



BIEN MENER SON ÉVÉNEMENT : LES ÉTAPES À SUIVRE

L'organisation d'un événement laisse peu de place à l'improvisation. Pour ne rien laisser au hasard, nous vous proposons une série d'étapes à suivre et de nombreux conseils. Suivez le guide !

ÉTAPE 1 – BIEN DÉFINIR LES OBJECTIFS DE VOTRE ÉVÉNEMENT

Dans quel but organisez-vous votre événement ? En répondant à cette question, vous estimerez vos besoins et choisirez les options vous permettant de répondre à vos objectifs. Que vous souhaitiez réunir vos participants pour les stimuler, les remercier, les former à de nouveaux produits ou développer l'esprit d'équipe, de nombreuses solutions existent comme autant d'événements.

- Lors de la définition des objectifs, nous vous conseillons de prendre en considération le public visé. Vous ne vous adresserez pas de la même façon à vos meilleurs clients, partenaires, fournisseurs ou à vos équipes en interne.
- Pour vos réunions, choisissez les intervenants en fonction de votre cible. Pour un public interne, faites appel à une personne extérieure à votre entreprise, de préférence connue. A l'inverse, pour une réunion à destination de vos clients, l'intervention d'une personne de la société est souvent appropriée.
- Si votre séminaire doit se dérouler sur plusieurs jours et que vous souhaitez avoir un réel impact sur vos participants, nous vous conseillons de leur offrir :
 - une soirée à thème dans un lieu insolite ou un espace événementiel personnalisé aux couleurs de votre entreprise,
 - pour clore l'événement, un dîner de gala avec spectacle qui marquera les esprits,
 - une activité de team-building sportive, ludique ou pédagogique pour resserrer les liens ou créer une expérience de vie commune.

Une expérience unique du business



RE:UNIR
RE:CREER
RE:LIER
RE:MOTIVER



ÉTAPE 2 – DÉFINIR LE FORMAT ET LE THÈME DE VOTRE ÉVÉNEMENT

Quel format répond le mieux aux objectifs de votre événement ? Sur combien de jours souhaitez-vous l'organiser et pour combien de personnes ? Quel en sera le thème et l'intitulé ?

- Si vous choisissez d'offrir à vos invités un dîner, un team-building ou toutes prestations annexes à votre séminaire, veillez à prendre en considération la taille de votre groupe, la moyenne d'âge, le mixe homme / femme et la nationalité.
- Si votre groupe est composé de participants de nationalités différentes, la barrière de la langue ne doit pas être un obstacle à la cohésion. Lors des réunions, proposez une traduction simultanée ou si la taille du groupe le permet, répartissez vos participants par nationalité et choisissez des intervenants qui s'adresseront à eux dans leur langue maternelle.
- Si votre public est en majorité masculin, proposez une activité de team-building sportive comme un parcours aventure ou un raid par exemple. Au contraire, la gente féminine préférera des activités plus ludiques ou pédagogiques telles que des ateliers de décoration florale, des cours de cuisine, le spa... Il existe également des activités mixtes comme les rallyes ou les chasses au trésor. N'hésitez pas à demander conseil à votre agence ou à votre interlocuteur sur place.

ÉTAPE 3 – BIEN CHOISIR LE LIEU ET LA DATE

Le choix du lieu est primordial. La capacité d'accueil, la facilité d'accès pour l'ensemble de vos participants, une offre variée, originale et dédiée à votre entreprise ainsi que la présence d'un interlocuteur unique pour vous accompagner tout au long de votre événement sont les principaux atouts à prendre en compte lorsque vous sélectionnez le lieu qui accueillera votre manifestation.

- Pour faire votre choix, les visites d'inspection sont indispensables. La fiche pratique n°1 « Bien préparer sa visite d'inspection », téléchargeable sur notre site Internet, vous aidera à collecter toutes les informations dont vous pourriez avoir besoin.
- Sélectionnez une date en vérifiant qu'aucun grand événement sectoriel, similaire ou encore national ne se déroule au même moment. Évitez également d'organiser votre manifestation durant des périodes de ponts, les vacances scolaires et éventuellement pendant les événements sportifs majeurs, pour vous assurer de la présence d'un maximum de participants.
- Envoyez une demande à votre contact sur place. Si les solutions proposées et le devis vous conviennent, posez une option le plus tôt possible.

ÉTAPE 4 – BIEN DÉFINIR LE BUDGET

Cette étape consiste à estimer vos dépenses en vue de la réalisation de votre événement. Privatisation des espaces (réunion, restauration...), hébergement, choix des menus, transports des participants, activités annexes, prestations artistiques ou techniques, décoration, promotion... sont les principaux postes à inclure dans votre budget. N'oubliez pas d'allouer une partie, autour de 10% du montant total de votre budget, pour parer aux imprévus et demandes de dernière minute.

- Au moment de la négociation, assurez-vous de l'implication du responsable hiérarchique de votre contact sur place. Demandez-lui de vous fournir un modèle de contrat ainsi que la réglementation concernant les acomptes, le paiement et la résiliation.

- Afin d'obtenir les meilleures conditions tarifaires, renseignez-vous pour connaître les périodes auxquelles les tarifs pratiqués sont les plus bas. Si vous le pouvez, organisez votre manifestation durant une période creuse, vous réduirez une partie de vos coûts. Les économies ainsi réalisées pourront être allouées à d'autres prestations comme la restauration, la qualité des prestations artistiques, la technique, la décoration florale ou tout autre détail qui fera la différence.
- Si vous hébergez vos participants, nous vous conseillons de négocier un traitement de faveur pour vos invités de marque. Au lieu d'une réduction sur l'ensemble du prix des chambres, offrez-leur une suite et des services exclusifs. Leur satisfaction sera bien plus importante.

ÉTAPE 5 – RÉALISER UN RETROPLANNING

Il vous permet de lister toutes les étapes, des prémices à la fin de votre événement. Ainsi, vous aurez une visibilité à long terme et pourrez anticiper les délais plus facilement.

- Pensez par exemple à confirmer, le plus rapidement possible, les espaces auprès de votre contact et indiquez-lui la configuration souhaitée : style théâtre, classe ou cabaret pour les réunions ; service à table, buffet, cocktail déjeunatoire ou dînatoire pour les déjeuners et dîners.
- Envoyez les acomptes au moment requis.
- Prévoyez un laps de temps suffisant pour la création de vos supports de communication (au moins 4 semaines à l'avance) : affiches, invitations, brochures... Les temps d'impression peuvent parfois prendre plusieurs semaines.

ÉTAPE 6 – BIEN PRÉPARER LE DÉROULÉ DE L'ÉVÉNEMENT

Jour par jour, heure par heure, rédigez un programme en indiquant les horaires, la localisation, le nombre de personnes attendues et les besoins spécifiques.

- Les journées de travail sont chargées, c'est la raison pour laquelle nous vous suggérons d'accorder à vos participants des pauses d'une durée appropriée. Un déjeuner dure en moyenne 60 minutes. Comptez 20 minutes supplémentaires par plat pour un dîner. Le petit-déjeuner se prend entre 30 et 40 minutes. Pour les pauses-café, nous vous conseillons de prévoir 15 minutes jusqu'à 100 participants, 30 minutes jusqu'à 1 000 participants et 30 à 45 minutes pour des groupes de plus de 1 000 personnes.

ÉTAPE 7 – DERNIÈRE MINUTE

Pour vous assurer de la réussite de votre événement, passez en revue avec votre contact sur place tous les composants de votre projet. La communication est la clé d'un événement réussi.

- Juste avant l'événement (idéalement la veille), il est prudent d'organiser une répétition générale avec l'ensemble des intervenants. Pour les séminaires, effectuez les éventuels réajustements techniques avec la régie (audio, vidéo...), testez les présentations « PowerPoint » et calez les derniers détails avec les intervenants.
- Si vous organisez un dîner de gala avec spectacle, veillez à ce que les artistes répètent avec la régie afin qu'ils puissent régler le son et les lumières. Vérifiez également les menus et la mise en place le jour J.
- Profitez de ces répétitions pour rencontrer les personnes qui seront vos contacts privilégiés le jour de votre événement.

ÉTAPE 8 – PROMOUVOIR SON ÉVÉNEMENT

C'est une des étapes les importantes.

- Envoyez un déroulé précis de l'événement à vos participants entre deux et quatre semaines avant le jour J et demandez-leur de vous retourner un coupon-réponse avant une date butoire. Cela vous permettra de comptabiliser le nombre de personnes présentes. Pour des événements destinés à un public externe, on compte en général une personne présente pour dix invités.
- Vos invitations ou le programme peuvent être adressés par courrier mais nous vous suggérons l'envoi par e-mail. À l'aide d'un outil de gestion des contacts, vos envois en nombre seront simplifiés, votre budget réduit, vos contacts comptabilisés et enfin, vous pourrez facilement effectuer des relances, si nécessaire, dans les huit jours précédant l'événement.
- Si vous organisez un team-building ou un dîner de gala, veillez à indiquer les tenues vestimentaires appropriées.

ÉTAPE 9 – MESURER LA SATISFACTION DE VOS PARTICIPANTS

- Réunissez les personnes qui ont travaillé avec vous à la réalisation de votre événement et débriefez ensemble.
- Deux semaines après, effectuez une étude auprès de vos participants en les questionnant sur le choix du lieu, la qualité du programme, l'hébergement, la restauration et les activités proposées... Ainsi, vous vérifierez si vos objectifs sont atteints. Le résultat pourra également vous aider dans la réalisation de vos prochains événements.

Une expérience unique du business



RE:UNIR
RE:CREER
RE:LIER
RE:MOTIVER

