

Maîtriser les fondamentaux de la communication événementielle

new

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Comprendre le paysage événementiel et ses enjeux de responsabilité

- État des lieux des stratégies de communication
- Impact de la transformation digitale

2. Concevoir un événement impactant et éco-responsable

- Objectifs, publics cibles, messages à transmettre
- Cohérence du concept
- Engagements RSE

Atelier : élaboration d'un brief

3. Organisation opérationnelle et budgétisation

- Sélection des prestataires
- Gestion opérationnelle : date, lieux, invitation, logistique, technique, prises de parole, responsable, sécurité
- Contraintes logistiques, réglementaires et environnementales

Atelier : construction d'un rétroplanning et d'un budget

JOUR 2

4. Digitalisation et nouvelles technologies

- Personnaliser avec l'IA
- Concilier technologies immersives et sobriété énergétique

Atelier : enrichir un événement grâce au digital

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9 h 30 - 17 h 30

TARIF

2 190 € HT

INTERVENANTE

Sandrine CHRISTON-PAIN, Dirigeante -
Shape Your Com

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

5. Stratégie de communication

- Communiquer pré et post-événement
 - Créer des contenus adaptés à chaque canal
- Atelier :** élaboration d'un plan omnicanal

6. Mesurer et optimiser la performance globale

- Définir des KPI
- Mesurer l'empreinte carbone
- Valoriser les résultats RSE

Atelier : construction d'un tableau de bord

7. Gestion des imprévus

- Anticiper les risques
- Élaborer des scénarios alternatifs
- Éléments de langage

Atelier : simulation de crise

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation pratique et opérationnelle de 2 jours pour maîtriser les fondamentaux de la communication événementielle, développer une stratégie d'événement efficace et mesurer son impact dans un contexte de transformation digitale.

COMPÉTENCES VISÉES

- Élaborer une stratégie événementielle alignée avec les objectifs de communication
- Concevoir des événements différenciants et mémorables adaptés aux cibles spécifiques
- Mesurer le ROI et définir des indicateurs clés de performance (KPI) pertinents

PRÉREQUIS ET PUBLIC

Tout public travaillant dans le marketing et la communication.

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, atelier, quiz.

À SUR PLACE **OU** À DISTANCE



Photo de Headway Media sur Unsplash