



ORGANISER ET RÉUSSIR UN ÉVÉNEMENT AVEC LA PRESSE ET/OU AVEC LES INFLUENCEURS

Durée :
1 JOUR

Réf. :
4-FRMLOM

Formats :



PRÉSENTIEL



DISTANCIEL

Intra-entreprises : 1 250 € HT
Inter-entreprises : 850 € HT

Organiser un événement pour le lancement d'un nouveau produit, d'un nouveau service ou d'une nouvelle marque représente un enjeu important. C'est un peu le bouquet final de tout un processus marketing. C'est un format qui doit être adapté dans son fond et sa forme en fonction de l'annonce de l'information et de la cible (lancement de produit, résultats d'une étude, annonce du programme d'un événement, communication de crise...). Il nécessite la mise en place d'une logistique solide, d'une bonne préparation en amont, et d'une forte mobilisation les quelques jours précédant l'événement pour s'assurer de la présence des journalistes et/ou influenceurs le moment venu.

Il n'est donc pas envisageable de gâcher tout le travail fait en amont en faisant preuve d'amateurisme lors de cette étape !

Cette formation vous donne toutes les clés pour garantir le succès et même gérer les imprévus.

Objectifs

- Savoir créer et gérer un événement de A à Z
- Connaître les outils méthodologie pour bien s'organiser
- Savoir gérer les imprévus, les astuces
- Identifier les différents outils pour réussir la préparation de son événement
- Gérer son budget

À qui s'adresse cette formation ?

Cette formation s'adresse à toute personne, Responsable de la communication, Chargé des relations médias, Responsable marketing, Responsable des relations presse, Community manager, Cadre Dirigeant... souhaitant acquérir une méthodologie de travail pour organiser un événement avec la presse et/ou les influenceurs.

Savoir créer et gérer un événement de A à Z

- Définir son objectif de communication
Décider du fil directeur qui orientera toutes les actions autour de l'événement
- Définir le contenu - Le contenu de l'événement doit répondre aux objectifs fixés
- Identifier une cible, journalistes et/ou influenceurs, cohérente avec l'objectif et le contenu
Quelles sont leurs attentes ? faut-il les mixer ?
- Préciser le format - Quels sont les différents formats d'événements ?
- Choisir la date et les horaires en fonction de la stratégie de communication, de la cible, des événements dans l'univers, des paramètres exogènes...
- Désigner qui fait quoi et quand
- Définir un budget et le respecter



ORGANISER ET RÉUSSIR UN ÉVÉNEMENT AVEC LA PRESSE ET/OU AVEC LES INFLUENCEURS

Connaître les outils méthodologie pour bien s'organiser

- Élaborer des outils collaboratifs pour le suivi en mode projet et la planification des tâches jusqu'au jour-J
Le rétroplanning d'actions incluant la logistique
- Choisir les bons prestataires
- Construire le conducteur de l'événement : déroulé, interventions, animations, pauses repas...
- Définir la liste des intervenants avec leurs coordonnées
- Constituer la liste des invités internes et externes à l'entreprise hors journalistes et influenceurs
- Créer et valider la liste des invités journalistes et influenceurs
- Digitaliser l'événement avec un live tweets
- Prévoir un photographe/vidéaste pour communiquer sur l'événement à posteriori

CAS PRATIQUE :

- ✓ Compléter le rétroplanning
- ✓ Établir la liste journalistes et influenceurs

Les outils liés à l'événement

- Réaliser un Save The Date
- Réaliser une invitation presse
- Médiatiser l'événement sur les plateformes d'associations de journalistes et rubriques agendas des médias
- Rédiger un dossier ou un communiqué de presse et créer un rétroplanning de validation
- Créer un fichier de relances téléphoniques

CAS PRATIQUE :

- ✓ Faire un Save The Date
- ✓ Faire une invitation presse print ou électronique

Gérer les imprévus, les astuces

- To do list, listing incontournables, liste prestataires et contacts...

Gérer le post-événement

- Analyser qualitativement et quantitativement l'événement
- Donner de l'écho à son événement (en interne et en externe)

La trousse à outils avec laquelle vous repartez de cette formation

À l'issue de la formation vous disposez de :

- Une méthodologie de travail, d'outils collaboratifs et un d'un rétro planning détaillé vous permettant d'être immédiatement opérationnel