

Événement 2.0, notoriété assurée !

Le web 2.0, évolution du web et de ses usages, n'en finit pas de révolutionner nos moyens de communication. Le web 2.0, c'est l'apparition de nouveaux services multi-supports favorisant l'interaction entre les internautes. Blogs, réseaux sociaux, partage de photos, de vidéos et d'informations en tous genres... ce sont à la fin **des centaines de milliers de contenus échangés chaque jour sur la Toile**... L'utilisateur devient créateur de contenu en se créant une identité numérique et en rejoignant des communautés diverses et variées telles que Facebook, Twitter ou encore Myspace. Auparavant les pages web étaient statiques, aujourd'hui l'information devient dynamique grâce à l'internaute qui prend la parole en devenant le principal acteur de cette ère nouvelle.

Mais connaissez-vous l'événement 2.0 ?

Ce nouveau procédé utilise les « **medias sociaux** », véritables armes de communication événementielle, dans le but d'obtenir l'engagement et la participation des internautes afin de créer le buzz. La proximité et l'interactivité ainsi créée avec les consommateurs (et impossible à reproduire avec les medias traditionnels), permet de créer l'événement et même d'augmenter son impact.

Louis Vuitton, a été le précurseur de ce genre d'opérations le 7 octobre dernier en diffusant en direct sur Facebook son défilé *Femmes Printemps/Été 2010*. La célèbre marque de luxe a ainsi proposé un service unique, personnalisé et inoubliable à plus de 600 000 fans en démocratisant un univers jusque-là réservé à un rang de privilégiés.

Guerlain a suivi le mouvement à l'occasion de la célébration de ses 180 ans, en invitant 8 blogueurs, à découvrir l'univers de la marque. Petit-déjeuner, visite, diffusion du nouveau spot publicitaire... Un programme spécial a été concocté pour ces heureux élus, très actifs sur la Toile, qui, la Maison Guerlain l'a bien compris, sont aujourd'hui de véritables leaders d'opinion à travers leurs blogs. Ce joli coup de publicité permet également à la marque de se façonner un nouveau positionnement.

Aubade retient elle aussi la leçon en incluant ces médias sociaux dans sa stratégie de communication afin de développer son image et sa notoriété. En septembre 2009, ce sont plus de 650 fans qui se sont rendus à la boutique rue Tronchet à Paris, conviés via ces medias sociaux afin de découvrir en avant-première la *Leçon de Séduction n°100*. D'autres opérations ont été lancées par la suite telles qu'un teasing sur Facebook ou encore des jeux-concours par le biais d'une application sur le site web du même nom. Une application Aubade sur Iphone sera prochainement disponible.

Pour connaître les retombées de votre événement par l'utilisation des réseaux sociaux et de la blogosphère, il vous suffit de mesurer la croissance des commentaires, des téléchargements, des pages fans ou encore du trafic sur les sites web.

Optez pour la nouveauté, visez plus haut avec l'événement 2.0 !

