

NETWORKING ET DESIGN RELATIONNEL

LES PAUSES-CAFÉ NE LE FERONT PAS

À VOTRE PLACE

 **vimeet**
events


CMBevent



LE NETWORKING NE SE DÉCRÈTE PAS,

**IL SE STRUCTURE AVEC PRÉCISION
ET SE VIT AVEC SINCÉRITÉ.**



TRANSFORMER LE NETWORKING EN CATALYSEUR DE BUSINESS BTOB

Dans un monde BtoB où les agendas sont saturés, les contenus standardisés et les formats de rencontre souvent convenus, **créer un événement qui connecte vraiment relève du défi stratégique.**

Or, le **networking** reste un levier puissant... à condition d'être *pensé comme une expérience humaine à part entière*, et non comme un simple "temps dans le programme".

Ce livre blanc est né de cette conviction partagée dans l'événementiel BtoB : les rencontres professionnelles doivent être conçues, scénarisées, accompagnées et mesurées avec autant de soin que le contenu éditorial ou le budget logistique.

C'est pourquoi ce guide s'appuie sur plusieurs leviers complémentaires :

- **La psychologie sociale** pour comprendre comment naît la confiance entre inconnus, ce qui freine la prise de contact, et comment faciliter un engagement sincère entre participants.
- **Le design relationnel** afin de structurer les conditions d'une rencontre réussie : *formats, postures, espaces, rythmes...* Tout est pensé pour fluidifier l'interaction, briser les silos et créer un climat favorable à l'échange authentique.
- **La technologie événementielle** comme outil d'amplification et de pilotage des dynamiques relationnelles (*matchmaking intelligent, scénarisation des parcours, suivi post-événement*).

→ Ce livre blanc ne se contente pas d'identifier les freins au networking : il propose des solutions concrètes, testées et actionnables, pour transformer vos événements en véritables accélérateurs de connexions utiles.



UNE CO-RÉDACTION ÉVÉNEMENTIELLE

Ce livre blanc est le fruit d'une **collaboration entre les équipes expertes de Vimeet Events**, acteur reconnu de la mise en relation BtoB augmentée par la technologie, et **Mickaël Burdet, expert en design relationnel**, co-président des Freelances de l'événementiel et consultant auprès de nombreuses structures événementielles.

Chez **Vimeet Events**, nos équipes accompagnent chaque jour des organisateurs exigeants, engagés dans la réussite de leurs événements, en alliant technologie événementielle, intelligence de la donnée et accompagnement humain sur-mesure.

Mickaël Burdet, intervient depuis plus de 15 ans sur le terrain auprès de salons, forums et rencontres professionnelles pour imaginer, tester et faire évoluer des formats d'interaction à fort impact humain.

Cette co-rédaction reflète notre conviction commune

→ Le networking ne se décrète pas, il se structure avec précision et se vit avec sincérité.

Ensemble, nous avons croisé nos visions pour **proposer un contenu à la fois stratégique, opérationnel et incarné.**

Ce guide n'est ni un manifeste, ni un simple outil marketing.

C'est un **compagnon de réflexion et d'action** pour toutes celles et ceux qui veulent **faire de leurs événements des accélérateurs de liens et de business.**

POURQUOI LES PARTICIPANTS NE RÉSEAUTENT PAS (MÊME S'ILS LE VEULENT)

Chaque organisateur l'a vécu : des centaines de participants sont présents, mais les échanges restent superficiels. Des groupes se forment, souvent entre collègues ou connaissances, et la plupart des discussions tournent court.

Ce n'est pas un problème de format, mais un effet de freins cognitifs puissants, ancrés dans la nature humaine.

Principaux blocages :

- **La peur du rejet** : selon les *travaux de Naomi Eisenberger*, l'exclusion sociale active les mêmes zones cérébrales que la douleur physique. Entrer en interaction avec un inconnu expose à ce risque symbolique.
- **Le biais de similarité** : comme le décrit *Tajfel dans sa théorie de l'identité sociale*, nous avons tendance à aller vers des individus qui nous ressemblent. Cela crée des bulles relationnelles.

- **L'anxiété de performance** : surtout chez les profils juniors ou techniques, le networking est perçu comme une « performance sociale » où il faut briller, convaincre, vendre. Cela inhibe.

Sortir de la zone de confort, sans brutalité

Il ne s'agit pas de forcer les participants à s'improviser commerciaux. Mais de créer un cadre progressif, dans lequel les micro-interactions deviennent naturelles.

C'est ici que les organisateurs ont un rôle structurant !

Proposer **un parcours d'interactions « à friction douce »**, s'appuyant sur des amorces conversationnelles, une signalétique bienveillante et des formats ludiques. Et **c'est justement le but de ce livre blanc.**

CHAPITRE 1

L'ART D'ÉQUILIBRER L'AUDIENCE

Dans beaucoup d'événements BtoB, la fierté de l'organisateur se mesure à la jauge: 300 participants, 50 intervenants, 150 exposants. Sur le papier, c'est un succès.

Mais dans les allées, une autre réalité s'installe: des prestataires qui ne croisent personne à qui vendre, des décideurs saturés d'approches commerciales, des experts qui n'interagissent qu'entre eux.

Résultat: une inertie relationnelle, souvent invisible au premier coup d'œil, mais désastreuse dans les retours à froid.

Le vrai problème ne vient pas du nombre, mais

→ de **la composition de l'audience.**

Comme dans une place de marché, l'équilibre entre offre, demande, prescripteurs, explorateurs est crucial. Sans cette alchimie, les opportunités ne circulent pas.

C'est ici que **le design relationnel devient une compétence stratégique.**

L'organisateur ne peut plus se contenter d'inviter "des profils variés".

→ Il doit **cartographier** finement les dynamiques sectorielles, **comprendre** les enjeux de chaque cible, et **construire** des personae relationnels, non pas marketing.

Ces personae doivent prendre en compte:

- Le rôle dans la chaîne de décision (acheteur, influenceur, prospect chaud, consultant, etc.)

- L'objectif relationnel (veiller, vendre, se faire connaître, recruter...)

- La disponibilité mentale (conférencier ≠ primo-visiteur curieux)



Nous avons consacré un livre blanc à ce sujet, avec des outils concrets pour **diagnostiquer la qualité de vos audiences** et **éviter les erreurs de casting événementiel**.



VOUS Y TROUVEREZ :

- 1. UN MODÈLE DE GRILLE D'ANALYSE POUR COMPOSER VOS AUDIENCES,**
- 2. DES EXEMPLES DE PERSONNAGES RELATIONNELS,**
- 3. DES LEVIERS EFFICACES POUR TRANSFORMER LA PRÉSENCE EN IMPACT.**

UN PAS DÉCISIF POUR PASSER DU "MONDE PRÉSENT" AU MONDE RELATIONNEL.

CHAPITRE 2

PRÉPARER L'EXPÉRIENCE RELATIONNELLE AVANT MÊME L'ÉVÉNEMENT

C'est une erreur courante ↓

Croire que le networking commence une fois les participants physiquement présents.

En réalité, tout commence dès la page d'inscription, voire au moment où le programme est consulté.

Dès cet instant, **une première impression relationnelle se forme :**

- Ai-je envie d'être visible ici ?
- À qui vais-je pouvoir parler ?
- Qu'est-ce que cet événement m'apportera concrètement ?

C'est là que l'organisateur a un rôle clé : il peut **transformer l'inscription en premier acte d'engagement relationnel, et non en simple formalité administrative.**

Trop de plateformes de matchmaking ou formulaires d'inscription se contentent de catégoriser les participants par fonction : "Responsable marketing", "CEO", "Business Developer"...

C'est utile pour la logistique, mais inutile pour enclencher un networking qualitatif.

- Est-il ici pour vendre ? Pour recruter ? Pour s'inspirer ? Pour détecter une solution à court terme ?

À L'INVERSE,

Une plateforme comme Vimeet Events propose une approche fondée sur **l'intentionnalité sociale***

(* plus de détails en pages suivantes)

→ Dès l'inscription, le participant est invité à :

- Exprimer **ce qu'il vient chercher.**

"Je cherche un partenaire commercial en Asie", "Je souhaite benchmarker des outils de ticketing", "Je veux comprendre les tendances IA dans mon secteur"

- Rédiger un **profil vivant**, avec conseils à l'écriture

Parler de ses défis, de ses projets, de ce qu'il a envie d'échanger, pas seulement rédiger une offre commerciale générique.

- Choisir un mode de présentation adapté à sa personnalité.

Description texte, lien vers son LinkedIn, vidéo selfie, etc.

💡 Ce petit pas de côté active un principe fort : **je m'engage, je me montre, j'anticipe ma mise en relation.**



LA SEGMENTATION INTENTIONNELLE AVEC VIMEET EVENTS

Cette posture relationnelle dès l'inscription produit plusieurs effets vertueux :

- Les participants arrivent préparés à **entrer en lien**, pas en mode attente passive.
- Les **premiers échanges sont plus naturels**, car chacun a déjà exprimé une ouverture.
- Le climat général est moins transactionnel, **plus coopératif**.
- Surtout, **cela redonne du pouvoir aux participants réservés** : ceux qui n'aiment pas "réseauter" au sens classique trouvent une porte d'entrée plus douce, plus **sincère**, vers la rencontre.

Côté organisateur, ces informations sont une boussole précieuse.

→ En les lisant, on comprend :

- **Quels types d'échanges** les participants attendent vraiment,
- Quels profils sont en **risque d'isolement ou de saturation**,
- Où des **dispositifs relationnels** peuvent aider (*Voir Chapitre 4*).

Chez Vimeet Events, nous accompagnons les organisateurs pour transformer cette étape en *tremplin relationnel*.

C'est une façon de préparer le terrain, pour que le lien humain se construise plus facilement.

CHAPITRE 2 - ZOOM SUR

LES SALES ACADEMY PRÉ-ÉVÉNEMENT

Dans un événement BtoB, le premier obstacle au networking utile, c'est souvent **l'impréparation.**

Les participants arrivent avec leur carte de visite, mais sans savoir comment **capter l'attention**, comment **aborder un inconnu** ou comment **transformer une discussion en opportunité.**

Or, on ne maximise pas un événement en "improvisant" ses rencontres.

Les **Sales Academies** sont une solution optimale : des modules courts, concrets et engageants, accessibles dès l'inscription, pour **aider chaque participant à tirer le meilleur de sa présence.**

Inspirées par les *travaux en psychologie cognitive et sociale (Bandura, Brehm, Cialdini)* et dispensés par *Gwénaëlle Bremilts*, les Sales Academies s'appuient sur un principe simple :

→ **plus on est préparé, plus on est confiant**, actif et pertinent dans l'interaction. Y compris les interactions de Networking.



Chaque participant y apprend à :

- **Préparer trois versions de son pitch** : 30 secondes (ascenseur), 2 minutes (couloir), 5 minutes (rendez-vous planifié).
- Analyser les profils inscrits pour **ajuster sa posture et adapter son langage**
- Structurer ses prises de notes, afin de pouvoir **assurer un suivi efficace** et personnalisé.
- **Identifier ses intentions** (vendre, recruter, découvrir, échanger) pour clarifier sa posture lors des rencontres.
- Développer une attitude qui privilégie l'écoute, le questionnement et **la co-construction** plutôt que le discours plaqué.

Les académies ne sont pas des cours.

Ce sont des **guides interactifs** opérationnels, enrichis d'exemples concrets et de formats ludiques :

- *Mini-vidéos scénarisées* avec des conseils de posture et de formulation.
- *Quiz relationnels* pour mieux se situer dans sa posture actuelle.
- *Briefs personnalisés*, envoyés 48h avant les rencontres, pour aider à anticiper les attentes des autres participants.

Exemple :

Lors d'un salon RH, des fiches de "préparation relationnelle" ont été envoyées deux jours avant les rendez-vous. → **Moins de 10 % de rendez-vous annulés, contre 27 % sur l'édition précédente.**

CONSTRUISONS VOTRE SALES ACADEMY

Nous adaptons les contenus à vos cibles, nous orchestrans les briefs personnalisés, et nous intégrons le tout dans votre tunnel d'inscription pour que chaque participant arrive préparé à créer du lien, pas seulement à "se présenter".

[Discutons-en.](#)



L'ERREUR LA PLUS RÉGULIÈRE...

C'est le piège du pitch automatique : on a préparé son discours, mais on oublie d'écouter. Or, ce qui crée du lien, ce n'est pas une punchline, c'est **une question sincère**.

Un simple "Quel est votre enjeu ce trimestre ?" peut déclencher une vraie conversation.

Les Sales Academies aident à structurer son approche, à scénariser les rencontres, à calibrer les audiences.

Mais **ce qui fera la différence, c'est la posture**. Dans un monde saturé de messages, ce qui marque, **c'est l'authenticité**.

Sur un forum tech, un jeune exposant a signé un deal en prenant d'abord le temps de comprendre son interlocuteur. Son concurrent, trop formaté, a perdu l'attention en récitant son script.

→ Oui aux outils, aux formats et au design relationnel. Mais surtout, **oui aux événements qui donnent envie d'être soi-même**. Parce que ce sont ces échanges-là qui laissent une trace.



LE CONSEIL D'EXPERT, PAR MICKAËL BURDET

**CE QUI FERA LA DIFFÉRENCE,
C'EST LA SINCÉRITÉ.**

CHAPITRE 3

FUSIONNER LE DESIGN RELATIONNEL ET LA TECHNOLOGIE

Face à la montée en puissance des plateformes de matchmaking automatisé, une question revient souvent chez les organisateurs : **la technologie tue-t-elle la spontanéité ?**

C'est une crainte légitime. Mais vue sous le mauvais angle.

Car la vraie question, c'est :

→ **comment faire de la technologie un amplificateur d'émotion et de pertinence ?**

La réponse réside dans un principe simple : ne pas imposer, mais suggérer.

C'est-à-dire **offrir les bonnes occasions... sans figer le parcours.**

Chez Vimeet Events, l'algorithme ne force pas la rencontre : il la propose, en contexte.

Grâce à un enrichissement des profils (intentions, comportement de navigation, thématiques cliquées), nos algorithmes :

- Recommandent des profils juste avant un créneau libre,
- Affichent des suggestions discrètes pendant un atelier ("X travaille sur un sujet similaire"),
- Adaptent les contenus (fiches, parcours, replays) selon les centres d'intérêt détectés.

Ce système respecte la logique de **GPS relationnel** : tu restes libre de ta route, mais si tu veux gagner du temps... voici un raccourci.



TECHNOLOGIE + PSYCHOLOGIE = EFFICIENCE

Les études en neurosciences décisionnelles

montrent que **l'attention diminue fortement en fin de journée sur les salons.**

C'est là que l'IA peut proposer des micro-relances, du type :

- "Tu n'as pas encore rencontré de profils RH, en voici trois."
- "Tu peux réserver une table sur le mur de l'innovation."

On ne remplace pas le lien.

On le rend possible, plus souvent, avec moins d'effort cognitif.



CHAPITRE 4

SCÉNARISER LES INTERACTIONS LE JOUR J

Une **erreur fréquente** est de considérer que le networking aura lieu « naturellement » entre deux conférences ou pendant les pauses café.

Mais dans un événement professionnel, **les interactions ne naissent pas spontanément**, surtout entre personnes qui ne se connaissent pas et ont des objectifs différents.

Certes, la meilleure rencontre est souvent celle qu'on n'avait pas planifiée. Mais pour que cette "chance" existe, **il faut préparer le terrain**.

En **psychologie sociale**, on parle de « **mise en situation facilitante** » : l'environnement influence directement notre ouverture à l'autre. Si tout est balisé, trop "productiviste", le lien ne prend pas.

Un bon design relationnel oriente sans contraindre, structure sans figer, provoque sans manipuler.

C'est cette finesse de mise en scène qui transforme un enchaînement de temps forts... **en un écosystème relationnel vivant**.



PRINCIPES CLÉS D'UN DESIGN RELATIONNEL IN SITU :

MULTIPLIER LES OCCASIONS DE MICRO-ÉCHANGES

Files d'attente interactives, icebreakers contextuels, pauses actives... Il faut créer des prétextes faibles mais activables à la conversation.

RENDRE LES

INTENTIONS VISIBLES

Bracelets, stickers ou zones d'affichage indiquant le rôle ou la posture du participant ("*Je recrute*", "*Je suis curieux de X sujet pro*"). Cela diminue la gêne d'entrer en contact et favorise la clarté relationnelle.

INSTALLER DES ESPACES "TAMPONS"

Entre deux temps forts, prévoyez des zones de transition conçues pour l'interaction (café debout, mini-agoras, zones de questions à afficher).

PENSER L'AGENCEMENT

COMME UN FACILITATEUR

Un buffet à 2 entrées, des chaises qui ne tournent que vers la scène, des stands en enfilade... sont autant de détails qui conditionnent l'isolement ou la rencontre.

BRISER LA GLACE SANS PRESSION

BADGE À QUESTION | QUIZZ RELATIONNEL

LE PLUS GRAND FREIN À LA RENCONTRE,

Ce n'est pas le manque d'envie... c'est l'absence d'alibi pour engager la conversation. Certaines personnes arrivent seules, n'osent pas se greffer à un groupe déjà formé, ou craignent de déranger. D'autres ont un pitch prêt, mais pas toujours l'occasion ou la posture pour l'activer. Résultat : un cocktail figé, des échanges trop polis, et peu de rencontres marquantes.

C'est là que [des dispositifs bien pensés peuvent faire toute la différence.](#)

Exemple

Collez un sticker ou imprimez au dos du badge une question ouverte, originale et professionnelle, comme : « *Quel est ton défi le plus improbable cette année ?* », « *Dans quel projet rêverais-tu de t'investir si tu avais carte blanche ?* », « *Quelle est ta dernière prise de risque professionnelle ?* »

Inspiré de la technique d'amorçage comportemental, ce type de question agit comme un brise-glace immédiat.

Elle donne à chacun la permission implicite d'aborder l'autre sans pression, en sortant du cadre commercial classique. Le simple fait de lire une question sur un badge transforme une étiquette en **invitation à l'échange**, et inscrit la rencontre dans une dynamique humaine, sincère et non transactionnelle.

CETTE APPROCHE PEUT AUSSI PRENDRE DES FORMES PLUS IMMERSIVES :

Exemple

Sur un salon dédié aux mobilités, Mickaël Burdet confirme l'efficacité d'un badge interactif avec un mini-quiz imprimé au dos. Chaque participant devait poser des questions ciblées pour compléter les bonnes réponses, comme : « Qui a développé la dernière technologie hydrogène ? »

Cela déclenchait des conversations naturelles et ciblées, sans que personne n'ait besoin de "se vendre".



DÉCLOISONNER LES GROUPES

CASSER LES “MEUTES” D’ENTREPRISE

C’EST UN CLASSIQUE,

Dans les salons ou conventions internes, **les collaborateurs restent entre eux.**

C’est rassurant, spontané, mais **contre-productif pour le networking.**

Ces “meutes” invisibles créent des zones fermées, peu accueillantes pour les autres, et limitent fortement la diffusion des opportunités relationnelles.

La solution ?

→ **Renverser la logique de groupe en valorisant l’ouverture.**

Sur un salon dans le domaine de la cybersécurité, Mickaël Burdet a organisé un **challenge inter-entreprises** dont la règle était simple.

Exemple

Les membres d’une même équipe devaient se séparer pour collecter des expertises complémentaires auprès d’autres entreprises.

Leur “parcours” de networking n’était validé que s’ils revenaient avec des contacts hors de leur cercle habituel.

Ce petit twist a transformé le réflexe grégaire en jeu collaboratif ouvert.

Chaque participant avait une mission claire, un objectif de découverte, et **une bonne raison de sortir de sa zone de confort... sans forcer.**



AUTRE FORMAT EFFICACE,

Le bingo relationnel, distribué à l'accueil ou intégré dans l'application de l'événement.

« *J'ai rencontré un acheteur dans ma filière* »

« *J'ai échangé avec une start-up compatible avec mon offre* »

« *J'ai discuté avec un profil recommandé par l'algorithme* »

Grâce à une plateforme de matchmaking comme Vimeet Events, il est possible de **personnaliser intelligemment le contenu des cases du bingo**.

→ En s'appuyant sur les profils, les intentions déclarées et les appariements stratégiques.

Grâce à la **donnée qualifiée et à la segmentation fine** offerte par la plateforme, le bingo devient bien plus qu'un brise-glace :

→ C'est **un catalyseur de rencontres utiles, alignées avec les intentions business de chacun**.

Un jeu accessible à tous, qui oriente les interactions dans la bonne direction, sans pression commerciale, mais avec une vraie valeur ajoutée pour chaque participant.

Le ludique devient un levier d'efficacité, pas un gadget.



ACCÉLÉRER LES RENCONTRES CIBLÉES

MURS D'OPPORTUNITÉS ET ARÈNES RELATIONNELLES

UN FREIN FRÉQUENT est l'asymétrie d'intention

« je ne sais pas ce que l'autre cherche, je n'ose pas interrompre, je crains de ne pas être pertinent ».



Résultat : des occasions ratées par manque de signaux clairs.

Pour y remédier :

→ Installez un **Mur des questions** :

Une zone visible dans l'événement où chacun peut afficher un besoin, un défi ou une recherche professionnelle.

- « Je cherche un outil RH innovant pour une PME multisite »
- « J'ai besoin d'un retour d'expérience sur l'IA générative appliquée au retail »,
- « Qui travaille sur l'internationalisation en Afrique francophone ? »

Ce format, testé avec succès sur plusieurs salons organisés par Vimeet Events, désinhibe la prise de contact. Le mur devient un signal d'ouverture, une autorisation implicite à engager la conversation, même entre inconnus.

AUTRE VARIANTE,

→ Proposez un **Mur de l'innovation.**

Ici, ce sont les projets innovants,ancements, pilotes ou proofs of concept qui sont affichés, souvent par les exposants eux-mêmes, avec une accroche volontairement dialoguée :

« *Nous testons une appli pour fluidifier les flux en entrepôt : on en parle ?* »

« *Notre solution SaaS est en beta : quels cas d'usage vous viennent à l'esprit ?* »

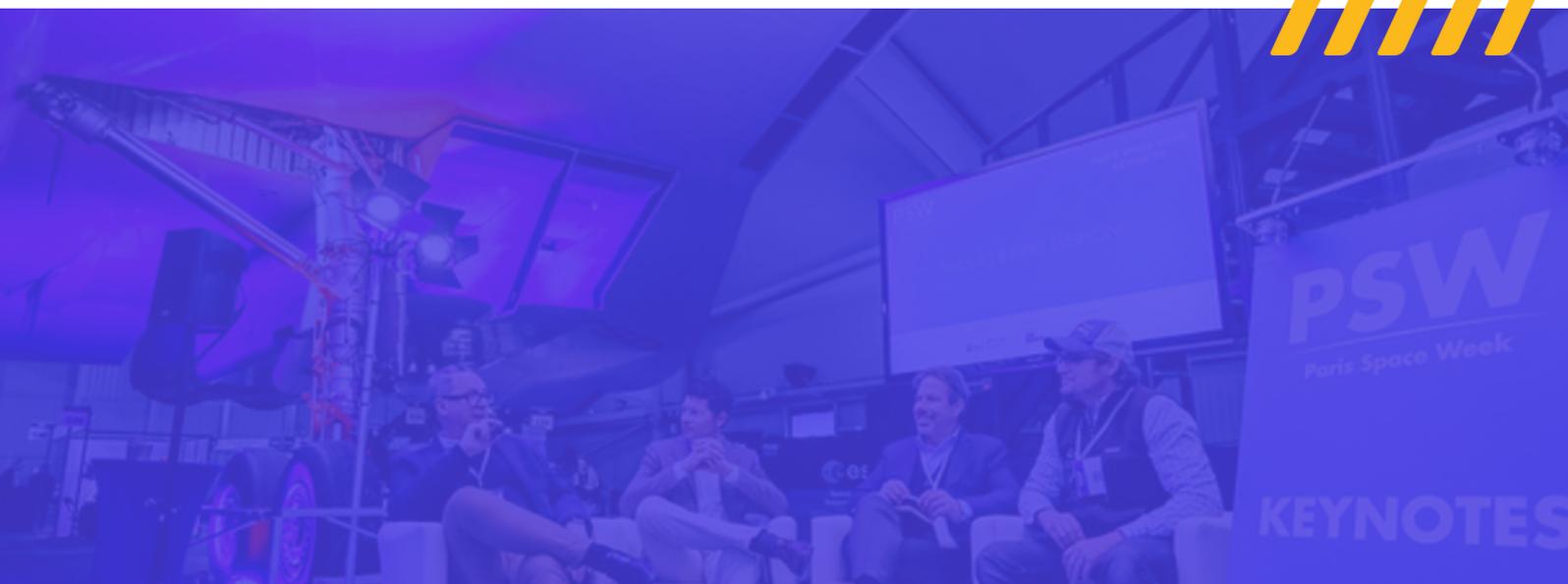
Ce format transforme la vitrine statique d'un stand en point d'ancrage relationnel actif. Il invite à la co-construction, à l'échange d'idées, et attire les visiteurs en quête de nouveauté ou de retours d'expérience concrets.

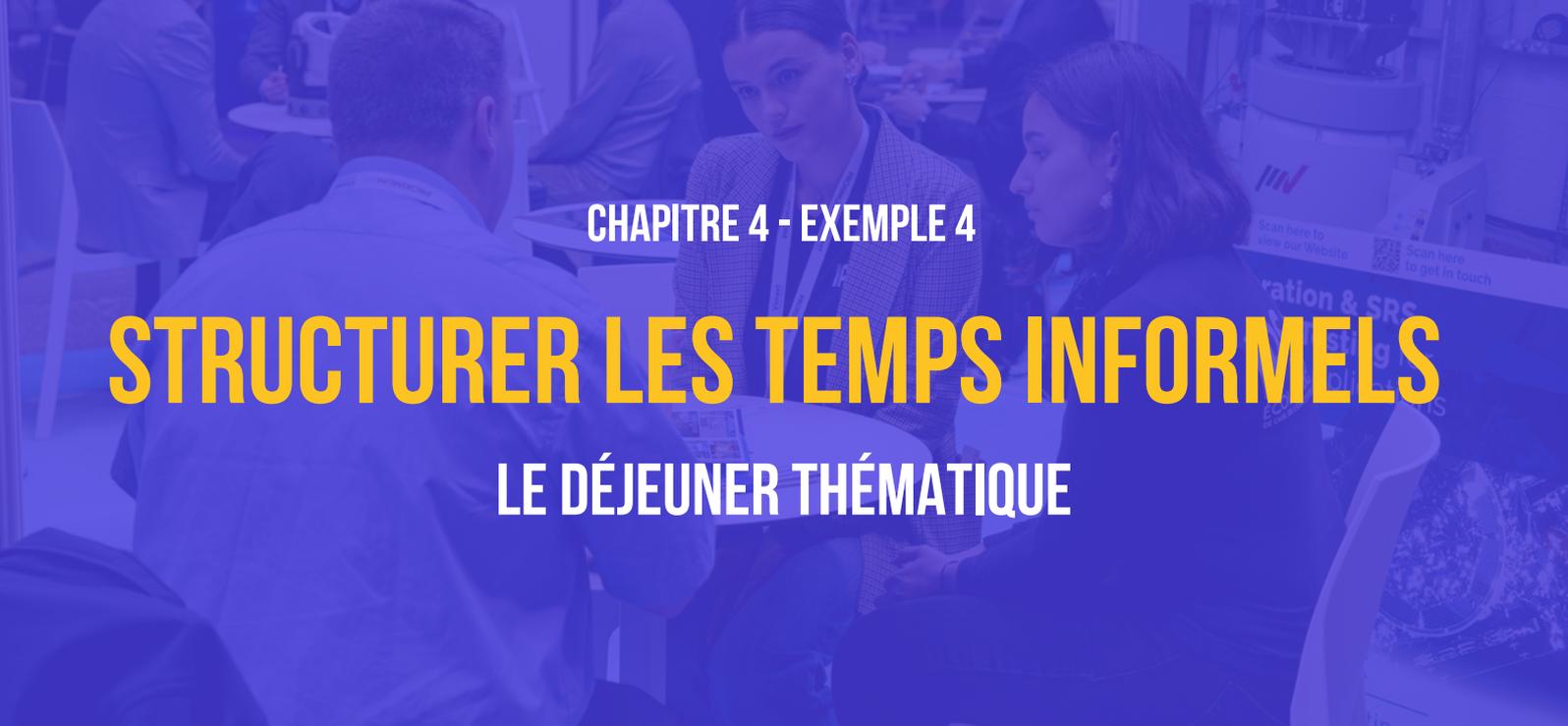
OU ENCORE,

Sur certains événements comme le Tech Show, une **Arena** est mise en place :

Un espace semi-ouvert avec un flux tournant de participants, où les profils sont invités à prendre la parole ou à rebondir sur un sujet en lien avec leurs enjeux.

Nous vous recommandons ce format **pour accélérer les rencontres ciblées tout en laissant de la place à l'improvisation.** C'est une forme hybride entre le pitch libre, la mini-conférence et le speed-meeting détendu.





CHAPITRE 4 - EXEMPLE 4

STRUCTURER LES TEMPS INFORMELS

LE DÉJEUNER THÉMATIQUE

ET SI LE NETWORKING LE PLUS PUISSANT NE SE JOUAIT PAS SUR SCÈNE... MAIS AUTOUR D'UNE ASSIETTE ?

Les **temps de restauration** sont souvent relégués au rang de pause logistique, sans réflexion sur leur potentiel stratégique.

Pourtant, **bien scénarisés**, ces moments informels peuvent devenir des accélérateurs de lien et de business.

Lors d'un grand congrès multisectoriel, Vimeet Events a mis en place un dispositif simple mais redoutablement efficace : des [déjeuners à placement stratégique par table](#).

Chaque table réunissait :

- Un décideur, un consultant, un prestataire et un startuppeur,
- Soigneusement sélectionnés via la plateforme,
- Rassemblés autour d'une thématique métier affichée

Exemple

"Digitalisation RH"

"Développement à l'international"

"Transition énergétique"



CE DESIGN RELATIONNEL REPOSAIT SUR 3 LEVIERS CLÉS :

01

La **diversité fonctionnelle** à la table
(*profils complémentaires, pas concurrents*)

02

Une **intention thématique claire**,
connue à l'avance

03

Une **mise en confort logistique**
(*table réservée, hôte discret, déroulé fluide*)

Les résultats parlent d'eux-mêmes :

→ **89 %** des participants ont jugé le moment « enrichissant »

→ **52 %** ont repris contact dans les 3 jours suivant le déjeuner

Ce format démontre qu'un bon design relationnel est un accélérateur de mémoire et de désir de poursuivre.

Astuce :

Vous pouvez identifier dès l'inscription les profils complémentaires (besoin, expertise, maturité projet). Puis laissez une plateforme comme Vimeet Events proposer automatiquement des associations de table intelligentes, modulables jusqu'au dernier moment.

CULTIVER LE LIEN APRÈS L'ÉVÉNEMENT : PROLONGER L'ÉLAN RELATIONNEL

Quand les lumières s'éteignent, l'événement BtoB entre dans une autre phase : celle de **la consolidation**.

Pour les organisateurs qui pensent en dynamique relationnelle, c'est souvent **le vrai point de bascule** : celui où une conversation devient un projet, un contact devient une collaboration, un exposant devient un partenaire.

C'est ce que la psychologie comportementale, nomme *l'effet de momentum* : **plus une action est enclenchée rapidement après un moment d'interaction, plus la mémoire émotionnelle reste vive, et plus la suite est fluide.**

On ne parle pas ici d'une pression commerciale, mais d'un engagement léger et lisible : *un message de remerciement, une documentation envoyée dans la foulée d'un échange, un lien vers un contenu évoqué ensemble...*

Ce sont **des gestes simples, mais puissants, car synchronisés avec l'élan du moment.**



CE MOMENT POST-ÉVÉNEMENT,

SE STRUCTURE DÈS LA CONCEPTION DE L'EXPÉRIENCE.

Facilitez la prise de notes pendant les rendez-vous grâce à des outils simples et intégrés.

Sur la *webapp Vimeet Events*, chaque participant peut ajouter des commentaires personnalisés directement sur les profils rencontrés.

Les informations sont centralisées, claires, et exploitables à tout moment.

Aidez les participants à **qualifier leurs contacts en temps réel** :

- *"à recontacter rapidement"*
- *"à garder en veille"*
- *"à ne pas poursuivre"*

Ainsi qu'à **automatiser des relances intelligentes**, avec un message contextualisé et utile, pas un rappel générique.

UN BON ÉVÉNEMENT, CE N'EST PAS SEULEMENT UN LIEU DE RENCONTRE.

C'EST UN GÉNÉRATEUR DE **RELATIONS DURABLES**,
NOURRIES PAR UNE **MÉMOIRE FRAÎCHE**
ET UN **RÉCIT PARTAGÉ.**

TRANSFORMER L'APRÈS-RENDEZ-VOUS

GRÂCE AU SYSTÈME DE NOTATION



Pour enrichir l'expérience post-événement, Vimeet Events a intégré **une fonctionnalité de notation des rendez-vous**, directement accessible depuis la *webapp*.

Après chaque échange, les participants évaluent la pertinence de la rencontre. Ce retour à chaud n'est pas un simple feedback : c'est un déclencheur. lorsque deux participants attribuent **une note élevée** à leur rendez-vous, cela **active automatiquement** des propositions de relance contextualisée (*planification d'un second échange et suggestions de créneaux communs*).

Plus besoin de se demander "Est-ce que c'était réciproque?". La plateforme se charge de transformer l'intérêt mutuel en action concrète.

En parallèle, cette notation permet :

- **De filtrer les suivis selon le niveau d'intérêt** exprimé, évitant d'investir du temps sur des leads peu qualifiés
- **De respecter les préférences de partage selon les niveaux d'évaluation.**

Par exemple, *partager les coordonnées téléphoniques* uniquement à partir d'un certain niveau de satisfaction mutuelle.

Pour l'organisateur, c'est un double levier :

- **Côté participant**, l'expérience est valorisante, fluide, proactive.
- **Côté pilotage**, cela permet d'**identifier en temps réel** les dynamiques relationnelles, les profils les plus recherchés, le taux de satisfaction global, ou les formats les plus efficaces.

On ne subit plus le "suivi post-événement", on le scénarise par un automatisme discret mais redoutablement efficace.

DE L'ÉVÉNEMENT À L'ÉCOSYSTÈME : FAIRE VIVRE LA RELATION DANS LE TEMPS

Quand un événement devient une étape dans une relation BtoB déjà amorcée, ou le déclencheur d'un lien appelé à durer, il cesse d'être un simple format événementiel. Il devient **un accélérateur de récits collectifs.**

Cela implique de ne plus penser un événement comme un produit isolé, mais comme une scène au sein d'un écosystème. Une plateforme d'engagement où le networking n'a pas de date de péremption.

Ce que permet **un espace relationnel continu.**

L'événement devient alors un point de pivot narratif, autour duquel viennent s'articuler d'autres temps forts (webinaires, newsletters, rendez-vous pair-à-pair) comme les chapitres d'une même histoire.

Le networking devient un média relationnel, un levier d'apprentissage mutuel et de dynamique collective.





LES ÉVÉNEMENTS LES PLUS PUISSANTS NE SONT PAS TOUJOURS LES PLUS VISIBLES.

**CE SONT CEUX QUI TISSENT DES CONTINUITÉS,
AGRÉMENTÉS DE PICS PONCTUELS.**



ORCHESTREZ CETTE CONTINUITÉ RELATIONNELLE

Grâce à des plateformes communautaires comme "Vimeet Events 365"

ANIMER

DES GROUPES THÉMATIQUES

Dans la durée, en fonction des centres d'intérêt ou des défis sectoriels.



RELANCER

LES COMMUNAUTÉS

Avec des replays, des contenus ciblés, ou des sondages engageants

STRATÉGIE

D'ANIMATION RÉSEAU

Intégrer l'événement à une stratégie d'animation réseau pensée sur l'année, et non à la journée.



UN BON ÉVÉNEMENT...

... Ne se mesure pas seulement à sa jauge, à ses mètres carrés ni même à son programme.

Il se mesure à la **qualité des liens qu'il permet de nouer**, et à la capacité de ces liens à se transformer en relations durables, en projets, en souvenirs, en décisions.

Dans un monde saturé de contenus et d'opportunités fugaces, le networking devient un art stratégique. Il ne s'improvise pas.

Il se pense, se prépare, se scénarise, s'accompagne. De l'inscription à l'après-coup, en passant par chaque point de contact, **le parcours relationnel mérite autant de soin que le contenu lui-même.**



C'est cette conviction qui guide nos projets : **aider les organisateurs à créer des écosystèmes événementiels vivants**, où les interactions ont du sens, où les rencontres sont préparées, où les participants ne sont plus de simples visiteurs, mais **des acteurs engagés d'une dynamique collective.**

Car au fond, ce qui fait la réussite d'un événement BtoB, ce ne sont pas les chiffres, ce sont les histoires qu'il rend possibles.

**Ces histoires-là commencent bien avant le badge,
et continuent longtemps après.**

