

PROGRAMME

→ Prérequis

Aucun pré-requis n'est demandé en termes de compétences ni de formation initiale.

→ Durée

à partir de 2 jours de formation selon la taille de l'entreprise, les objectifs spécifiques et le public concerné.

Délai d'accès : selon les délais des demandes de financement OPCO et planning

→ Public visé

Cette formation s'adresse à tous les dirigeants et salariés d'entreprise dont la fonction implique l'organisation et la promotion d'évènement.

→ Nombre de participants

De 1 à 10 personnes

Accueil des personnes en situation de handicap et aménagement possible, merci de nous consulter

→ Outils pédagogiques

Salle, tables et chaises,
Tableau effaçable / Paperboard.
Vidéoprojecteur / ordinateur.

→ Méthodes Pédagogiques

Approche participative, déductive avec transmission des connaissances. Réalisation d'un plan d'actions, retroplanning, encadrée par le formateur.

→ Formateur(s)

Consultant expert en marketing et communication

→ Evaluation des acquis

Exercices d'application, évaluation continue par le formateur, auto-évaluation et attestation de fin de formation

→ Tarifs hors taxes

Module standard = 1 400 €ht
Journée supplémentaire de formation = 700 €h

ORGANISATION ET COMMUNICATION EVENEMENTIELLE

Objectifs de la formation

- Donner au stagiaire les connaissances, la méthode et les outils pour déterminer sa stratégie de communication événementielle en fonction des objectifs attendus.
- Donner la méthode et les outils pour organiser, gérer et évaluer son événement.

PROGRAMME

Le cadre théorique et méthodologique

1. Définir sa stratégie de communication événementielle
 - a. Valider l'opportunité de monter un événement.
 - b. Les différents types de manifestations : choisir l'évènement.
 - c. Identifier les enjeux et les retours attendus : cibles, objectifs, budget.
2. Préparer sa manifestation
 - a. Identifier et gérer les contraintes matérielles.
 - b. Établir un rétro-planning des actions de communication
 - c. Définir une liste d'intervenants.
 - d. Repérer un lieu adéquat : les conditions de succès.
3. Réussir sa communication autour de l'évènement
 - a. Préparer et envoyer les invitations. Établir un suivi des réponses et relancer.
 - b. Choisir les bons supports : les documents à remettre aux participants. Sélectionner les produits à présenter.
 - c. Vérifier avant le jour J : signalétique, agencement, accueil...
4. Gérer le jour de l'évènement
 - a. Recevoir les intervenants et accueillir les invités ou visiteurs.
 - b. Se rendre disponible pour prendre en compte les demandes particulières.
 - c. Assurer les Relations Publiques.
 - d. Assumer son rôle de coordinateur auprès des représentants de l'entreprise.
5. Évaluer les "retombées" de l'évènement
 - a. Mesurer les retombées "image", commerciales.
 - b. Consolider sa base de données en vue d'une suite.
 - c. Préparer une suite.
 - d. Valoriser l'évènement en interne.

Exercice d'application

1. Revue des évènements en cours de préparation et présentation
2. Analyse critique des actions mises en place et des difficultés rencontrées dans les différentes étapes
3. Liste des actions et corrections au cas par cas
4. Création par le stagiaire d'un plan d'actions sur un mois relatif à tous les évènements en cours de préparation

Modalités de personnalisation

Ce programme correspond une formation standard construite pour pouvoir répondre aux objectifs de la plupart des entreprises et des professionnels.

Cependant, la durée de la formation sera adaptée en fonction de :

- nombre des stagiaires
- postes occupés par les stagiaires et compétences initiales
- disponibilité des stagiaires
- attentes spécifiques du dirigeant