

Formation Marketing Intermédiaire : Événementiel

■ Durée :	2 jours (14 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	1 500,00 € HT (standard) 1 200,00 € HT (remisé)
■ Public :	Chef de projet événementiel, Tout collaborateur amené à organiser des événements internes ou externes
■ Pré-requis :	Avoir les notions fondamentales de marketing - Avoir déjà participé à des événements d'entreprise
■ Objectifs :	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 :	MAR100188-F
■ Note de satisfaction des participants:	4,79 / 5
■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73

■ **Modalités d'accès :**

Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.

■ **Délais d'accès :**

Variable selon le type de financement.

■ **Accessibilité :**

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

Evénements B2C
Evénements 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