

Marketing événementiel & promotion stratégique

Dominique Kennan, Fondatrice et Présidente, Mina Martini Événements Spéciaux et Promo Inc.

Description:

L'événement bien pensé est la forme la plus concrète et la plus mobilisatrice des activités marketing sur laquelle puisse miser une entreprise. Le client qui planifie un événement interne songera sans doute qu'il s'agit là d'une exception puisque ce dernier est destiné aux employés de son entreprise. Or bien au contraire, un tel événement, au même titre que tout événement promotionnel, véhicule l'image de la société qui le met sur pied et, par le fait même, constitue une expérience de marque.

Le marketing événementiel doit être une façon d'approcher la production d'événements davantage qu'une facette de leur réalisation. En effet, au-delà de l'aspect promotionnel de certains événements à portée publicitaire, chaque décision dans le cadre d'un événement corporatif interne - qu'il soit d'ordre social, éducatif ou incitatif - a un impact important sur la perception de votre entreprise qu'ont vos clients les plus précieux : vos employés.

DÉCOUVREZ :

... en quoi un événement est invariablement une initiative marketing.

... la différence entre la promotion et le marketing événementiel.

... le profil marketing de votre entreprise grâce à un quiz éclair.

... des exemples d'expériences de marque réussies.

Et plus encore!

Biographie:

À la tête d'une agence d'événements spéciaux récipiendaire 2008 d'un Star Award pour le « Meilleur événement produit pour une entreprise à l'échelle nationale », Dominique Kennan a à son actif la conception et la production de centaines d'événements à succès à travers l'Amérique du Nord en près de 10 ans d'ingénierie d'avant-garde dans l'industrie événementielle.

Après avoir mis sur pied le département des événements spéciaux pour Tandem Events and Production Services à Montréal, Dominique fonde en 2003 une agence à son image : Mina Martini. C'est ainsi qu'elle démarre en solo, connaissant aussitôt un succès retentissant, qui donnera rapidement lieu à un défi de gestion de la croissance.

C'est en s'associant avec Michael Caplan de Sensix Communication et Événements qu'elle trouve une solution. Leur accord stratégique vise alors la mise en commun de leurs ressources et de leur savoir-faire. Grâce à cette alliance, Dominique trouve l'appui nécessaire pour gérer le haut volume de demandes dans un cadre rigoureux. Quant à Michael, qui est dans l'industrie événementielle depuis près de 30 ans, il bénéficie de la jeune et bouillante créativité de Dominique, et s'ouvre les portes du marché corporatif local, principalement francophone.

Cette association sera toutefois temporaire, et Dominique reprend Mina Martini à son compte, animée par une vision d'entreprise plus limpide que jamais, et avec en tête l'idée d'une expansion internationale.

Entrepreneur dans l'âme, Dominique a la passion du métier, puis l'ambition et la fougue nécessaires à une Success Story, dont vous serez bientôt témoins...