

## NET MANAGERS 2016 A CREE DE L'EMOTION DANS TOUS LES SENS

***Du 31 mai au 4 juin dernier s'est déroulée la 11<sup>e</sup> édition de net Managers qui avait pour thème « Les sens du digital ». 55 patrons du Tourisme ont pu assister à des conférences autour de l'émotion et l'expérience utilisateur, tout en profitant de moments dédiés au networking et à la découverte de la destination.***



Pour les 10 ans de net Managers, l'équipe d'Eventiz a décidé de mettre les bouchées doubles. Cette année, c'est à Dubaï que l'agence événementielle a emmené 55 patrons du Tourisme afin de les informer sur les best practices pour générer de l'émotion et ainsi inspirer et fidéliser les voyageurs. L'émotion était partout, dans les thèmes évoqués par les participants, mais aussi sur les visages découvrant la destination. Tous les sens étaient en émoi pour comprendre « Les sens du digital ».

Une des premières conférences de l'évènement a été brillamment menée par Nicolas Beretti, Directeur Associé de BrainsWatt, venu expliquer comment repenser la place de l'émotion dans sa relation client. En donnant plusieurs exemples personnels dans sa relation avec les marques, Nicolas Beretti a été direct : « *Nous sommes biologiquement incapables d'être rationnels car nous sommes des êtres d'émotion* ». Il a expliqué que notre état émotionnel conditionne totalement notre perception du réel et donc notre façon de consommer. « *Les consommateurs n'achètent pas ce que vous faites, ils achètent ce pourquoi vous le faites* », a-t-il continué. C'est pourquoi la communication d'une marque doit d'abord partir du « Why », ce pourquoi une marque fait ce qu'elle fait, puis le « How », comment elle le fait, pour finir par le « What », ce qu'elle fait, le produit en lui-même. Ce n'est donc pas un produit qu'il faut mettre en avant, mais une philosophie.

### **Les subtilités du cerveau**

La deuxième session de conférences a ensuite été l'occasion, dans les locaux de Google, d'en apprendre plus sur les tendances digitales dans le Tourisme au Moyen-Orient. Les participants ont ainsi appris que les réservations hôtelières en direct étaient importantes dans la région et que les voyageurs étaient jeunes et connectés, sensibles à l'environnement familial et au luxe. La fidélisation aux marques y est très importante. Arnaud Valion de Travel Audience, entreprise rachetée par Amadeus en 2011, a quant à lui énuméré les problèmes que les professionnels du Tourisme pouvaient rencontrer sur Internet, surtout lorsque les internautes n'ont pas d'attention d'achat. Guillaume Victor Thomas d'Open Mind Innovation, a ensuite parlé des subtilités de nos cerveaux et proposé une séance de méditation à l'auditoire. Howtank a ensuite parler de l'importance de réhumaniser les sites de e-commerce en apportant du contact avec une personne en chair et en os et Oorace a expliqué les principes de la sérendipité, c'est-à-dire la faculté de découvrir par hasard et sagacité des choses que l'on ne cherchait pas.

La dernière session de conférences a elle aussi rassemblé du beau monde, avec tout d'abord l'intervention de Stéphane Lecouturier d'Altima, venu expliquer comment le design et l'expérience de navigation sur un site Internet avaient leur importance. Sophie Lacour, spécialiste de la prospective et de la robotique, a énuméré les technologies sensorielles qui permettront de compléter le voyage en amont ou pendant le séjour et enfin l'agence de publicité Buzzman est venue montrer ce qui se fait de mieux en termes de publicités vidéos, génératrice d'émotions.

### **Après l'effort cérébral, le réconfort**

Pour vivre les émotions après en avoir parlé, les participants ont pu aussi découvrir la destination grâce au programme aux petits oignons concocté par l'équipe d'Eventiz. Dès le premier jour, ils ont pu découvrir les paysages urbains de la ville, contrastés par le quartier du vieux Dubaï. Pour se rafraîchir, une session de ski sur la piste du Mall of the Emirates a été organisée, après avoir dégusté une fondue savoyarde. Le contraste à la Dubaï que l'agence événementielle a bien su démontrer. Les participants ont ensuite survécu à un rallye dans le désert, pour se rendre à un cocktail les pieds dans le sable au coucher du soleil. Quant à la soirée blanche, la marque de fabrique d'Eventiz, les petits plats ont été mis dans les grands : après un cocktail au sommet du Burj Al Arab, tout le monde a pu prendre des petits bateaux sur des canaux éclairés à la lumière tamisée pour se rendre dans un petit écrin où la soirée les attendait. L'évènement s'est ensuite fini en beauté avec la visite de la grande Mosquée d'Abu Dhabi au coucher du soleil. Une très belle édition qui a su mêler conférences de qualité et découverte de lieux exceptionnels. « *Une des meilleures éditions de net Managers* », ont même glissé quelques participants dans la navette du retour.

Des interviews écrites et vidéos arrivent très bientôt pour revenir sur la thématique de l'évènement!

**Par Julia Luczak-Rougeaux**

**Édité le : 07 Juin 2016**

<http://www.tom.travel/2016/06/07/net-managers-2016-a-cree-de-lemotion-dans-tous-les-sens/>