

MARKETING EMOTIONNEL



Une vision romantique du marketing

INTUITIONS, L'HUMAIN DANS LE MARKETING

Publié le 18 février 2014 — 2 commentaires

L'interview émotionnelle : Franck Prime (créateur des salons Web2b2015 et T2M2014)

écrit par **Patrice**

Franck Prime est un nom connu et respecté dans le monde des « salons professionnels ». Depuis ses premiers pas, il a créé et organisé plus de 100 events du genre qui lui valent aujourd'hui une belle notoriété et surtout un savoir-faire que beaucoup lui envient... Normal ! Jugé parfois dur, voire arrogant, Franck est un pro de l'organisation mais aussi un homme d'idées. Fonceur, prêt à se battre pour faire avancer ses concepts, il est souvent présent là où les autres n'osent s'aventurer. Avant-gardiste alors ? Visionnaire ?...

Pour en savoir davantage sur ses motivations profondes et sa vision des relations professionnelles, j'ai tenté une interview émotionnelle : surprise, l'émotion est au rendez-vous...

Question essentielle du marketing émotionnel : Quel est ton Why ?

Franck Prime : je dirais plutôt que la question essentielle est comment, non ? comment développer, quels moyens mettre en place, quelles stratégies et leviers dois-je coordonner, quel chemin dois-je suivre... bref comment ?

Ok. Mais pourquoi One Place ?

FP : Pourquoi One Place ? Parce que second place était pris ! Sans plaisanter, parce que j'avais 15 mn pour trouver un nom et que je pense que les premières idées sont toujours les meilleures. One Place car la vocation première de cette société est d'être le contre-coup au phénomènes de masse



que j'ai créé avant, des salons énormes que tout le monde connaît. Je voulais revenir à l'essentiel du besoin client. L'évènementiel est en mutation et les prestataires ont besoin de leads directs. Ceci passe par 2 éléments stratégiques forts : les 1to1 ou networkings afin que prestataires rencontrent leurs prospects en direct, gros succès du [WEB2BUSINESS](#) et du [DEVPRO](#). Et les contenus qualitatifs forts, éléments de base du [TIMETOMARKETING](#) lui permettant de se positionner en leadership sur les salons EMARKETING. Donc One Place car c'est à la fois le PLACETOBE des salons et le PLACETOMEET des congrès 1to1.

Quelle place pour l'émotion ?

FP : L'émotion ? Je suis considéré par mon milieu comme un type indestructible et insensible. Indestructible car les trahisons, mensonges, menaces et manipulations depuis 15 ans m'ont blindé. Insensible car je prends des décisions froides dénuées d'émotion de par ma formation juridique et parce que la vie et la perte m'ont mené à ne plus pouvoir mettre d'affect, en apparence. La réalité est toute autre, la trahison de mon ex associé m'a conduit à un arrêt cardiaque puis à m'auto-retiré des salons que j'avais créés autant que des salariés que j'adorais. Elle est tout autre car j'ai perdu tellement de monde de par mes origines et mes racines, que si je continuais à me montrer émotif, je deviendrais fou. Enfin je ne suis pas un « organisateur de salon », je fais partie des un pour mille qui les créent, les imaginent, les développent, se battent pour les rendre rentables et en faire des structure productives. Je suis et ai toujours été un entrepreneur. Un organisateur de salon est le locataire de ce qu'il n'a jamais créé, sans critique péjorative puisque ce sont mes amis, mes collègues ou mes concurrents. Je ne loue pas, j'ai créé un à un chaque fil de fonctionnement, chaque poussière, chaque rouage de chacun de mes 117 events. La création est d'ailleurs mon moteur essentiel car j'imagine, anticipe, étudie et construit ce que je souhaite. En ce sens, je mets en œuvre mes émotions pour parvenir à un produit concret, c'est le seul métier que je connaisse qui le permette.

Pourquoi es-tu toujours en recherche d'innovation et de nouvelles aventures ?

FP : J'ai commencé à travailler à 16 ans, j'ai créé des sociétés pour payer mes études, puis j'ai travaillé sur la dématérialisation des processus de la carte vitale & la norme de télétransmission B2 alors que nous n'en étions qu'à pac-man et au minitel. Puis j'ai lancé le 1er salon du EBUSINESS à Londres et Lyon pour REED alors que le E n'était pas encore une expression et avant même que la

marque EBUSINESS propre ne se lance sur les salons (3 ans plus tard, de mon seul fait). Entre temps la bulle internet a explosé puis j'ai co-lancé ECOMMERCE avec la société pré citée. Mon aventure à moi est l'anticipation des segments et ma spécialité, mon expertise est la net économie, c'est un automatisme facile... Donc j'avance, je crée, je mets en place mes rêves et y colle des objectifs sous forme de sociétés et de business models, et ça marche toujours lorsqu'on croit à ce qu'on fait. Puis je m'entoure de gens que j'aime et/ou que je respecte, et les gens croient toujours à vous si vous croyez à votre propre étoile et que vous n'avez pas une vision purement financière ou biaisée. La vie est une aventure non ? Nous ne sommes pas là pour longtemps donc autant être loyal, droit et faire en sorte que ça se passe bien.

Comment décrirais-tu la rencontre émotionnelle ?

FP : Imaginer un produit, le créer, croire en soit, se maintenir lorsque tout vous attaque, se donner 6 mois seulement pour le mettre en place puis le voir naître, réussir et se développer. Si ca s'est pas une émotion pure ! je sais que tous les entrepreneurs me comprendront. Malgré tout, l'émotion ultime, celle qui reste la seule à me toucher jusqu'au sang et au cœur reste définitivement le tout premier regard de mes enfants lorsque je les ai rencontrés. Il n'est rien de plus ultime au sens même de l'existence, mais bon, c'est mon avis.

Quel est le média, le moyen marketing qui te transmet le mieux des émotions ? T'en inspires-tu pour promouvoir tes événements ?

FP : Un média est une mise en place concrète de stratégie de visibilité, c'est pas le genre de truc qui peut m'émouvoir au sens précis du terme. Par contre, statistiquement, le média qui véhicule le plus d'émotion quantifiable par une transformation d'intérêt (dans mon milieu : l'inscription au salon) reste la mise en avant du contenu le plus fort, cela passe par les conférences, les keynotes ou l'implication de certains dirigeants que nous mettons en avant sur les salons. Cela s'est vu concrètement sur les keynotes du web2business ou l'audience refusait littéralement de quitter la salle... pendant près de 10h et malgré des panneaux qui apparaissaient sur leur écran pour en inviter certains à se diriger vers leur rendez-vous. En fait c'est simple, si on ne ment pas sur la qualité, on suscite l'émotion réelle et l'addiction. C'est comme avec les gens, si on ne leur ment pas, tout se passe bien. Si on travestis la réalité, on se la prends en pleine tête un jour ou l'autre et c'est légitime. Donc oui, je m'en inspire pour chaque salon car il ne faut pas mentir sur la qualité d'un contenu. Ce sera le cas sur le TIMETOMARKETING en juin à la cité de la mode. Nous sommes entrain de structurer un contenu aussi qualitatif que sur le WEB2BUSINESS mais cette fois ci, totalement gratuit puisqu'il s'agit d'un salon de plus de 10 000 professionnels. J'attends déjà la question « ce n'est pas porte de versailles ou au cnit comme tous les salons ? » : non, il faut casser les codes, les rouages sont faits pour être explosés. J'ai cassé les codes en co-crétant le PLACE TO MEET ultime avec le WEB2BUSINESS dans un château, luxe et qualitatif absolu, une véritable machine à lead pour les

prestataires et à contenu pour les invités... donc je décale le TIME2MARKETING alias T2M2014 dans le cadre magnifique de la CITE DE LA MODE parce que c'est beau, simple d'accès et en phase avec le qualitatif de mes organisations. Je fais du qualitatif, le quantitatif c'était ma vie avant.

Merci Franck et à très bientôt sur le [T2M2014](#) (17 et 18 juin 2014) !

Partager:



J'aime

Soyez le premier à aimer cet article.

Sur le même thème



T2M 2014 : J-7 avant la keynote sur les nouvelles tendances du marketing et du digital
Dans "Intuitions"



WEB2B2015 : bilan d'une deuxième édition avec Franck Prime
Dans "interview émotionnelle"



Web2business 2014 : l'interview qui casse les codes !
Dans "Inbound marketing"

CETTE ENTRÉE A ÉTÉ PUBLIÉE DANS : Intuitions, l'humain dans le marketing

AVEC LES TAGS : DEVPRO, Franck Prime, T2M2014, WEB2B2015

par Patrice



CEO Eforbrands Consultant / Speaker / Formateur / Auteur du Marketing Emotionnel
Fondateur du Club du Marketing Emotionnel - Intervenant pour l'ESSAC, le MSc MBA Insec Paris et Sup Career en relation client, inbound marketing et stratégies de fidélisation. Auteur des livres : Tout savoir sur Le Marketing Emotionnel aux Editions Kawa - nov 2013 La Fidélité, du chaos à la zone de confort aux Editions Kawa - Janv 2017 Fondateur de LePartenariat et Eforbrands Rédacteur du blog du partenariat et du blog [marketingemotionnel.com](#)

2 commentaires

**rogier adrien**

15 avril 2014

ce mec est génial

**Franck Prime**

25 avril 2014

Pour tous ceux qui veulent s'inscrire au salon des leaders du EMARKETING 3.0 #T2M2014 c'est ici et c'est gratuit -> <http://www.time2marketing.fr/>
ou là -> <https://www.facebook.com/T2M.Time2Marketing?ref=hl>

Pour tous ceux qui veulent me suivre (mais je ne suis pas fréquentable 😊) c'est ici ->
<https://marketingemotionnel.com/2014/02/18/linterview-emotionnelle-franck-prime-createur-des-salons-web2b2015-et-t2m2014/>

& là -> http://www.ginisty.com/Franck-Prime-L-homme-au-100-salons_a878.html

& là -> <https://www.linkedin.com/in/franckprime>

bref, partout sur le net 😊

merci à tous
franck PRIME

ARTICLE PRÉCÉDENT*De l'émotion dans l'image : découverte de Jean-François Baecker***ARTICLE SUIVANT***Why should you love your customers ?*

ARTICLES RÉCENTS

Quand mon bot ne passe pas la vague ! #VoiceTech #ChatBot

Et si on retrouvait l'envie de rire ? #LaVacheQuiRit

Le marketing des gens qui osent #AdetemFactory

Si toi aussi tu fais le mouton du marketing... #BeYou

Interview émotionnelle de Jean-François Kilian #LamieMutuelle

CATÉGORIES

Afterwork Emotionnel
cinéma et émotions
expérience client
histoire et contenu de marque
Inbound marketing
interview émotionnelle
Intuitions
l'humain dans le marketing
le plaisir et la fidélisation
les 4 E
les livres qui m'inspirent
mes étudiants ont des idées !
semaine du happy marketing
Social CRM
vive les marques !

SOCIAL



ARCHIVES

FÉVRIER 2014

L	M	M	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
« Jan				Mar »		

L	M	M	J	V	S	D
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		
« Jan				Mar »		

S'ABONNER PAR E-MAIL AU BLOG

Entrez votre adresse mail pour suivre ce blog et être notifié(e) par email des nouvelles publications.

Rejoignez 3 137 autres abonnés

RETROUVEZ TOUTES LES NOTES DEPUIS MARS 2013



27 novembre 2019

Quand mon bot ne passe pas la vague ! #VoiceTech #ChatBot



18 novembre 2019

Et si on retrouvait l'envie de rire ? ...



14 novembre 2019

Le marketing des gens qui osent #AdetemFactory



13 novembre 2019

Si toi aussi tu fais le mouton du marketing... #BeYou



12 novembre 2019

Interview émotionnelle de Jean-François Kilian ...

Suivre Marketing Emotionnel

SUIVEZ-MOI SUR TWITTER

Mes Tweets