

## Formation Marketing Intermédiaire : Événementiel TP NTC

■ <b>Durée :</b>	5 jours (35 heures)
■ <b>Tarifs inter-entreprise :</b>	1 500,00 CHF HT (standard) 1 200,00 CHF HT (remisé)
■ <b>Public :</b>	Chef de projet événementiel, Tout collaborateur amené à organiser des événements internes ou externes
■ <b>Pré-requis :</b>	Avoir les notions fondamentales de marketing - Avoir déjà participé à des événements d'entreprise
■ <b>Objectifs :</b>	Organiser une stratégie événementielle pour son entreprise - Identifier les événements possibles - Définir un budget

■ **Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :**

- Formation synchrone en présentiel et distanciel.
- Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum.
- Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat.
- Un formateur expert.

■ **Modalités d'évaluation :**

- Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation.
- Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation.
- Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques.
- Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.

■ **Sanction :**

Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis

■ **Référence :**

MAR102388-F

■ <b>Note de satisfaction des participants:</b>	4,79 / 5
■ <b>Contacts :</b>	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ <b>Modalités d'accès :</b>	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
■ <b>Délais d'accès :</b>	Variable selon le type de financement.
■ <b>Accessibilité :</b>	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

## Introduction

Qu'est-ce que l'événementiel ?

Présentation de la formation

## Enjeux

Faire la promotion de son entreprise

Faire la promotion de ses produits et services

Recruter

Améliorer ou renforcer l'image

Vendre

## Les types d'événements

Foires et salons

Les rendez-vous de présentation : afterwork, petits-déjeuners, ...

Autres événements

## Foires et salons

Identifier les salons intéressants pour son entreprise

Définir sa présence : quel stand ? quels intervenants ?

Lister les coûts

Négocier

## Les rendez-vous de présentations

Identifier les thèmes possibles  
Définir le lieu et les intervenants  
Lister les coûts

### **Attirer des visiteurs**

Mailing courrier  
Campagnes d'appels  
E-Mailing  
Publicité  
Réseaux sociaux

### **Supports de communication pendant l'événement**

Présentation  
Flyers  
Brochures  
Catalogues  
Questionnaires / Demandes de devis  
Cartes de visite  
Cadeaux / Goodies  
Autres supports

### **Supports de communication après l'événement**

Mails / Appels  
Rendez-vous  
E-Mailing  
Courrier

### **Exemples typiques d'événements d'entreprises**

Événements B2C  
Événements B2B

### **Atelier : identifier les événements organisés par des concurrents**

#### **Méthodologie**

Définir ses objectifs  
Définir sa cible  
Définir les événements possibles

Etablir les story-board : outils de recrutement de visiteurs > Evénements > Outils pour garder le lien après l'événement

Identifier les outils pour attirer des visiteurs

Identifier les supports de communication pendant l'événement

Identifier les supports de communication après l'événement

Etablir un budget

Organiser les événements

Recenser les acteurs et fournisseurs

Mise en oeuvre

Evaluer les ROI

## **Atelier : Mettre en place la stratégie événementielle pour son entreprise**

### **Questions / Réponses**

Les risques

Les bonnes pratiques

Les erreurs fréquentes

### **Conclusion**