

Réussir ses événements et ses manifestations

Objectifs :

Identifier les enjeux de la communication événementielle, dans la stratégie de l'entreprise
Vendre son événement en interne, préparer, gérer et évaluer l'événement

Programme :

Les fondamentaux

- ✓ Qu'est-ce qu'un événement ? Différents types (congrès, colloques, séminaires, journées portes ouvertes, forum)
- ✓ Quels sont la place et le rôle de l'événementiel dans l'entreprise ?
- ✓ Quels sont les acteurs ? internes et externes à l'entreprise - impliqués dans l'organisation d'une manifestation ?

Communication événementielle : déterminer l'objectif de la manifestation

- ✓ Valider l'opportunité de monter un événement
- ✓ Les différents types de manifestations : choisir l'événement
- ✓ Identifier les enjeux et les retours attendus : définir les cibles ; définir les objectifs
- ✓ Évaluer le budget

La phase de préparation de l'événement

- ✓ Identifier les ressources matérielles et humaines nécessaires
- ✓ Etablir un rétro-planning
- ✓ Mettre en place des tableaux de bord pour le suivi du budget
- ✓ Définir la liste des intervenants
- ✓ Choisir le lieu adéquat selon l'objectif de la manifestation
- ✓ Rédiger un cahier des charges si sous-traitance de l'événement
- ✓ Présenter un brief à une agence d'événementiel
- ✓ Présenter le projet à sa hiérarchie pour validation
- ✓ Gérer les différents contributeurs internes et/ou externes à l'organisation de l'événement (intervenants internes et/ou externes, agences...)

La communication sur l'événement et autour de celui-ci

- ✓ Vérifier la mise à jour du fichier cible
- ✓ Réaliser et envoyer les invitations
- ✓ Gérer les réponses et les NPAI
- ✓ Mettre en place un plan de relance
- ✓ Activer les supports de communication complémentaires en soutien à l'organisation de l'événement (publicité, promotion via l'équipe commerciale, communication interne, site web, etc.)
- ✓ Choisir les bons supports et autres documents à remettre aux participants
- ✓ Penser à la signalétique, l'agencement, l'accueil, la coordination des livraisons
- ✓ Pilotage du budget et du rétro-planning

Vivre l'événement le jour J et être le chef d'orchestre

- ✓ Recevoir les intervenants

Code : A256

En présentiel :

Durée : 2 jours

Prix : 990 € HT

Lieu : Paris

Liste des dates :

18 au 19 janvier

15 au 16 mars

06 au 07 juin

12 au 13 septembre

07 au 08 novembre

En distanciel :

Durée : 3 sessions de 0,5 jour et 1 heure de coaching individuel

Prix : 810 € HT

Liste des dates :

Janvier : 10 matin, 12 matin et 15 matin

Avril : 11 matin, 12 matin et 15 matin

Juin : 13 matin, 14 matin et 17 matin

Octobre : 10 matin, 11 matin et 14 matin

Décembre : 12 après-midi, 13 après-midi et 16 après-midi

Public concerné :

Tout collaborateur devant gérer des événements et des manifestations

Intervenants :

Spécialiste en marketing

Pré-requis :

Aucun

Techniques d'animation :

Alternance de théorie et de pratique.
Exercices individuels et collectifs.
Retour d'expériences.
Echanges.
Mises en situation.
Entraînements.
Etudes de cas.

<ul style="list-style-type: none">✓ Accueillir les invités ou visiteurs✓ Se rendre disponible pour prendre en compte les demandes particulières✓ Assurer les relations publiques✓ Assumer son rôle de coordinateur auprès des représentants de l'entreprise✓ Rassurer <p>Évaluer les "retombées" de l'événement</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Mesurer les retombées "image", commerciales✓ Consolider sa base de données en vue d'une suite✓ Préparer une suite✓ Valoriser l'événement en interne	
---	--