

Organiser un événement de A à Z

DATES 2020

18 MARS
6 JUILLET
3 SEPTEMBRE
25 NOVEMBRE

DURÉE

UNE JOURNÉE - 7H

PRIX (pour les détails sur les prix, voir page 18)

EN CLASSE - 829 \$
EN ENTREPRISE - 2 500 \$ ET +

DATE 2019

7 NOVEMBRE

UNITÉS D'ÉDUCATION CONTINUE (UÉC)

0.7

Objectifs

- Comprendre les enjeux de communication d'un événement
- Planifier et budgéter des événements avec efficacité
- Inclure l'événementiel dans une stratégie de marque

S'adresse aux

- Responsables des communications, gestionnaires marketing chargés de la planification événementielle ou tout professionnel souhaitant développer ses compétences en organisation d'événements.

Méthodologie

- Une méthode pédagogique unique axée sur des cas pratiques et des techniques concrètes, incluant un débrief rappelant les notions apprises. Suivi personnalisé possible avec les formateurs.
- Les participants repartent avec tous les gabarits d'outils de gestion d'événements présentés en classe.

Formation donnée par

- Mirella Di Blasio, Lulu Événements

Programme complet

Événement: la rencontre entre la stratégie et la créativité

- Comprendre le client, le projet et l'industrie
- Planifier, gérer et produire un événement avec rigueur
- Atelier: Analyser différents événements

Intégration de la créativité

- Intégrer l'image de marque au concept de l'événement
- Maîtriser l'image et la communication autour de son événement
- Intégrer les commanditaires de façon stratégique
- Atelier: conceptualiser un événement distinctif

Planification

- Élaborer une planification efficace
- Planifier le budget: outils et meilleures pratiques
- Établir un échéancier: outils et meilleures pratiques
- Définir un cadre de travail avec les fournisseurs et les équipes
- Atelier: élaborer un budget et un échéancier

Mesure de l'efficacité

- Mesurer les résultats et les retombées d'un événement
- Analyser la revue de presse
- Effectuer un suivi avec les commanditaires et les parties prenantes