

CREER DES EVENEMENTS POUR DYNAMISER SON ACTIVITE

Durée	14 heures, soit 2 jours	Tarif	INTER : 720 € HT /pers INTRA : 3200 €HT /groupe
Public visé	Toute personne amenée à concevoir, organiser et promouvoir des événements au sein d'un établissement HCR	Pré-requis	Maîtrise de la langue française Avoir suivi la formation « Développer sa communication digitale » ou équivalent
Lieu Modalité	<input type="checkbox"/> ASFOREST <input type="checkbox"/> en entreprise <input type="checkbox"/> présentiel <input type="checkbox"/> distanciel	Dates	Voir catalogue

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, vous serez apte à concevoir un événement aligné avec la stratégie commerciale et l'image de votre établissement et comprendre les leviers de communication et de valorisation qui transforment un événement en moteur de chiffre d'affaires.

Vous serez capable d'élaborer un concept d'événement cohérent, structuré et rentable, construire un plan de communication adapté à votre clientèle et à vos canaux de diffusion, créer et diffuser des supports promotionnels efficaces avant, pendant et après l'événement, et évaluer les retombées commerciales et renforcer la fidélisation à travers la valorisation post-événement.

CONTENU DU PROGRAMME

Test de positionnement : évaluation des connaissances et compétences en amont de la formation.

1- Concevoir un événement cohérent et porteur (3h30 – 2 séquences)

- Identifier les occasions et objectifs d'un événement dans le secteur de l'hôtellerie restauration
- Définir un concept en cohérence avec l'image, la clientèle et les moyens disponibles
- Structurer les étapes d'organisation et répartir les rôles
- Planifier les ressources et estimer les coûts pour assurer la rentabilité

2- Construire un plan de communication efficace (3h30 – 2 séquences)

- Identifier les canaux pertinents selon sa clientèle et ses objectifs
- Élaborer un message attractif et cohérent
- Définir une stratégie de communication avant, pendant et après l'événement
- Organiser la diffusion pour maximiser l'impact et la visibilité

3- Créer et diffuser des supports promotionnels attractifs (3h30 – 2 séquences)

- Créer des visuels cohérents et impactants (affiche, post, story, flyer, newsletter)
- Utiliser des outils simples pour gagner en autonomie (Canva, Meta Business Suite)
- Animer sa communauté pendant l'événement (photos, stories, interactions)
- Professionnaliser la diffusion sur les canaux prioritaires

4- Valoriser et capitaliser sur l'événement (3h30 – 2 séquences)

- Mesurer les retombées commerciales et qualitatives
- Transformer les participants en ambassadeurs
- Valoriser les réussites et remerciements post-événement
- Pérenniser la dynamique commerciale générée

Evaluation finale : évaluation de l'acquisition de l'ensemble des connaissances et compétences du parcours.

SEQUENÇAGE

- **Séquence 1 (1h30) Enjeux et typologie des événements** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence débute sur une immersion dans le monde de l'événementiel HCR, avec le formateur qui revient sur le test de positionnement et expose les enjeux d'une stratégie événementielle spécifique au secteur de l'hôtellerie restauration. À partir d'exemples concrets (soirée thématique, brunch, partenariat local, lancement de saison), les stagiaires identifient les raisons de créer un événement : dynamiser les ventes, fidéliser, attirer de nouveaux clients, animer les périodes creuses. Le formateur met en évidence les facteurs clés de succès (cohérence, anticipation, visibilité). Il évalue l'acquisition des connaissances par un questionnaire direct.
- **Séquence 2 (2h) Définition du concept et planification** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'appuie sur des études de cas d'établissements HCR. Les participants, individuellement ou en sous-groupes, définissent un concept d'événement aligné sur l'image de leur établissement, sa clientèle et ses moyens. Le formateur guide la construction du plan d'organisation : choix du lieu, budget, fournisseurs, rétroplanning. Des outils pratiques (grille de faisabilité, modèle de budget, checklist logistique) sont remis. Une restitution collective du concept et un feedback croisé permettent d'évaluer l'acquisition des compétences.
- **Séquence 3 (1h30) Élaborer le message et choisir les bons canaux** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments du précédent module et une séance de questions/réponses. Le formateur introduit les principes clés de la communication événementielle : cohérence, clarté, répétition et attractivité. Les participants identifient leurs cibles (habitués, entreprises, touristes, presse locale) et sélectionnent les supports adaptés : affiches, réseaux sociaux, newsletter, partenariats, relations presse. Des exemples concrets issus du secteur HCR illustrent les bonnes pratiques. Le formateur évalue l'acquisition des compétences à travers la présentation d'un plan de communication multicanal.
- **Séquence 4 (2h) Planifier la communication avant, pendant et après** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'articule autour d'études de cas. Les participants construisent une trame de diffusion (J-30, J-7, jour J, J+1, J+15) en adaptant ton, rythme et visuels à chaque canal. Le formateur guide la rédaction d'un calendrier de publication et met l'accent sur la synergie entre supports physiques et digitaux. Des outils pratiques (modèles de plannings, gabarits de publications...) sont remis. Le formateur évalue l'acquisition des compétences avec les productions des participants.
- **Séquence 5 (1h30) Création de supports visuels et éditoriaux** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments du précédent module et une séance de questions/réponses. Le formateur réalise un focus des tendances visuelles du secteur HCR : simplicité, authenticité, émotion. Il présente les principes de composition graphique (lisibilité, hiérarchie, cohérence visuelle). Les participants réalisent leurs propres supports à partir d'un brief (flyer, visuel digital ou post social media), accompagnés par le formateur sur la prise en main des outils Canva ou Business Suite. Une restitution collective et les feedbacks du formateur permettent aux participants d'évaluer leur progression et l'acquisition des compétences.
- **Séquence 6 (2h) Diffusion et animation en direct** [présentiel ou distanciel] : Les participants planifient la diffusion de leurs supports selon le timing de l'événement. Le formateur introduit les stratégies d'engagement en ligne : publications en temps réel, interactions clients, stories, relais partenaires. Les participants testent différentes formes d'interactions digitales et physiques. Des checklists de bonnes pratiques sont remises pour garantir la cohérence. Le formateur évalue l'acquisition des compétences avec les productions des participants.
- **Séquence 7 (1h30) Valoriser l'événement et prolonger la visibilité** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments du précédent module et une séance de questions/réponses. Le formateur met l'accent sur la communication post-événement et présente les bonnes pratiques de valorisation : publication des temps forts, témoignages clients, remerciements partenaires, vidéos de synthèse. Les participants conçoivent un plan de suivi post-événement. L'accent est mis sur la cohérence entre reconnaissance et fidélisation. Une restitution collective et les feedbacks du formateur permettent aux participants d'évaluer leur progression et l'acquisition des compétences.
- **Séquence 8 (2h) Mesurer les résultats et consolider la stratégie** [présentiel ou distanciel] : Les participants identifient les indicateurs de performance (taux de participation, couverture médiatique, retombées digitales, ventes additionnelles). Le formateur accompagne la création d'un tableau de bord simple de suivi et d'un plan d'action pour la prochaine édition. La séquence se conclut par un plan d'action individuel de transposition des acquis au poste de travail. Une évaluation finale permet d'évaluer les éléments de la séquence et l'acquisition des compétences du parcours.

En présentiel et distanciel synchrone, des temps de pause réguliers sont aménagés entre les séquences et en fonction des activités pédagogiques. Ces temps de récupération favorisent l'assimilation des connaissances, le maintien de la concentration, la convivialité entre participants et la qualité globale des apprentissages.

METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES MOBILISES

- **Méthodes pédagogiques variées** : alternance d'approches expositive, interrogative et active favorisant l'engagement, la créativité et la mémorisation. Les participants expérimentent des modalités adaptées à différents styles d'apprentissage : apports théoriques, travaux de groupe, études de cas, jeux de rôle, ateliers pratiques, discussions dirigées, apprentissage par projet, démonstrations, brainstorming, feedback et évaluations formatives.
En distanciel, chaque séquence intègre au moins une activité pédagogique interactive (quiz, étude de cas, mise en situation, forum collaboratif) d'une durée moyenne d'environ 15 minutes, afin de garantir l'implication active des participants et la consolidation des acquis à distance.
- **Supports et ressources pédagogiques** : mise à disposition de ressources diversifiées pour créer un environnement d'apprentissage riche et stimulant : présentations, tableaux blancs, affiches, graphiques, fiches de travail, études de cas, supports imprimés et numériques, vidéos, quiz interactifs, sondages, applications web, plateformes d'apprentissage et équipements techniques adaptés (ordinateur, vidéoprojecteur, logiciels dédiés).
- **Accompagnement et assistance pédagogiques** : animation de l'ensemble des séquences par un formateur référent garantissant le suivi du groupe et l'adaptation aux besoins individuels. L'accompagnement comprend l'accueil et la mise en confiance, l'encadrement des activités, la gestion des dynamiques de groupe, les feedbacks réguliers et le suivi post-formation favorisant la transposition des acquis en situation de travail.

MODALITES TECHNIQUES ET D'ACCES

- **Modalités d'accès et d'accompagnement** : Les participants peuvent s'inscrire auprès de nos équipes dans la limite des places disponibles, jusqu'à la veille de la session. L'employeur veille à respecter les éventuels délais imposés par un financeur tiers. L'assistance technique et administrative est assurée par nos équipes avant, pendant et après la formation : convocations, règlement intérieur, accueil, suivi administratif et financier, délivrance des attestations, traitement des réclamations... Nos équipes sont joignables du lundi au vendredi de 9h à 18h au 01 42 96 09 27 ou par mail asforest@asforest.com. En cas d'indisponibilité, une réponse est apportée sous 48h ouvrés.
- **Lieux et moyens techniques mis à disposition** : Les espaces de formation ASFOREST, équipés d'écrans, tableaux, ordinateurs, accès Internet et outils numériques, offrent des conditions optimales d'apprentissage et d'échanges.
 - Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de notre politique accessibilité, nous invitons tout participant à nous informer en amont de toute situation de handicap ou besoin d'adaptation afin de prévoir les aménagements nécessaires, en lien avec notre référent handicap.
 - En cas de formation organisée hors du centre (en entreprise), ASFOREST s'assure en amont que les conditions matérielles et techniques sont adaptées au bon déroulement de la session. Cette vérification est réalisée en lien avec le lieu d'accueil, qui met à disposition les moyens nécessaires à la réalisation des activités prévues.
- **En distanciel, conditions techniques requises** : Chaque participant doit disposer d'un ordinateur connecté à Internet (connexion stable pour le visionnage de vidéos et l'accès à une plateforme en ligne), d'un micro et d'une caméra fonctionnels pour participer aux classes virtuelles, d'une adresse mail active, et d'une aisance suffisante dans l'utilisation des outils numériques de base (navigation web, visioconférence, téléchargement de documents).

MODALITES D'EVALUATION ET SUIVI DE L'ACTION

Evaluations pédagogiques : Partie intégrante du parcours de formation, leurs coûts sont inclus dans le tarif global.

- **Positionnement** : évaluation initiale pour identifier le niveau de maîtrise du stagiaire, ses besoins et ses attentes afin d'adapter le parcours et, le cas échéant, de proposer un accompagnement individualisé.
- **Continue** : évaluations formatives pour vérifier la compréhension, l'assimilation et la mise en œuvre progressive des compétences. Ces temps d'échanges et de feedback favorisent l'ancrage des apprentissages.
- **Finale** : évaluation sommative pour mesurer l'atteinte des objectifs pédagogiques et valider les compétences acquises. Elle peut également servir à définir, le cas échéant, un plan de consolidation post-formation.

Suivi post-formation :

- À l'issue du parcours, chaque stagiaire reçoit une attestation de fin de formation précisant la durée, les objectifs visés et leur niveau d'atteinte évalué en fin de formation. Un certificat de réalisation est transmis au financeur et à l'employeur, en justification de la réalisation effective de l'action. Un relevé de présence peut être remis sur demande, à titre d'information complémentaire sur l'assiduité des participants.
- Une enquête de satisfaction est réalisée auprès des participants (à chaud à la fin de la formation, puis à froid trois mois après) ainsi qu'auprès des employeurs. Ces retours permettent d'évaluer la satisfaction, la transférabilité des acquis en situation de travail et la contribution de la formation à la montée en compétences.

mise à jour : 15/06/2026