et des emails personnalisables

Le manager de l'équipe d'ISR de ce même client a créé des templates d'email d'invitation et d'appel que la force commerciale peut facilement compléter en intégrant les insights de Priority Engine. Cette approche leur a non seulement permis d'accroître leur taux de présence de 20% mais a également permis à l'équipe commerciale d'établir un contact avant l'événement, ce qui a mené à de meilleures conversations le jour J.

Voici un exemple adapté du template d'email utilisé pour l'un de leurs événements :

Topic Interests ⓘ

- MDM (mobile device management)
- Apple iOS
- Mobile device security
- Mobile security
- Android OS
- Android Smartphone
- Man in the middle
- Mobile apps
- Tablet computers
- UEM (unified endpoint management)
- BYOD
- Cyberattack

Vendor Interests ⓘ

- Cato Networks
- IBM
- MobileIron

Bonjour PRENOM,

J'ai le plaisir de vous inviter à NOM DE L'EVENTEMENT la semaine prochaine, où M. Dupont, CSO de XXX nous offrira un retour sur ses 20 années d'expérience dans la sécurité mobile et en particulier des détails sur les stratégies de protection des attaques les plus récentes menées par son organisation.

Nous organiserons également des sessions pour montrer comment VOTRE ENTREPRISE se compare à d'autres fournisseurs de MDM tels que MobileIron.

Si la sécurité mobile constitue pour vous une priorité, contactez-moi ou inscrivez-vous à l'événement [ici](#).

Suivi post-événement

Événements et webinars corporate

Évitez le suivi générique

Envoyer un simple email de remerciement “merci pour votre participation” le lendemain de votre événements peut mettre en péril la relation que vous essayez de construire avec les prospects. Les interactions que vous avez eues avec eux au cours de l'événement étaient personnelles, et votre suivi se doit de l'être également.

Plutôt que de laisser le marketing se charger du suivi post-événement, l'équipe commerciale de l'un de nos clients a envoyé des emails de remerciement personnalisés à chacun des participants. Pour ce faire, l'équipe marketing a chargé la liste des comptes ayant participé à l'événement dans Priority Engine. Les commerciaux ont ainsi pu intégrer des détails personnalisés dans leurs emails. Cette approche a non seulement permis à la force de vente de rédiger des emails de qualité, mais a également amélioré le taux de réponse post-événement de 75%.

Événements et salons sponsorisés


N'adrezsez pas que les participants

Bien souvent, vous concentrez votre attention sur les seules les personnes ayant visité votre stand. Pourtant ces personnes ne sont pas forcément celles qui vont vous permettre d'aboutir à des opportunités.

Les investissements technologiques sont souvent le fruit d'équipes de décision de plus de 7 personnes, il est donc important, dans votre suivi post-événement, d'identifier l'ensemble des personnes pouvant être concernées par le processus d'évaluation d'un investissement IT.

Un acteur majeur de la sécurité IT charge régulièrement dans Priority Engine, des listes de comptes ayant visité leur stand lors de salons pour découvrir des prospects actifs, n'ayant pas participé à ces événements.

Ils ciblent ensuite ces contacts en mentionnant la personne qui s'est rendue sur leur stand. En élargissant ainsi leur portée à l'ensemble de l'équipe de décision, ils ont pu accroître le ROI de leur événement au-delà des résultats initiaux.

| Buying Team | |
|--|---|
|  Prospects - Showing 56 of 56 Prospects | |
| Name | Title |
| > NEW Nancy Le | SYSTEMS/SECURITY ADMINISTRATOR |
| > NEW Brian McElyea | System Security Officer |
| > NEW Darrell Turner | IA and Systems Administrator |
| > NEW Harold Andrews | Senior Software Engineer |
| > NEW Vikas Baruah | Solutions Architect |
| > NEW Greg Bell | Systems Engineer |
| > NEW Martin Bernet | Chief Engineer and Architect for GCSS-J |

Mesurer le succès de votre événement

Les KPIs pour mesurer le succès de votre événement

Si vous souhaitez avoir une vue globale de la réussite de vos événements, nous vous recommandons de mesurer plusieurs critères, à différentes étapes. Un fournisseur de stockage dans le cloud utilise six indicateurs pour évaluer la réussite de ses événements.

Ci-dessous, le détail des KPIs et les résultats obtenus grâce à Priority Engine :

KPIs courants:

- Taux d'inscription
- Taux de participation
- Rendez-vous pris
- Pipeline influencé
- Opportunités détectées
- Opportunités gagnées influencées

Succès :

- 75% hausse des inscriptions
- 25% hausse de la participation
- Plus de 200k\$ de pipeline influencé

Suivi des exports Priority Engine

Pensez au code d'attribution

Le meilleur moyen de suivre efficacement le succès de vos événements est d'ajouter un code d'attribution à chaque liste Priority Engine créée spécifiquement pour les événements. Ce code d'attribution vous permet de suivre les prospects tout au long du parcours et *in fine* de mesurer l'impact de Priority Engine sur vos événements.

| Basic Information | |
|--|---|
| Name of account list: <input type="text" value="Evénement Stockage Lyon - Avril 2019"/> | Description of account list: <input type="text" value="Liste cible événement stockage Lyon"/> |
| Assign this account list to these Users: <small>Specify which users will have access to this account list.</small> | |
| <input checked="" type="radio"/> Just Me <input type="radio"/> Everyone | |
| Export Details (highly recommended) | |
| Attribution Code: <input type="text" value="TechTarget_Stockage event_Lyon"/> | Export Prospect Type: <input type="text" value="Active Prospect"/> |