

DEPLOYER UNE STRATEGIE EVENEMENTIELLE POUR MIEUX VENDRE

Durée	14 heures, soit 2 jours	Tarif	INTER : 720 € HT /pers INTRA : 3600 €HT/groupe
Public visé	Toute personne amenée à organiser un événement dans le cadre de la stratégie commerciale de son établissement	Pré-requis	Compréhension du français
Modalités	Présentiel <input checked="" type="checkbox"/> ASFOREST <input type="checkbox"/> en entreprise Distantiel <input type="checkbox"/> en ligne <input type="checkbox"/> mixte	Session	Voir catalogue Nous contacter

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, vous serez apte à connaître les fondamentaux d'une stratégie événementielle, identifier les composantes d'un plan d'action efficace pour réussir vos événements de leur conception jusqu'à leur réalisation, et maîtriser les différentes étapes que comporte la promotion d'un événement.

Vous serez capable de développer votre établissement à travers une stratégie événementielle intégrée à votre stratégie commerciale, adaptée à l'actualité de votre établissement et aux dates clés du calendrier, et de planifier et promouvoir vos événements à travers une communication 360° (réseaux sociaux, internet, presse, radio...).

CONTENU DU PROGRAMME

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

1- Les fondamentaux d'une stratégie événementielle (3h30 – 2 séquences)

- Mettre en valeur des produits et services et renforcer l'image de marque de l'établissement
- Planifier sa stratégie événementielle
- Imbriquer communication numérique et traditionnelle

2- Les différents types d'événements (3h30 – 1 séquence)

- S'appuyer sur les événements spéciaux du calendrier (Saint Valentin, Halloween, journées internationales...)
- Adapter ses menus et son offre de prestation
- Développer ses services : location, prestations spéciales...

Evaluation continue à la fin de chaque séquence pour validation des modules et/ou suivi et accompagnement individualisé pour l'acquisition des connaissances ou compétences non maîtrisées.

3- Le bon équilibre visuel / écrit dans la communication (3h30 – 2 séquences)

- Présenter son événement selon les supports (communiqué de presse, structure événement en ligne...)
- Produire ses propres visuels facilement pour le print et pour le web
- Planifier les contenus qui alimenteront les espaces de communication

4- L'articulation entre communication numérique et traditionnelle (3h30 – 1 séquence)

- Développer des logiques de promotion de ses événements
- S'appuyer sur sa communauté, des influenceurs, des médias généralistes ou spécialisés (radio, presse...)
- Communiquer efficacement via Facebook et Instagram

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

TOURISME / HOTELS / RESTAURANTS / CAFES / TRAITEURS / RETAIL

SEQUENÇAGE

- **Séquence 1 (1h30) Stratégie événementielle** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence débute sur une immersion dans le programme avec le formateur qui revient sur le test de positionnement et expose les enjeux notamment d'une stratégie événementielle. Les stagiaires sont amenés à définir le contexte de leur entreprise et leur expérience afin d'apporter collectivement des éléments d'information sur les pratiques actuelles de leur établissement en la matière. Le formateur synthétise l'ensemble et rappelle les objectifs : mettre en valeur des produits et services, renforcer l'image de marque de l'établissement, développer le chiffre d'affaires. Il évalue l'acquisition des compétences grâce à un questionnaire direct.
- **Séquence 2 (2h) Planification** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence s'organise autour de cas pratiques réalisés individuellement ou en sous-groupes, permettant de mettre en exergue les éléments de planification d'un événement, essentiels à sa promotion : public cible, objectifs, parties prenantes, chiffrage, conceptualisation, impact clients... Le formateur répond aux questions et alimente les réflexions en cours des participants, notamment sur l'imbrication entre communication numérique et communication traditionnelle, soit le développement d'une communication 360° adaptée à la cible. Les corrigés permettent aux stagiaires d'évaluer leurs productions.
- **Séquence 3 (3h30) Evénements** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments des séquences précédentes, éléments retenus, questions/réponses. Le formateur propose une série d'exercices permettant aux stagiaires individuellement ou en sous-groupes de commencer leur plan de communication en définissant les temps forts de leur stratégie de promotion événementielle (actualités de l'établissement, dates clés du calendrier...). L'accent est ensuite porté sur les produits et services qui pourraient être adaptés à ces différents moments et événements qui pourraient être proposés. Des outils pratiques sont transmis (tableaux de bords, calendrier des événements / journées internationales...). Le formateur évalue l'acquisition des compétences grâce à un questionnaire direct.
- **Séquence 4 (1h30) Présentations** [présentiel ou classe virtuelle] : Dans cette séquence, le formateur propose aux stagiaires individuellement ou en sous-groupes de poursuivre la réflexion entamée dans les séquences précédentes et de choisir un événement à approfondir. Il répond aux questions et alimente les réflexions en cours des participants, notamment sur le public cible, les objectifs, le type d'événement, la présentation écrite presse et web, l'identité visuelle, les prestations proposées... Des outils pratiques sont transmis (formulation à privilégier ou à éviter...). Le formateur évalue l'acquisition des compétences grâce à un questionnaire direct.
- **Séquence 5 (2h) Production** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence s'organise autour d'exercices pratiques réalisés individuellement ou en sous-groupes, permettant d'aller plus loin dans la communication de l'événement travaillé précédemment. Le formateur présente des outils permettant de produire ses propres visuels facilement pour le print et pour le web. Les stagiaires manipulent les outils et sont invités à produire un visuel adaptés à la stratégie de l'événement à promouvoir et à imaginer les différents contenus à décliner tout au long de la promotion de l'événement. Le formateur évalue l'acquisition des compétences via les productions des stagiaires.
- **Séquence 6 (3h30) Déploiement** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments des séquences précédentes, éléments retenus, questions/réponses. Le formateur présente l'importance de s'appuyer sur différents partenaires / acteurs pour déployer sa communication et promouvoir ses événements, en premier lieu sa communauté déjà présente, mais également potentiellement des influenceurs et/ou des médias généralistes ou spécialisés en fonction des objectifs et publics cibles. Un focus est réalisé sur les plateformes de communication événementielles proposées par Facebook et Instagram. Une évaluation finale permet d'évaluer les éléments de la séquence et l'acquisition des compétences du parcours.

En temps synchrone, en fonction de la durée des séquences et parfois de leur enchaînement, des temps de pauses réguliers sont bien évidemment inclus : entre chaque séquence si enchaînement, et au sein d'une même séquence toutes les heures ou heures et demie suivant les activités pédagogiques. En temps asynchrone, les stagiaires peuvent se connecter à leur rythme sur une période déterminée par le planning de formation.

METHODES MOBILISEES

- Utilisation de méthodes pédagogiques expositives, interrogatives et actives (apports théoriques et pratiques, tests, mises en situation, cas pratiques, jeux de rôle, quizz...) permettant d'acquérir ou actualiser connaissances et compétences

- Supports pédagogiques : powerpoint, paperboard, cas pratiques, mises en situation, check-list, quizz...
- Accompagnement pédagogique : L'ensemble des séquences est animé par un seul formateur qui assure l'assistance pédagogique en mode synchrone (présentiel ou classe virtuelle), et en mode asynchrone par mail ou plateforme dédiée.

MODALITES TECHNIQUES ET D'ACCES

- **Assistance** : L'assistance technique et administrative en amont et au démarrage de la formation est assurée par notre équipe administrative et de coordination (convention, convocation, accueil physique et en ligne...). Elle reste également disponible à tout moment et post-formation par mail et téléphone pour assurer le suivi de l'exécution. Si l'aide n'est pas immédiate, une réponse est apportée dans les 24h ouvrées.
- **Equipement nécessaire à distance** : **Un ordinateur ou un smartphone avec caméra, micro et connexion illimitée.** Après traitement de leur inscription, les stagiaires reçoivent leur convocation avec lien vers le test de positionnement. La veille de la formation, les stagiaires reçoivent un mail avec un lien de connexion (et un tutoriel) vers leur salle de formation virtuelle. L'équipe d'assistance est présente en début de session pour accueillir et répondre aux difficultés techniques le cas échéant.
- Si la formation se déroule dans l'entreprise, l'employeur s'engage à mettre à disposition de ses salariés tous les moyens nécessaires pour suivre sa formation en ligne (bureau, ordinateur, connexion internet...)

Délai d'accès : Inscription dans la limite des places disponibles jusqu'à la veille de la formation

Accessibilité : Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. N'hésitez pas à nous faire part de toute demande d'adaptation afin que nous puissions y répondre en amont de l'entrée en formation.

MODALITES D'EVALUATION ET SUIVI DE L'ACTION

Les coûts des évaluations sont inclus dans le coût global du parcours.

- **Positionnement** : Test d'évaluation des connaissances et compétences en amont de la formation permettant le cas échéant d'ajuster le parcours de formation et de proposer un accompagnement individualisé.
- **Continue** : Test d'évaluation entre les séquences suivant progression pédagogique.
- **Finale** : Test d'évaluation des connaissances et compétences à l'issue de la formation permettant de définir le cas échéant un accompagnement individualisé.

A l'issue de la formation, le stagiaire reçoit une attestation de fin de formation et un certificat de réalisation. Un relevé de présence et une attestation de suivi et d'encadrement où figureront la durée des séquences et les dates d'évaluation pourront également être établis à l'issue de la formation. Un questionnaire d'appréciation à chaud et à froid (3 mois après la fin de la formation) sera envoyé au stagiaire.

mise à jour : 12/04/2025

