

## Réussir manifestations et événements



COM-30 2 Jours (14 Heures)

### Description

La communication événementielle est un des outils à enjeux pour l'entreprise. Bien réussie elle permet de vous rapprocher de vos clients, de vos salariés et de vos actionnaires. Aujourd'hui elle intègre le digital dans ses actions. Durant cette formation, vous allez maîtriser les étapes-clés, de l'organisation amont à l'évaluation des retombées, d'une manifestation. Vous prendrez en compte les enjeux d'une communication événementielle à l'ère du digital.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Responsable et chargé(e) de communication. Responsable de la communication événementielle. Collaborateur des services marketing. Assistant(e) de communication.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Déterminer sa stratégie de communication événementielle
- Maîtriser les étapes-clés de l'organisation amont aux retombées finales d'un événement
- Intégrer les nouveaux enjeux et outils du digital

### Programme de la formation

#### Définir sa stratégie de communication événementielle

- 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 : la méthode I.A.C. ; définir les objectifs ; définir les moyens de communication en fonction des cibles (réseaux sociaux, e-mailing...).
- Évaluer le budget.

### Préparer sa manifestation

- Identifier et gérer les contraintes matérielles.
- Établir un rétroplanning des actions de communication événementielle.
- Définir une liste d'intervenants.
- Repérer un lieu adéquat : les conditions de succès.

### Réussir sa communication autour de l'événement

- Préparer et envoyer les invitations, en ciblant les canaux de diffusion.
- Établir un suivi des réponses et relancer.
- Choisir les bons supports : les documents à remettre aux participants.
- Intégrer le digital : acteur à part entière de l'événement : les smartphones et les participants .
- Vérifier avant le jour J : signalétique ; agencement ; wifi ; accueil...

### Gérer le jour de l'événement

- Recevoir les intervenants : 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.

### Évaluer les 'retombées' de l'événement

- Mesurer les retombées 'image', commerciales.
- Mesurer les retombées 'omnicanal'.
- Consolider sa base de données en vue d'une suite.
- Préparer une suite.
- Valoriser l'événement en interne et sur les réseaux sociaux de l'entreprise.
- Évaluation du transfert des acquis pour valider la mise en œuvre en situation de travail