

Événementiel - Créer, promouvoir et valoriser un événement

Objectifs

- Identifier les différents types d'événements adaptés à leur établissement et à leur clientèle.
- Définir les objectifs, cibles et messages associés à chaque événement.
- Construire un rétroplanning complet : de la conception à la communication post-événement.
- Créer des supports de communication adaptés
- Promouvoir efficacement un événement sur différents canaux
- Valoriser les retombées et mesurer le succès de l'événement.
- Capitaliser sur chaque opération pour renforcer la notoriété et l'image de marque de l'établissement.

Bénéfices

- Enrichir sa boîte à outils de bonnes pratiques
- S'adapter aux évolutions de son métier
- Gagner en performance

INFORMATIONS PRATIQUES

Durée :

2 jours - 14 heures

Formats :

Présentiel ou distanciel

Effectif minimum :

2 personnes

Types :

Inter ou intra entreprises

Pré-requis :

Aucun prérequis technique. Être impliqué dans l'organisation ou la communication d'événements.

Public concerné :

Responsables communication, directeurs d'établissement, responsables restauration, assistants commerciaux, ou toute personne en charge de la création et de la promotion d'événements au sein d'un hôtel ou restaurant.

Modalités d'évaluations :

- Avant : recueil des besoins, questionnaire auto positionnement & quiz d'évaluation des connaissances
- Pendant : Évaluations formatives, mises en pratique, quiz interactifs
- Après : questionnaire auto-positionnement & quiz d'évaluation des connaissances & questionnaire satisfaction

Tous nos formateurs sont recrutés via un processus qualité précis.



UN ANCRAGE DES COMPÉTENCES

Sur le long terme.

AVANT

Un questionnaire "état des lieux" pour bien comprendre les besoins et ajuster les contenus.

PENDANT

Des mises en situation et la réalisation d'un plan d'actions.

APRÈS

Un quizz sur les connaissances et les compétences acquises.

TOUJOURS

Un petit livret sur les bonnes pratiques remis à chaque participant.

Programme

CONCEVOIR UN ÉVÉNEMENT IMPACTANT

Identifier les types d'événements, définir leurs objectifs, messages et cibles.

CONSTRUIRE LE CONCEPT ET LE DÉROULÉ

Structurer le concept, définir le fil conducteur et les besoins opérationnels.

ÉLABORER SON PLAN DE COMMUNICATION

Créer une stratégie de communication événementielle cohérente.

CRÉER SES SUPPORTS DE COMMUNICATION

Concevoir des supports attractifs et percutants avec des outils simples.

PROMOUVOIR ET DIFFUSER SON ÉVÉNEMENT

Sélectionner les bons canaux et adapter les messages à chaque média.

VALORISER ET MESURER LE SUCCÈS

Évaluer les retombées et formaliser un retour sur investissement (ROI).

CONCLUSION ET PLAN D' ACTION INDIVIDUEL

Synthétiser les acquis et planifier les actions concrètes à 3 mois.

Méthodologie

Inductive : partir des événements vécus dans le secteur HCR pour construire les savoirs.

Active : ateliers créatifs, études de cas, productions sur Canva.

Expositive : apports illustrés sur la conception, la logistique et la communication.

Coopérative : travail en petits groupes, retours entre pairs, mini-jeux de décision.

Réflexive : auto-évaluation et plan d'action final.