

FORMATIONS 2015

UPGRADEZ VOUS !



L'INSTITUT DE L'ÉVÉNEMENT

UPGRADEZ VOUS !



Chez l'annonceur ou en agence conseil en communication événementielle, à plein temps ou freelance, expérimenté ou junior, dans un domaine créatif ou opérationnel, chacun des acteurs de l'événement doit suivre et s'adapter aux perpétuelles évolutions de ses différents métiers.

L'objectif de [L'INSTITUT DE L'ÉVÉNEMENT ANAé](#), organisme de formation exclusivement dédié aux problématiques événementielles, est d'offrir à chacun des professionnels de l'événement, la possibilité de renforcer ses qualités, ses connaissances, ses savoir-faire spécifiques. Créés et animés par des spécialistes dans leur domaine de compétences, des modules abordant la mise en scène, la scénographie, l'utilisation de la vidéo, les principes de sécurité, la créativité événementielle ou encore le protocole seront en prise directe avec les réalités du métier et ses évolutions.



En terme pédagogique, cela signifie que chacune des formations fera véritablement progresser chacun des participants. Le stagiaire trouvera des réponses claires pour acquérir des méthodologies concrètes qui lui permettront de prendre des décisions et d'appréhender ses problématiques professionnelles avec plus d'assurance et de certitude. Grâce à un questionnaire de pré-formation qui sera transmis au formateur avant la session, le stagiaire viendra trouver des réponses précises et conformes à ses attentes.

Tous les modules de [L'INSTITUT DE L'ÉVÉNEMENT ANAé](#) répondent à la même exigence :

Faire progresser chacun des stagiaires dans l'approche qu'il a de son métier, lui permettre d'acquérir des méthodologies adaptées à ses problématiques quotidiennes afin de gagner en compétences et en efficacité.

[Hubert Dupuy](#), Directeur de l'Institut de l'Événement ANAé

La communication événementielle permet aux marques et aux institutions de prendre la parole de façon toujours plus innovante et d'instaurer des relations directes et authentiques avec ses publics . Pour mettre en œuvre ses stratégies événementielles, la filière s'appuie sur des hommes et des femmes aux compétences multiples, sans cesse sollicitées.



Ces compétences s'acquièrent avec ce que l'on appelle l'expérience «sur le terrain» mais également grâce à des modules de formation spécifiques à nos métiers.

L'année où l'ANAé célèbre ses 20 ans et s'apprête à doter l'ensemble de ses agences membres d'un Label Qualité, nous sommes particulièrement fiers du partenariat qui lie notre association à l'Institut de l'Événement ANAé, un organisme de formation qui répond de façon si ciblée aux objectifs de développement personnel de chacun d'entre nous.

Je vous invite donc à découvrir attentivement le programme de ces modules à consommer sans modération pour compléter et renforcer vos expertises, ainsi que celles de vos équipes.

Bertrand Biard, Président de l'ANAé

SOMMAIRE

UPGRADEZ VOUS !



6 / LES PROGRAMMES DE FORMATION SUR-MESURE & LE MÉDIATRaining PERSONALISÉ

7 / Monter une opération événementielle

8 / Réussir son intervention en public

9 / Développer sa créativité événementielle

10 / Construire le territoire visuel d'un événement

11 / Concevoir et mettre en oeuvre un événement éco-responsable

12 / Travailler la scénographie événementielle

13 / Le protocole : Attirer et traiter les personnalités sur un événement

14 / Pouvoirs publics, comment ça marche ?

15 / Comprendre et maîtriser les réseaux sociaux pour servir l'événement

16 / Les process de production événementielle

17 / Sensibilisation aux techniques son, lumières et vidéo

18 / Présenter un dossier événementiel à l'oral

19 / Maîtriser le topage

20 / Manager une équipe événementielle

21 / Mobiliser les médias autour d'un événement

22 / Optimiser et rentabiliser sa présence sur un salon

LES PROGRAMMES DE FORMATION SUR-MESURE

Si vous souhaitez que certains de vos collaborateurs suivent la même formation, nous vous proposons de la créer sur mesure dans le lieu que vous aurez choisi. En fonction de vos objectifs et de votre problématique propre, nous mettrons en place une formation qui sera dédiée à votre entreprise et à ses enjeux événementiels particuliers.

Une formation ciblée sur des études de cas tirés de la réalité de votre entreprise permettra d'harmoniser les pratiques tout en optimisant votre budget formation.

Notre équipe pédagogique est à votre disposition pour répondre à vos objectifs.

Contactez-nous pour plus d'informations : infos@l'institutdelevenement.fr

LE MÉDIATRaining PERSONALISÉ

Vous avez une intervention publique importante à préparer et vous souhaitez un accompagnement ciblé et individuel ?

L'INSTITUT DE L'ÉVÉNEMENT ANAÉ

met à votre disposition son équipe de coaches qui vous aidera à :

- Préparer votre intervention, donner des priorités à vos messages
- Préparer vos supports visuels
- Travailler le contenu de votre discours
- Travailler votre intervention orale

Profitez du soutien d'un expert qui s'adaptera à vos horaires et à vos objectifs.

Contactez-nous pour plus d'informations : infos@l'institutdelevenement.fr

MONTER UNE OPÉRATION ÉVÉNEMENTIELLE

« Ma demande est tombée... Je dois organiser un événement ! Mais quelles sont les clés pour réussir mon projet ? ».

Un projet événementiel réussi requiert une organisation spécifique, professionnelle et sans faille. Au travers de ce module vous allez découvrir quels sont les grands objectifs de la communication événementielle pour mieux la comprendre et répondre aux attentes du demandeur. Vous découvrirez et éprouverez l'ensemble des process et outils événementiels, pour faire de tous vos projets une réussite !

CETTE FORMATION CONCERNE :

Toutes les personnes qui ont la responsabilité de créer un événement

OBJECTIFS :

- Comprendre les enjeux de la communication événementielle
- Maîtriser les différentes étapes d'un projet événementiel
- Piloter l'organisation de son événement et maîtriser son budget

DATES :

- 16 et 17 mars 2015
- 25 et 26 juin 2015
- 4 et 15 septembre 2015
- 1er et 2 décembre 2015

OPTIONS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques 50%
- Travaux sur cas pratiques 50%
- Nb Jours : 2
- Prix : 1680 € HT



Maud Pruss

Diplômée en marketing et commerce, Maud Pruss a débuté sa carrière en qualité de Directrice de Projet dans de grandes agences événementielles parisiennes. Après un parcours en interne dans les agences pour lesquelles elle a managé les réunions créa et la coordination de grands événements dans les produits alimentaires, la cosmétique, le luxe, etc... elle décide de passer Free Lance. Aujourd'hui, elle travaille à la fois sur le concept d'événements produits ou corporate et de leurs coordinations. Dans ce cadre elle se charge également de la mise en scène des événements et du management des équipes.

JOUR 1 MATIN : COMPRENDRE LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE

Séquence 1 : Le métier « Événement »

- La communication aujourd'hui
- Les atouts majeurs de la communication événementielle
- Les résultats d'une communication événementielle ciblée et efficace
- Les attentes des annonceurs/ clients

Séquence 2 : Les différents formats de la communication événementielle

Séquence 3 : L'organisation d'un projet

- Projet
- Production
- Exploitation

APRES MIDI : MAITRISER LES DIFFÉRENTES ÉTAPES D'UN PROJET ÉVÉNEMENTIEL

Séquence 4 : La gestion de l'appel d'offre

- Le brief
- Etre créatif : savoir trouver La bonne idée
- Ecriture, budget et vente

Séquence 5 : Les acteurs de l'événementiel

- Les différents prestataires
- Comment travailler avec les prestataires de l'appel d'offre à l'exploitation.

JOUR 2 MATIN : PILOTER L'ORGANISATION DE SON ÉVÉNEMENT & MAITRISER SON BUDGET

Séquence 6 : La gestion de la production

- Les premières actions à mener pour produire un projet
- Les outils du suivi de projet

APRES MIDI : RÉUSSIR L'EXPLOITATION ET ANALYSER SON ÉVÉNEMENT

Séquence 7 : La gestion de l'exploitation

- Organiser l'exploitation
- Votre rôle pendant l'exploitation
- La gestion du client
- Les outils de l'exploitation

Séquence 8 : La mesure du résultat de l'événement

- Le débriefing interne
- Le débriefing client/ demandeur

RÉUSSIR SON INTERVENTION EN PUBLIC

Une réalisatrice et une actrice coachent et forment vos équipes.

Vous avez de plus en plus besoin de prendre la parole en public et de transmettre, avec authenticité, un message pour atteindre vos objectifs, construire un discours, maîtriser les conflits d'équipes, gérer votre stress, faire passer une information délicate, posséder une bonne connaissance de votre image. Nous allons développer ces compétences grâce à deux niveaux d'apprentissage : Le premier avec l'actrice sur les techniques de l'orateur, le deuxième avec la réalisatrice autour d'un travail avec la caméra sur le recentrage du discours et l'expression des émotions.

CETTE FORMATION CONCERNE :

Toutes les personnes concernées par les enjeux de la communication. Les acteurs de l'entreprise, directeurs généraux, managers, responsables des ventes, directeurs de communication et les directeurs de marketing

OBJECTIFS :

- Découvrir son image lors d'interventions en public
- Apprivoiser le trac
- Acquérir les techniques de l'orateur,
- Améliorer ses performances de communication

DATES :

Nous consulter

OPTIONS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques : 20%
- Travaux sur cas pratiques: 80%
- Nb Jours : 2
- Prix : 1680 € HT



Guila Braoudé

LA RÉALISATRICE :

GUILA BRAOUDÉ réalisatrice, scénariste, et coach d'acteurs pour le cinéma, la télévision et le théâtre. Elle est également coach certifiée pour l'entreprise, possédant ainsi les techniques du coaching personnel.



Smadi Wolfman

L'ACTRICE :

SMADI WOLFMAN joue dans de nombreux films de cinéma et télévision en alternance avec le théâtre. Formatrice animatrice certifiée, Smadi Wolfman possède toutes les techniques de l'acteur destinées à la formation en entreprise.

DEUX JOURS

JOUR 1 : OSER – S'IMPLIQUER– S'EXPRIMER

Séquence 1 : Accueil, présentation :

- Tour de table –Chaque participant se présente.
- Mise en évidence des attentes individuelles,
- Présentation du programme

Séquence 2- Cohésion d'équipe :

- Exercices qui visent à passer du réel au ludique
- Exercices d'échauffement
- Mise en condition de l'outil : le corps

Séquence 3 : Technique de l'orateur.

- En demi -groupe avec l'actrice :
- Travail sur les outils pour la prise de parole
- Combattre le trac
- Ne pas parler vite
- Placer sa voix- Trouver ses points d'ancrage.
- Prendre une posture qui donne de l'assurance, de l'aisance
- Travailler la diction - l'articulation - le rythme

Séquence 4 : Exercices filmés

- En demi- groupe avec la réalisatrice .
- « La Madeleine de Proust » :
- exercice qui vise à faire vivre à chaque participant, des émotions authentiques devant la caméra

Séquence 5 : Préparation à l'expression d'un discours

- Texte à implication :
- Les participants vont incarner, interpréter des extraits de textes choisis par nos soins où le discours de leur prochaine intervention
- Lecture à haute voix: Cet exercice permet aux stagiaires de fixer les quelques points capitaux pour une bonne prise de parole en public : regard, rythme, articulation, pause, silence, accrocher et susciter l'écoute.
- Trouver ses premiers points de repère pour se positionner devant un groupe

Séquence 6- Autoscopie

- Visionnage des exercices filmés. Débriefing

JOUR 2 : MAÎTRISE DES OUTILS RENFORCER SON CŒUR DE MESSAGE

Séquence 7 –Autonomie face à son trac

- Échauffements. Mise en énergie collective
- Exercices sur la cohésion de groupe
- Vérification et appropriation des outils qui permettent d'apprivoiser son propre trac

Séquence 8 : Exercices filmés

- En demi- groupe avec la réalisatrice . .
- « 1 minute pour convaincre. »
- Définition précise du message clé et de votre cible
- Rechercher la complicité avec le public. Surprendre

Séquence 9 : Répétition d'un modèle d'intervention

- Captiver son public suppose d'être à son écoute, de le surprendre, de maintenir son attention, de s'impliquer
- Travail à partir de slides projetés
- Mise en scène, positionnement, et mise en valeur de chaque participant

Séquence 10 : Autoscopie

- Visionnage des exercices filmés
- Débriefing pour renforcer la connaissance de son image et l'améliorer

Séquence 11 : Conclusion

- Synthèse des points forts à retenir pour chaque participant
- Rappel des outils

DÉVELOPPER SA CRÉATIVITÉ ÉVÉNEMENTIELLE

Nous sommes tous créatifs.

Créer pour rendre un message efficace est une gymnastique. Cet art a des ressorts qu'il faut savoir maîtriser. Trouver un thème, un fil rouge. Mélanger les genres, trouver des passerelles dans l'enchevêtrement d'images, de films, de mots ou de sentiments pour faire naître LE concept, c'est avant tout se libérer de ses barrières mentales pour que les idées surgissent. Et enfin les élever et leur donner une forme. C'est tout l'art de notre métier « d'événementiste » qu'il faut ordonner et rationaliser...

CETTE FORMATION CONCERNE :

Les responsables événementiels chez l'annonceur, les directeurs de projet en agence, les concepteurs-rédacteurs, les DA et directeurs d'agence.

OBJECTIFS :

- Reconquérir sa confiance créative
- Mieux contrôler et exploiter son flux créatif
- Savoir orienter ses choix créatifs

DATES :

- 18 juin 2015
- 30 novembre 2015

OPTIONS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques 20%
- Travaux sur cas pratiques 80%
- Nb Jours : 1
- Prix : 920 € HT

UNE JOURNÉE GÉNÉRER ET FAIRE NAÎTRE DES IDÉES

Sequence 1 : Ice breaking

Je m'appelle...

- Tour de table simple
- Les tours de table des mondes parallèles

Sequence 2 : La créativité pure

Moi, je ne suis pas un créatif !

- Pourquoi nous sommes tous créatifs
- Les moments créatifs
- La notion de **Créaticité** (ou mode créatif actif)

Je ne crée pas, je copie

- Comment nourrir sa palette créative

Lavoisier avait raison...

- Comment se mettre en position créative
- Outils, dispositif, mise en condition

Travaux pratiques

Sequence 3 : La créativité en événementiel

Particularités de l'IDÉE événementielle

- Délimitation du champ créatif
- Notion de chantier d'expertise (ou team créatif événementiel)

Notion de concept

Chantier de créations événementielles (TP)

Sequence 4 : Enfin créatif !

Travaux pratiques

- Un brain storming pour de vrai
- Recherches créatives individuelles

Jugement des idées

- Jury et discussion sur chaque idée



Olivier Mothes

Diplômé d'une école de commerce, Olivier Mothes a débuté sa carrière à la direction marketing d'un grand laboratoire européen. Il se dédie ensuite à la création culturelle, prenant tour à tour des postes à responsabilité dans différents groupes ou institutions culturelles en région parisienne, pour se consacrer naturellement à la conception événementielle, mariage du marketing et du théâtre. D'abord free-lance, il crée Esprit Public puis devient directeur associé de Barocco. Depuis 2013, il co-dirige MANIFESTORY.

Renseignements et inscriptions

CONSTRUIRE LE TERRITOIRE VISUEL D'UN ÉVÉNEMENT

On dit souvent que nous «baignons» dans la société de l'image... Force est de constater que, dans la majorité des cas, c'est une volonté stratégique qui est à l'origine d'un visuel. Apprécier et analyser le rôle fédérateur de l'image dans un projet de communication événementielle, voilà ce que nous allons traiter. Il s'agira de décoder des choix graphiques fédérateurs pour l'identité de vos événements, comme pour l'interprétation des univers visuels existants. Derrière un brief se profilent une identité, une ambiance, des intentions de messages parfaitement ciblés.

Intégrer les composantes périphériques, print et web, à un projet événementiel permet d'en maîtriser toute la cohérence. Comprendre la nature technique de l'image écran et de l'image projetée (bitmap: vectorielle) vous donnera enfin tous les atouts nécessaires à la réussite de votre événement.

CETTE FORMATION CONCERNE :

Direction de la communication et chefs de projets événementiels

OBJECTIFS :

- Appréhender la valeur et l'impact des images.
- Comprendre ce qu'implique l'interprétation d'une charte graphique ou d'un territoire de communication visuelle.
- Elaborer une conception visuelle sur un événement.
- Maîtriser les synergies entre les différents supports visuels de l'événement : diffusion vidéo, infographies, lumière, identité

DATES :

- 3 juin 2015
- 26 novembre 2015



Benoît
Dedieu-Anglade

Diplômé en droit privé et ancien élève de l'Ecole nationale supérieure des arts décoratifs en section communication visuelle, Benoît Dedieu-Anglade s'oriente très vite vers la création en agence de publicité. Il devient directeur artistique pour des agences comme Concurrence, TBWA, Callegari Berville, Publicis, FCA! et signe des campagnes parfois primées au Club des Directeurs Artistiques français. Il prend le tournant du multimédia et de l'Internet en se formant une année complète sur les nouveaux outils «écran». C'est à l'école de l'image des Gobelins qu'il suit cette formation qui l'entraînera ensuite à y enseigner lui-même et à développer une activité free-lance basée sur la conception graphique orientée vers la communication événementielle. «L'info-décor» développé à l'aide du logiciel Keynote lui permet de déployer en création des stratégies visuelles innovantes et adaptées à la demande actuelle du marché de l'événement.

OPTIONS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques : 50%
- Travaux sur cas pratiques : 50%
- Nb Jours : 1
- Prix : 920 € HT

UNE JOURNÉE

MATIN

Introduction :

- Présentation de l'intervenant et des stagiaires
- Programme de la journée

Séquence 1 : Etude de cas concrets illustrant la construction d'un territoire de communication d'un événement.

- Territoires de communication- Brand platform - Analyse de cas réels
- Etude de cas autour d'une production récente : intégration des univers de marques dans une réunion mondiale.
- Brief client
- Présentation des différents territoires
- Intégration du visuel dans le live
- Marge de manoeuvre graphique par rapport aux univers des marques
- Étude de cas autour d'une production récente : d'un concept graphique imaginé pour ses déclinaisons événementielles.
- Approche globale du concept visuel : scénographie, graphisme projeté, lumière
- Déclinaisons à partir du concept fédérateur

Séquence 2 : Conclusions opérationnelles

Séquence 3 : Mais où donc est nichée la stratégie?

- Quel est le brief caché derrière cette communication ?
- Exemple de «détricotage» d'une saga publicitaire

Séquence 4 : Quand j'ai une charte graphique complète et détaillée, j'en fais quoi?

- Comment interpréter au mieux une charte graphique ?
- Exemples
- Analyse d'une charte graphique

APRÈS-MIDI

Séquence 5 : La matière écran

- La nature de «l'image écran» et de l'image projetée
- Etat de l'art. Les solutions techniques actuelles
- Formats, résolutions, Haute définition, Info-décor
- Logiciels graphiques : Illustrator, Photoshop, Keynote
- RVB versus CMJN- Le codage de la couleur
- La compression des images
- Bitmap (pixels) et vectoriel (courbes de Béziérs)
- Stratégie d'utilisation et de recherche d'images (outil web, photothèque intra)
- Cas concret à partir d'une recherche sur Internet

Séquence 6 : Comment intégrer du graphisme animé dans mes événements ?

- Le motion Design, c'est quoi?
- Historique
- La lettre en mouvement
- L'intégration graphique : effets et scène 3D
- La cohabitation avec la vidéo
- Le motion design intégré à l'événement

Séquence 7 : On se lance. Exercice pratique sur un cas fictif

- Construction d'un concept graphique fédérateur à partir d'un brief:
- Choix d'images - Planche tendance
- Choix coloriels - La couleur détermine l'ambiance
- Typographie - Comment choisit-on une typographie?
- Mise en page et mise en scène : maquette écran
- Le logotype de l'événement : hypothèses créatives.

Séquence 8 :

Références - Méthodologie - Conclusions

Renseignements et inscriptions

COMMENT CONCEVOIR ET METTRE EN ŒUVRE UN ÉVÉNEMENT ÉCO-RESPONSABLE ?

Le développement durable fait aujourd'hui partie intégrante de notre quotidien. Les entreprises s'engagent de plus en plus et cherchent à appliquer une démarche cohérente et efficace dans toutes leurs actions. C'est ainsi qu'émerge un nouvel enjeu pour les communicants, celui de développer une communication éco-responsable. Alors, qu'en est-il pour un événement ? Comment le rendre éco-responsable tout en conservant ses objectifs ? Comment faire d'un événement éco-responsable une force et non une contrainte ?

CETTE FORMATION CONCERNE :

Direction marketing, direction de la communication, direction commerciale, responsable événementiel

OBJECTIFS :

- Comprendre la démarche éco-responsable
- Connaître les grands principes pour organiser un événement éco-responsable
- Profiter des meilleures pratiques existantes

DATES :

- 12 juin 2015
- 19 novembre 2015

OPTIONS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques 50%
- Travaux sur cas pratiques 50%
- Nb Jours : 1
- Prix : 920 € HT

UNE JOURNÉE

Intro : Qui est qui ?

- Présentation de l'intervenant, des stagiaires

Séquence 1 : Comprendre les principes du Développement Durable

- Le constat actuel
- Les enjeux
- Les attentes des annonceurs

Séquence 2 : Les professionnels s'organisent

- Une démarche développement durable
- Charte
- Les outils à disposition

Séquence 3 : Comment organiser un événement le plus éco-responsable possible ?

- L'éco-conception
- L'analyse opérationnelle des grands postes de l'événement
- Échanges sur les bonnes pratiques
- Exemple d'un cas concret



Dan-Antoine
Blanc-Shapira

Dan-Antoine Blanc-Shapira - Créateur d'événements depuis plus de 20 ans, fondateur de l'agence indépendante SENSATION ! (membre de l'ANAé), il est l'un des précurseurs de la démarche éco-responsable appliquée à la communication événementielle. Co-initiateur de «eco-événement» qui rassemble la filière professionnelle, il a son actif de nombreux exemples d'événements qui associent créativité, atteinte des objectifs et respect environnemental.

MIEUX TRAVAILLER LA SCÉNOGRAPHIE ÉVÉNEMENTIELLE

Comment mettre en espace mon concept ? Comment investir un lieu ? Comment accueillir le public dans le plus grand confort et le plonger dans un univers créé de toutes pièces.

Ce module d'initiation n'a pas pour vocation de faire de vous un grand scénographe mais vous permettra d'acquérir des notions de base essentielles pour travailler avec un scénographe et acquérir les notions qui vous permettront de faire de la scénographie un atout pour votre projet.

CETTE FORMATION CONCERNE :

Les chefs de projet événementiel, les directeurs de production en agence, les régisseurs mais aussi chez l'annonceur les responsables marketing, chefs de produits et chefs de projet événementiel

OBJECTIFS :

- Comprendre le rôle de la scénographie, acteur de l'événement
- Identifier ses rôles : donner accès, mettre en valeur, signifier...
- Articuler ses multiples dimensions : fonctionnelle, symbolique, esthétique, technique et budgétaire

DATES :

- 23 et 24 mars 2015
- 22 et 23 juin 2015
- 9 et 10 septembre 2015
- 14 et 15 décembre 2015

OPTIONS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques 50%
- Travaux sur cas pratiques 50%
- Nb Jours : 2
- Prix : 1680 € HT

JOUR 1

Séquence 1 : préambule

- Présentations réciproques
- Définition de la scénographie
- Attentes de la formation
- Champ étudié, objectifs, méthode
- Programme des 2 jours

Séquence 2 : historique

- Background culturel
- Mise en perspective des usages d'aujourd'hui
- Notions clés toujours fondamentales
- Répertoire d'exemples de référence

Séquence 3 : cas pratique convention

- Configurations scéniques
- Contraintes du lieu
- Tirer parti du lieu
- Mise en scène

Séquence 4 : base théorique

- Rôle de la scénographie dans l'événement
- Dimensions de la scénographie

Séquence 5 : cas pratique cocktail / dîner

- Agencer plusieurs espaces
- Organiser les circulations
- Décliner une identité visuelle

JOUR 2

Séquence 6 : revue technique

- Équipements des lieux
- Éléments en location
- Techniques de mise en oeuvre

Séquence 7 : cas pratique scène

- Mise en scène
- Évoquer un univers
- Reveal

Séquence 8 : pratique de la scénographie

- Acteurs du projet
- Phases de travail
- Styles de rendus
- Histoires de projets

Séquence 9 : cas pratique exposition

- S'orienter dans l'espace
- Donner une identité esthétique
- Exprimer des idées abstraites

Séquence 10 : conclusions

- Problématiques abordées
- Les 5 dimensions de la scénographie
- L'expertise du scénographe



Dominique Dubois - Taine

Diplômé de l'ENSAD (école nationale Supérieure des Arts Décoratifs) et titulaire d'une maîtrise d'esthétique à Paris 1 Sorbonne, Dominique Dubois-Taine est scénographe freelance dans le domaine de la communication événementielle depuis une quinzaine d'années. Il a expérimenté toutes sortes de format - convention, spectacle, stand, expo, soirée - à toutes sortes d'échelles - pour 50 à 10 000 personnes. Il a travaillé pour les agences : Market Place, Auditoire, le Public Système, EuroRSCG, Publicis, W one... et pour les clients : Total, France télécom, Ministère de la culture, Ministère de l'équipement, PPR, Suez, Ratp, SnCF, Renault, Seat, Citroën...

LE PROTOCOLE : ATTIRER ET TRAITER LES PERSONNALITÉS SUR UN ÉVÉNEMENT

Un ministre, une célébrité, un maire, un député, un préfet, un dirigeant professionnel ou leurs conjoints doivent participer à votre événement.

Comment rédiger l'invitation ? Comment les placer ? Qui intervient et dans quel ordre ?

Au-delà des règles de bases, cette journée de formation doit permettre à chacun d'acquérir une bonne capacité de réaction permettant, le moment venu, d'éviter les principales erreurs, de trouver facilement le bon comportement et de perdre le complexe ou l'inquiétude de celui ou celle qui ne sait pas...

Une place importante sera faite aux cas concrets, et en priorité à ceux proposés par les participants.

CETTE FORMATION CONCERNE :

Les directeurs (trices) et chargé(e)s de projet, les directeurs (trices) de production, les directeurs (trices) d'agence en événementiel.

OBJECTIFS :

- Savoir décrypter l'importance des personnalités
- Savoir les attirer
- Savoir les manager
- Enrichir sa culture d'accueil et de traitement des VIP pour, in fine,
- Maîtriser le déroulement protocolaire de tout événement.

DATES :

Nous consulter

OPTIONS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques 2/3
- Travaux sur cas pratiques 1/3
- Nb Jours : 1
- Prix : 920 € HT

UNE JOURNÉE

Intro : Qui est qui ?

- Présentation de l'intervenant, des stagiaires
- Programme de la journée
- A quoi sert le protocole ?

Séquence 1 : Les personnalités : quelles personnalités ?

- Qui est qui ?
- Qui fait quoi ?
- Qui sont les « pouvoirs publics » ?
- Quelles différences entre les élus ?
- Quelles sont les personnalités non officielles ?

Séquence 2 : Savoir attirer les personnalités

- Les invitations
- Les courriers
- L'usage du mail
- L'accueil

Séquence 3 : Bien traiter les personnalités

- Les événements d'entreprise
- Les cérémonies (inauguration, remise de décoration, etc...)
- Repas et plan de table
- La gestion des discours

Séquence 4 : Les règles d'un bon comportement

- Comment manager les personnalités « sensibles » ?
- Quelle tenue porter ?
- Quels repères pour l'action ?
- Comment éviter les contresens ?



Thierry Aumonier

Thierry Aumonier est ancien élève de l'ENA. Après une carrière d'une quinzaine d'années dans la fonction publique, effectuée dans l'administration centrale, les corps de contrôle, les cabinets ministériels et les collectivités territoriales, il a fondé en 1990 l'agence d'événements REGARDS qu'il a dirigée jusqu'en 2007. Il exerce aujourd'hui des activités de conseil auprès des dirigeants d'entreprises.

POUVOIRS PUBLICS : COMMENT ÇA MARCHE ?

En France, les acteurs publics jouent un rôle important dans tous les secteurs d'activité. Il est donc important de les connaître, de savoir qui ils sont et quelles sont leurs prérogatives. Mais il faut aussi savoir comment gérer correctement les relations avec eux, appréhender les spécificités de la culture publique et se donner les meilleures chances d'en obtenir satisfaction.

Cette demi journée est non seulement destinée à donner un panorama clair des pouvoirs publics mais à passer « de l'autre côté du rideau » pour comprendre comment ils fonctionnent.

CETTE FORMATION CONCERNE :

Les directeurs (trices) et chargé(e)s de projet, les directeurs (trices) de production, les directeurs (trices) d'agence en événementiel.

OBJECTIFS :

- Connaître les acteurs publics
- Identifier les missions de chacun

DATES :

Nous consulter

OPTIONS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques 2/3
- Travaux sur cas pratiques 1/3
- Nb Jours : demi journée
- Prix : 490 € HT

UNE DEMIE JOURNÉE

Qui sont les acteurs publics ?

- Les dirigeants politiques nationaux
- Les responsables des administrations, agences, etc...
- Les élus et dirigeants territoriaux
- Les représentants territoriaux de l'Etat

Un monde public en pleine réforme

- La réforme territoriale
- La déconcentration de l'Etat
- Les chambres de commerce
- Les nouvelles formes de gouvernance : autorités indépendantes et autres LOLF et RGPP



Thierry Aumonier

Thierry Aumonier est ancien élève de l'ENA. Après une carrière d'une quinzaine d'années dans la fonction publique, effectuée dans l'administration centrale, les corps de contrôle, les cabinets ministériels et les collectivités territoriales, il a fondé en 1990 l'agence d'événements REGARDS qu'il a dirigée jusqu'en 2007. Il exerce aujourd'hui des activités de conseil auprès des dirigeants d'entreprises.

COMPRENDRE ET MAÎTRISER LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR SERVIR L'ÉVÉNEMENT

Les réseaux sociaux ont investi notre vie privée et maintenant notre vie professionnelle. Ils sont aujourd'hui un puissant relais et les organisateurs d'événements s'appuient de plus en plus sur ces formidables média. Les nouveaux outils du web 2.0 permettent de communiquer en temps réel, à moindre coût avec des cibles qualifiées. Ils deviennent un atout avant l'événement pour attirer des participants. Ils sont de plus en plus exploités pendant les manifestations et donnent une deuxième vie aux contenus de l'événement en aval.

Ce module vous permettra de vous approprier ces outils et d'en prendre le meilleur pour servir l'ensemble de vos projets événementiels

CETTE FORMATION CONCERNE :

Toutes les personnes qui doivent concevoir et piloter un événement

OBJECTIFS :

- Choisir entre les différents réseaux
- Donner de la visibilité à son entreprise / son projet
- Mettre en place une stratégie en amont et en aval de l'événement

DATES :

- 30 et 31 mars 2015
- 29 et 30 juin 2015
- 7 et 8 septembre 2015
- 3 et 4 décembre 2015

OPTIONS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques 50%
- Travaux sur cas pratiques 50%
- Nb Jours : 2
- Prix : 1680 € HT

DEUX JOURS

J1 : MAÎTRISER LES RÉSEAUX SOCIAUX

Séquence 1 : Réseaux sociaux et 2.0. Comment ça marche ?

- Panorama 2.0 : tour d'horizon outils et culture 2.0
- L'écosystème 2.0 pour les professionnels
- Décryptage : nouvel environnement... Nouveaux codes. Usages et limites.
- Notions clés : sécurité/confidentialité, gestion du temps, vie privée vs. vie professionnelle.

Séquence 2 : Quels réseaux choisir et comment les aborder ?

- Sélectionner les réseaux adaptés : typologies, spécificités et valeurs ajoutées des principaux réseaux (LinkedIn, Viadeo, Twitter, Facebook, YouTube, Slideshare,...) Focus particulier sur les réseaux Pro : Viadeo & LinkedIn
 - Construire sa stratégie d'e-présence / e-réputation : décryptage étape par étape de la création du compte à la création de communauté.
 - Gérer ses paramètres : compte, profil, contacts, alertes. Ce qu'il faut faire, ce qu'il faut éviter...
 - Manipuler les bonnes fonctionnalités : groupes, hubs, agenda, communautés, forums.
- Faire le tri et les bons choix.
- Prendre la parole sur les réseaux : règles de bases des échanges sur les réseaux sociaux.

J2 : QUELLE STRATÉGIE « RÉSEAUX SOCIAUX » POUR L'ÉVÈNEMENT

Séquence 3 : Promouvoir et faire vivre son événement

- Définir l'écosystème 2.0 pour servir son événement, son organisation.
- Identifier les groupes pertinents, les contacts ciblés, les influenceurs
- Sélectionner les bons canaux de promotion et diffusion
- Annoncer une manifestation, un lancement de produit, une convention, une participation à un salon
- Stimuler la « viralité » des réseaux
- Créer un groupe et faire vivre une communauté : les bases du community management.
- Faire cohabiter les réseaux sociaux avec les outils, métiers et média traditionnels.

Séquence 4 : l'« après » événement...

- Optimiser les retombées de son événement
- Diffuser les contenus auprès de sa communauté
- S'appuyer sur l'événement pour animer ses réseaux



Jean-Baptiste Vial

Diplômé de l'ESSCA à Angers, Jean-Baptiste Vial a un parcours de 20 années effectuées essentiellement dans l'événementiel, le marketing BtoB et le conseil. Après une première expérience dans les médias chez Carat, il prend en charge le sponsoring de Coca-Cola pour la France puis les opérations de la marque sur la Coupe du Monde en 98. Par la suite, il devient dirigeant et créateur d'agences conseil en communication et événementiel, ce qui lui permet d'accompagner de nombreuses entreprises dans leurs stratégies et sur le terrain.

Il intègre ensuite le Groupe Comexposium. En charge de business développement chez l'organisateur de salon, il a notamment déployé de nouveaux services et modèles de rencontres d'affaires pour plus de 15 salons. Il dirige aujourd'hui le cabinet de conseil en Marketing BtoB - ABDC-Solutions - et s'est spécialisé dans le Web 2.0, le Community Management et l'accompagnement des entreprises dans l'utilisation optimale des réseaux sociaux à vocation professionnelle.

LES PROCESS DE PRODUCTION ET LOGISTIQUE ÉVÉNEMENTIELLE

Un événement, comment ça marche ? Si le bon sens et le pragmatisme sont des bases importantes, n'existe-t-il pas des règles, des modes d'emploi types, des étapes incontournables ? Comment s'employer à ce que la partie immergée de l'iceberg se mette au service d'un événement parfaitement réussi.

Ce module méthodologique vous aidera à mieux piloter la logistique et la production événementielle en utilisant les outils indispensables à l'efficacité dont vous devez faire preuve.

CETTE FORMATION CONCERNE :

Les assistants de production, les directeurs de production juniors chez l'annonceur et/ou en agence.

OBJECTIFS :

- Bien cerner les prérogatives et la mission d'un directeur de production événementielle
- Faire évoluer ses qualités intrinsèques de « manager de production »
- Connaître tous les outils permettant de mener une opération avec plus d'efficacité

DATES :

- 7 et 8 juillet 2015
- 21 et 22 septembre 2015
- 9 et 10 décembre 2015

OPTIONS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques 50%
- Travaux sur cas pratiques : 50%
- Nb Jours : 2
- Prix : 1680 € HT



Valérie Blin

Diplômée d'un second cycle en gestion de production audiovisuelle, Valérie Blin débute en agence dans la production audiovisuelle au service de l'événement. Elle se forme ensuite à la régie, la mise en scène, le topage (script). Pendant 10 ans, elle assure ensuite en Freelance, la direction de production d'événements d'envergure au sein de différentes agences. En 2003 Valérie Blin rejoint l'agence Barocco comme Directrice associée en charge des productions.

JOUR 1

LE BON PROFIL ET LE TRAVAIL DE PRÉPARATION

Intro : Qui est qui ? Ice breaking

Présentation de l'intervenant, des stagiaires
Programme des 2 j

Séquence 1 : La direction de production dans le projet événementiel

Descriptif d'un projet événementiel
Part de création/production dans un événement, dispat-
ching et enjeux des domaines d'intervention.
Le rôle du directeur de production

Séquence 2 : Prise en charge de la mission de production

Le brief du chef de projet
Inventaire des différents « corps de métier » à coordonner

Séquence 3 : Choisir un lieu et l'optionner

Définir les critères de sélection
Les principes d'options
Faire le bon choix

Séquence 4 : Le repérage

Préparation et interlocuteurs
Principe et déroulement sur site
Le compte-rendu

Séquence 5 : Le budget

Elaboration du budget
Gestion du budget

Séquence 6 : Organiser une mission de production événementielle

Principe de pilotage
Rétroplanning
Dossier de production

JOUR 2

MISE EN ŒUVRE ET GESTION JOUR J

Séquence 7 : Mise en œuvre des moyens

Choix des prestataires
Brief des prestataires
Mise en compétition
Ethique et technique de négociation

Séquence 8 : La gestion des inscriptions

- Rédiger un bulletin d'inscription
- Communication avec les participants et suivi
- Mettre en place un site web d'inscriptions

Séquence 9 : Suivi de fabrication

Sécuriser la commande
Sécuriser la qualité des prestations

Module 10 : Boucler avant les jours J

Planning d'intervention
Construction du road-book
Préparer le départ

Séquence 11 : Gérer les jours J

Principes d'organisation et attitude terrain : équipe, brief, bureau de production
Planning, conditions de travail et sécurité du chantier
Gestion des imprévus : comment réagir, que faire ?

Séquence 12 : La gestion post-événement

Le « rendu ».

SENSIBILISATION AUX TECHNIQUES SON, LUMIÈRE ET VIDÉO

Combien de fois reste-t-on perplexe devant un devis technique, un plan de feu ou même pendant une réunion qui parle de son, lumière et vidéo alors qu'il en va de la qualité de notre opération ? Se sensibiliser aux outils techniques et connaître le champ d'action de telle ou telle machine permet de mieux orienter la création, d'optimiser ses investissements mais surtout de maîtriser son potentiel artistique et de production. Notre métier étant de mettre en scène la communication d'entreprise, il est indispensable d'en connaître les principaux outils.

CETTE FORMATION CONCERNE :

Les services achat des annonceurs, les concepteurs rédacteurs événementiels, chefs de projet, directeurs de productions en événement

OBJECTIFS :

- Connaître et utiliser les outils techniques événementiels dans la création
- En connaître le potentiel et les contraintes
- Savoir lire un devis technique et pouvoir comparer les prestations fournies
- Savoir réaliser un plan technique

DATES :

- 2 avril 2015
- 16 juillet 2015
- 25 septembre 2015
- 11 décembre 2015



Vincent Thévenet

Passionné par l'image et les innovations en la matière, Vincent est responsable, depuis 2003, de la cellule image et études techniques de la société STAGECRAFT COMPANY, groupe NOVELTY. Infographiste 2D/3D et opérateur du système Encore, il réalise les études de chaînes graphiques qui permettent d'assurer le suivi de qualité depuis la création des contenus jusqu'à la diffusion. Il conçoit et supervise l'installation de systèmes vidéo complexes mêlant contenus filmés, infographie, vidéo live, 3D temps réel et interactivité.



Stéphane Bailli

Diplômé d'un DUT en électronique, Stéphane Bailli a toujours eu la fibre technique. Autodidacte, il débute dans le milieu associatif (son / lumière) dès l'âge de 16 ans. Ingénieur du son free lance pendant plusieurs années, il rejoint l'équipe de STAGE CRAFT Company en 2004 en qualité de Directeur Technique. Passionné, il va rapidement intégrer la vidéo et la lumière dans ses connaissances générales.

OPTIONS PÉDAGOGIQUES

Cette formation partage les informations théoriques mais reste avant tout axée sur la manipulation, les travaux pratiques et la démonstration.

- Nb Jours : 1
- Prix : 960 € HT

UNE JOURNÉE

Intro : Tour de table

- Présentation de l'intervenant, des stagiaires
- Programme de la journée

Séquence 1 : Savoir reconnaître le niveau d'expertise de son prestataire technique

(compétences et niveaux d'intervention),

- Les loueurs de matériel
- Les prestataires techniques qui associent la direction technique,
- Les prestataires techniques qui associent la conception scénographique ,
- Tableau des avantages-inconvénients de chacun, pour les agences et les annonceurs

Séquence 2 : Les différents métiers

- Les profils et leur fonction
- Quel profil pour quel matériel
- La constitution type d'une équipe technique

Séquence 3 : Panorama des équipements et des matériels existants

(descriptif, fonction, démonstrations et manipulations par les stagiaires)

- Son, lumière, vidéo

Séquence 4 : Les coûts

- Listing et approche budgétaire des moyens humains
- Listing et approche budgétaire des moyens matériels
- Savoir comparer les différents services
- Savoir négocier son prestataire technique

Séquence 5 : Créer avec la technique

- Le potentiel artistique qu'offre la technique
- Savoir utiliser les bons outils pour le rendu émotionnel souhaité

Séquence 6 : Bien travailler avec son prestataire technique

- Connaître les temps de préparation, montage et démontage
- Maîtriser la notion de repérage technique
- Savoir réaliser un plan d'implantation technique
- Bien briefer son prestataire

Séquence 7 : Les procédures de sécurité lors des jours J

- Sécuriser les hommes sur un chantier (le kit)
- Prévoir les risques
- Secourir

Séquence 8 : Veille

- Les outils de demain
- Pour quel usage
- Prévoir les risques
- Secourir

PRÉSENTER UN DOSSIER ÉVÉNEMENTIEL À L'ORAL

Combien de fois après une présentation, avons-nous perdu une compétition, alors que notre dossier était gagnant ? Combien de fois avons-nous manqué de conviction et de présence alors que les idées étaient pertinentes et adaptées ? Il ne fait aucun doute qu'écrire une recommandation logique est la première étape de la réussite d'une présentation à un client. Toutefois, présenter avec brio et conviction reste la clé qui mène à l'acte de vente d'un projet. Séduire l'auditoire en faisant passer les idées maîtresses reste l'étape décisive qui permet d'emporter l'adhésion du client.

Cette formation va, par la mise en place d'exercices pratiques qui empruntent aux techniques théâtrales, permettre une prise de conscience de notre image, de l'intensité de notre conviction et surtout de mieux maîtriser l'impact de notre présentation face à un petit groupe de décideurs.

CETTE FORMATION CONCERNE :

Les directeurs de projet en agence, les directeurs logistiques, les DA et directeurs d'agence, les responsables événementiel chez l'annonceurs et toute personne souhaitant améliorer son impact de présentation face à un public réduit.

OBJECTIFS :

- Se sentir plus en maîtrise de ses émotions lors d'une présentation
- Mieux contrôler et exploiter sa capacité à convaincre
- Savoir organiser au préalable sa pensée
- Savoir utiliser sa force de conviction.

DATES :

- 24 juin 2015
- 11 septembre 2015
- 16 décembre 2015

OPTIONS PÉDAGOGIQUES

- Théorie : 15%
- Etude de cas : 85%
- Nb Jours : 1
- Prix : 920 € HT

UNE JOURNÉE

Séquence 1 : Ice breaking

- Tour de table simple
- Tout de table enrichi
- Mise en avant des atouts personnels

Séquence 2 : Méthode d'organisation des idées par l'exemple

- Exemple - Brief
- Reflexion autour d'un concept
- Organisation d'un « Thinking Pass »
- Ecriture / Présentation

Séquence 3 : Atelier

Intégration des idées « maîtresses » d'un dossier à partir d'un dossier type.

Séquence 4 : Echauffement

- Atelier de prise de conscience de soi (exercices de relaxation/dictions)
- Atelier d'improvisation

Séquence 5 : Présentation

- Présentation par groupe → 15mn par groupe à raison de 10mn de présentation et 5 mn de correction.
- Notation marquée des participants

Séquence 6 : Restitution

- Feed-back des notations



Olivier Mothes

Riche d'un parcours atypique, Olivier Mothes est un « touche-à-tout » qui, au cours de sa carrière, n'a pas hésité à faire se succéder des fonctions de responsable marketing dans un laboratoire pharmaceutique européen, d'acteur et metteur en scène au théâtre et au cinéma, concepteur-rédacteur et directeur artistique événementiel, formateur et conférencier en créativité appliquée et prise de parole, créateur de concepts et dispositifs pédagogiques innovants et enfin manager d'agences de communication. Diplômé d'études supérieures agricoles à Valence et de l'École Supérieure de Commerce de Paris-Idrac, il s'investit beaucoup dans la valorisation des jeunes, des métiers et des filières professionnelles.

Renseignements et inscriptions

www.linstitutdelevenement.fr - tél 01 42 94 25 25 - e-mail : infos@institutdelevenement.fr

MAÎTRISER LE TOPAGE

Vous avez peut-être déjà eu l'occasion de donner les tops (ou les ordres) lors d'une convention, d'une soirée de gala ou d'une cérémonie de remise de prix... Et si ce petit plus à votre activité était une vraie expertise? Cette fonction de chef d'orchestre, indispensable au bon déroulement d'une opération événementielle, est d'autant plus délicate qu'elle combine connaissances techniques, management et contrôle de ses émotions. Une maîtrise technique, une relation stratégique et privilégiée avec les acteurs et techniciens de l'événement, une gestion du temps et des rythmes, une position centrale, une autorité calme, sereine et rassurante. Un ensemble d'aptitudes et de compétences que nous aborderons au travers de mise en situations concrètes.

CETTE FORMATION CONCERNE :

Chef de projet, régisseur général, directeur de production, metteur en scène, directeur de clientèle, directeur d'agence...

OBJECTIFS :

Connaître les techniques et les outils de ce métier. Identifier et comprendre les enjeux, les contraintes et les spécificités des techniciens et des intervenants. Savoir écrire une conduite. Apprendre à « donner les ordres » sous réseau d'interphonie. Cerner l'ensemble des qualités requises pour ce métier.

DATES :

- 9 et 10 avril 2015
- 17 et 18 décembre 2015

OPTIONS PÉDAGOGIQUES

Un programme sur 2 jours, répartis entre une approche théorique et un travail pratique sur des cas concrets et des mises en situation. Une pédagogie participative, interactive avec une forte volonté de transmission de clefs de compétences.

Nb de jours : 2
Tarif : 1.680 €HT



Jean-Benoît Fournier

Après une dizaine d'années dans les métiers du spectacle – radio, musique et théâtre de rue – Jean-Benoît Fournier travaille depuis 1996 en free-lance en tant que régisseur général. Un large réseau d'agences lui permet d'intervenir sur de nombreux types d'événements : Centenaire du Tour de France, les Grandes Roues de l'An 2000, Festivals de cinéma de Marrakech et Deauville, Spectacle d'Ouverture des Jeux Africains... Topeur occasionnel au cours de ses différentes missions, il décide en 2007 de s'y consacrer à plein-temps. En 2012, il crée sa société, Conduites Accompagnées. Le site internet conduites-accompagnees.com présente son travail, ses actualités et son équipe.

DEUX JOURS

JOUR 1

Introduction :

- Présentation de l'intervenant et des stagiaires
- Programme des 2 jours
- Recensement des attentes

Module 1 : Définition et contour du métier

- Un chef d'orchestre
- Une partition
- Des instrumentistes
- Des qualités

Module 2 : Les différents types d'événements

- La convention
- Le spectacle
- Les autres formats (cérémonie, soirée, conférence de presse...)

Module 3 : Les outils

- La conduite
- L'interphonie
- « Le petit matériel »

Module 4 : Les partenaires

- Gérer des clients et des intervenants
- Travailler avec l'interface « Agence »
- Encadrer des artistes
- Manager des techniciens (son / lumière / vidéo / effets spéciaux / plateau...)

Module 5 : Les différentes phases de travail

- La prise de brief
- La préparation
- L'arrivée sur site
- Le filage technique
- Les répétitions
- Le « show »

JOUR 2

Module 6 : Ecrire une conduite

- Appréhender le déroulé texte d'une convention sous Word
- Repérer les manques et les oublis du point de vue scénique

Module 7 : Topper une convention

- A partir d'un cas réel, dans les conditions d'un « direct » avec visualisation de la plénière sur un écran d'ordinateur, le stagiaire devra :
- Anticiper les séquences
 - Préparer les opérateurs à leurs envois
 - Topper les différents envois
 - Se rendre compte en temps réel des effets de ses ordres

Module 8 : Analyser et Débrief

- S'auto-corriger
- Repérer les erreurs éventuelles

Module 9 : Et les « grands spectacles » !

- Evaluer les difficultés rencontrées
- Comprendre ses erreurs
- Apprendre comment les éviter
- Une conduite au time-code
- La place du topeur face au réalisateur
- Quelques exemples

Renseignements et inscriptions

MANAGER UNE ÉQUIPE ÉVÉNEMENTIELLE

Rappeler que la réussite d'un événement est avant tout une affaire d'équipe relève d'une banale évidence. Depuis le montage du dossier jusqu'à l'exploitation, en passant par le pilotage du projet, le responsable événementiel doit gérer au quotidien une multitude d'acteurs, en premier chef, ses proches collaborateurs mais aussi son commanditaire.

Viser la perfection, travailler dans l'urgence, accueillir les imprévus de dernière minute, décider en permanence en intelligence de situation, savoir dire oui, savoir dire non, et ce, tout en guidant ses équipes et son client avec sérénité et exigence... nul doute, mener à bien une mission événementielle, c'est, avant tout, être un manager professionnel. Alors, quelle est la recette ?

CETTE FORMATION CONCERNE :

Les Directeurs de clientèle, les Chefs de projet et tout responsable qui souhaite parfaire son leadership.

OBJECTIFS :

- Comprendre ce que signifie le leadership dans le métier de l'événementiel et en assimiler les principaux ressorts
- Identifier son propre style de management et le parfaire
- Comprendre « le fonctionnement de l'Autre » et savoir en tirer le meilleur
- Mieux gérer son comportement sous stress lors d'un projet et celui de ses interlocuteurs

DATES :

- Nous consulter

OPTIONS PÉDAGOGIQUES

- Théorie : 50%
- Exercices pratiques : 50%
- Nb Jours : 2
- Prix : 1680 € HT



Corinne Samama

HEC, accompagne depuis 22 ans les cadres dirigeants dans leur management et leur communication personnelle (affirmation du leadership, développement de leurs compétences relationnelles, animation des équipes, accompagnement à la prise de parole). Elle a travaillé 13 ans en agence de communication événementielle avant de se tourner vers le coaching individuel et le coaching d'équipe auxquels elle se consacre pleinement aujourd'hui au sein du cabinet RESONANCE Coaching qu'elle a cofondé en 2004. Elle est membre Associée de la SF Coach.

DEUX JOURS

JOUR 1

Séquence 1 : Tour de table

- Présentation de l'intervenant et des stagiaires.
- Recensement des attentes.
- Identification des problématiques de management les plus fréquentes, à tous les stades d'un projet événementiel (depuis l'appel d'offre jusqu'à l'exploitation), tant au niveau de ses collaborateurs que de ses clients.

Séquence 2 : Qu'est-ce qu'un bon manager ?

- Exploration des exigences requises pour être un bon responsable de projet
- Présentations des 5 drivers en analyse transactionnelle
- Identification de son driver individuel

Séquence 3 : Le Leadership dans l'événementiel

- Définition du leadership en une phrase et une seule.
- Présentation des stades de maturité managériale.
- Identification de son stade personnel auprès de ses interlocuteurs.
- Avoir du leadership face à sa hiérarchie, ses collaborateurs, ses équipes techniques et free lances ainsi que face à son commanditaire

Séquence 4 : Manager son équipe

- Trouver le bon style de management d'une équipe événementielle
- Adapter son style de management au stade de développement de son équipe
- Curseur et Intelligence de situation

Séquence 5 : L'Ecoute active

- Les Responsables de projet sont en général bien exercés à l'écoute de leurs donneurs d'ordres. Le sont-ils aussi bien vis-à-vis de leurs collaborateurs ? Exercices d'écoute active.

JOUR 2

Séquence 6 : Manager en situation conflictuelle

- Connaître les exigences d'une communication authentique au quotidien dans le métier de l'événementiel
- Se confronter à son équipe
- Remobiliser ses collaborateurs et leur redonner confiance

Séquence 7 : Optimiser le potentiel de ses équipes

- Adapter sa communication à l'autre
- Créer de la synergie
- Tirer le meilleur de ses collaborateurs

Ce module donnera des axes de progression à chacun des stagiaires et pourra se poursuivre par la mise en place de séances de formation individuelles.

Renseignements et inscriptions

MOBILISER LES MÉDIAS AUTOUR D'UN ÉVÉNEMENT

Dans une Société de communication où tout nous est présenté comme un événement, il est devenu difficile d'attirer l'attention des médias. Ces derniers restent toutefois demandeurs de contenus et, de fait, potentiellement réceptifs aux « vrais » événements. Encore faut-il savoir à qui vous adresser, mais aussi quand et comment présenter votre projet !

Plus qu'une classique formation aux relations et à l'utilisation des médias - traditionnels, sociaux/digitaux et alternatifs - ce module entend aussi apporter une approche pour identifier et valoriser les éléments "médiagéniques" d'un événement et optimiser ses chances de retenir l'attention des médias.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

Méthode pédagogique active avec alternance d'apports théoriques, de démonstrations, de jeux cadres et de mises en pratique dont la proportion variera en fonction de la taille du groupe et du niveau initial des participants sur le sujet.

CETTE FORMATION CONCERNE

Tous les porteurs de projets événementiels

OBJECTIF DE FORMATION : Mobiliser les médias autour de son événement

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES INTERMÉDIAIRES :

Comprendre le monde des médias et les journalistes

Rendre son événement « médiagénique »

Identifier les médias et les journalistes stratégiques

Gérer ses relations avec les médias au quotidien

DATES :

- 16 juin 2015

- 30 novembre 2015

OPTIONS PÉDAGOGIQUES

- Théorie : 50%
- Ateliers : 50%
- Nb Jours : 1
- Prix : 920 € HT



Valéry Pothain

Valéry Pothain est journaliste et formateur consultant certifié spécialisé dans la communication et les médias. Depuis vingt ans il étudie et analyse les stratégies et les actions de communication des marques, qu'elles soient commerciales, associatives ou politiques, qu'elles soient corporate ou grand public... Il a été pendant dix ans chef de la rubrique Marque du magazine CB News, pour lequel il réalisait entre autres les hors séries Communication événementielle. Il a également officié pour Culture Pub et le quotidien Echos. Aujourd'hui, il intervient comme journaliste expert dans l'émission hebdomadaire « A vos marques » diffusée sur BFM Business (radio et TV), dans les pages Communication & Médias de la Tribune et pour le magazine Meet'In.

UNE JOURNÉE

Séquence d'Introduction

- Accueil et présentation des participants (stagiaires et formateur)
- Présentation du programme, des objectifs et des règles de fonctionnement.
- Évaluation des acquis avant formation

Séquence 1 : Connaître les médias et les journalistes

- Qu'est-ce qu'un média ?
- Panorama des différents types et familles de médias.
- Fonctionnement et caractéristiques des médias éditoriaux (organisation, sources d'information, parcours de l'information...).
- Analyse des besoins et compréhension de la logique du journaliste
- Restitution et évaluation des connaissances

Séquence 2 : Identifier le potentiel médiatique de son événement

- Catégoriser les objectifs de son événement
- Formaliser ses objectifs médiatiques/Révéler la « médiagénie » de l'événement.
- Identifier le(s) média(s) à privilégier (sociaux, classiques et alternatifs).
- Choisir ses outils de communication
- Étude de cas.

Séquence 3 : Construire et gérer ses relations avec les médias

- Bâtir une relation avec les journalistes
- Générer des retombées média
- Constituer son fichier presse.
- Les outils de la relation presse
- Établir un premier contact avec les journalistes (l'e-mail).
- Construire un plan média
- Cas Pratique

OPTIMISER ET RENTABILISER SA PRÉSENCE SUR UN SALON

« Il me faut un très beau stand ! » Bien sur mais est-ce vraiment suffisant pour réussir son salon? Participer à un salon professionnel, c'est l'opportunité d'aller à la rencontre de ses cibles et de se frotter à la concurrence. Il y a donc une stratégie complète à mettre en place, une stratégie de séduction pour multiplier les contacts, émerger et rentabiliser sa présence sur un salon.

CETTE FORMATION CONCERNE :

Toutes les personnes qui, dans le cadre de leurs activités professionnelles, ont la responsabilité de piloter un stand sur un salon professionnel ou grand public.

OBJECTIFS :

Mettre en place une stratégie opérationnelle afin d'être le plus visible et le plus impactant possible, dans le but de transformer sa présence sur un salon en véritable source d'opportunités.

DATES :

- Nous consulter

OPTIONS PÉDAGOGIQUES

- Théorie : 50%
- Exercices pratiques : 50%
- Nb Jours : 2
- Prix : 1680 € HT



Valerie Mestre

Diplômée d'ESC, Valérie Mestre dirige pendant 10 ans sa propre agence conseil en communication. En 1996, elle intègre le Centre d'Information des Viandes où elle occupe le poste de Directrice adjointe. Elle est aujourd'hui Directrice communication institutionnelle et relations extérieures d'INTERBEV, l'Association nationale inter-professionnelle du bétail et des viandes.

2 JOURS

JOUR 1 : LA PLANIFICATION

1. Le stand : un média

- Pourquoi faire un salon
- Comment le choisir
- Comment l'intégrer à une stratégie de communication globale

2. Comprendre les enjeux de l'organisateur de salon.

- La double cible
- Réunir un marché
- Faire vivre son salon et garantir des visiteurs

3. Etablir un cahier des charges : un stand à concevoir

- Rédiger une plate-forme précise
- Choisir et négocier un emplacement
- Solliciter ou non un partenaire
- Evaluer la pertinence des propositions

JOUR 2 : LES METHODOLOGIES DE PRODUCTION

4. Gérer le terrain : un stand à construire et à animer

- Coordonner et déléguer a expertises nombreuses, vision globale indispensable
- Définir des outils de suivi et de pilotage de la communication au budget
- Le binôme logistique et communication
- Le facteur clé de la réussite d'un salon

5. Le stand : un espace de communication impactant

- Optimiser sa signalétique
- Concevoir une animation adaptée
- Accueillir ses différents publics
- Exploiter les opportunités de contacts

MODALITÉS D'INSCRIPTION

L'INSCRIPTION

L'inscription peut se faire

- par téléphone au 01 42 94 25 25
- par courrier : L'INSTITUT DE L'ÉVÉNEMENT ANAé
- par mail : inscriptions@institutdeevenement.fr
- en ligne sur le site Internet : institutdeevenement.fr

Elle sera définitive à la réception du bulletin d'inscription dûment rempli.

Dès réception de votre inscription, L'Institut de l'événement vous fera parvenir une facture qui tient lieu de convention de formation simplifiée.

Un courrier de confirmation, qui précisera le lieu de la formation, vous sera adressé dix jours avant le début de la session de formation.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTES

Les prix des formations sont indiqués hors taxes, il sont à majorer du taux de la TVA en vigueur. Ces tarifs comprennent :

- L'envoi et l'étude du questionnaire des attentes
- La formation
- Le déjeuner
- La remise de certains supports pédagogiques

Les formations auront lieu à Paris ou en très proche banlieue.

Le règlement de la formation doit obligatoirement être effectué 15 jours avant le début de la session de formation.

Le règlement peut s'effectuer par chèque à l'ordre de « L'Institut de l'événement », par virement bancaire sur le compte Société Générale, libellé au nom de L'Institut de l'Événement, compte n° 30003 02192 00020898886 20

En cas de règlement par OPCA :

Vous avez la charge des démarches auprès de votre OPCA.

La rubrique Adresse de facturation du bulletin d'inscription devra impérativement être complétée.

Si le dossier de prise en charge n'est pas arrivé à L'Institut de l'événement avant le début de la session, vous serez alors directement facturé du montant correspondant à l'intégralité des frais de participation.

ANNULATION :

Vous avez la possibilité d'annuler votre formation, par un courrier adressé à L'Institut de l'événement. Si l'annulation nous parvient jusqu'à 14 jours avant le début de session, vous obtiendrez le remboursement de votre inscription sous déduction de 10% de frais de dossier.

Au-delà du 14ème jour avant le début de la session, la totalité des frais de participation sera due, mais le participant initialement prévu aura la possibilité de se faire remplacer.

L'Institut de l'événement se réserve le droit de modifier le contenu ainsi que la date et/ou le lieu d'une session de formation si des circonstances indépendantes de sa volonté l'y obligent, ou d'annuler une session de formation si le nombre des participants était insuffisant.

BULLETIN D'INSCRIPTION (À PHOTOCOPIER)

PARTICIPANT

NOM : PRÉNOM :
 SOCIÉTÉ :
 ADRESSE :
 CODE POSTAL :VILLE :
 E-MAIL :
 TÉL :FAX :

ADRESSE DE FACTURATION (si différente)

RAISON SOCIALE :
 SERVICE :
 ADRESSE :
 TÉL :FAX :

Responsable administratif de l'inscription (si différent)

NOM : PRÉNOM :
 FONCTION :E-MAIL :
 TÉL :FAX :

- J'accepte les conditions générales de ventes
- J'accepte de recevoir des informations
de L'INSTITUT DE L'ÉVÉNEMENT ANAé et de ses partenaires.

FORMATION

TITRE :
 DATES : PRIX HT:

CACHET

À
 le

SIGNATURE

Les formations de L'INSTITUT DE L'ÉVÉNEMENT ANAé se déroulent sur Paris ou la petite couronne.

Merci de bien vouloir adresser ce bulletin d'inscription rempli à

L'INSTITUT DE L'ÉVÉNEMENT ANAé :

- soit par mail : inscriptions@institutdeevenement.fr
- soit par courrier à L'INSTITUT DE L'ÉVÉNEMENT ANAé
6, rue de Lisbonne - 75008 PARIS



www.linstitutdelevenement.fr

Contact : Tél : 01 42 94 25 25 - infos@linstitutdelevenement.fr - 6, rue de Lisbonne 75008 PARIS