

## Organiser un événement (manifestation, exposition...)

### Établir une stratégie événementielle et méthodologie pratique de mise en œuvre

Un événement - une manifestation, une exposition... - est un outil de communication externe dont l'organisation vise des gains d'image et/ou de notoriété. De la fête de quartier aux Jeux Olympiques, c'est le moteur de tous les organisateurs d'événements : entreprises, collectivités territoriales, associations...

Dans les stratégies du marketing touristique, qui évidemment concernent également le tourisme de découverte économique, l'organisation d'un événement a un impact supplémentaire sur l'attractivité du site. Comprendre ces stratégies aide à affiner la pertinence d'un événement et à mieux organiser son déroulement.

### Publics

Les professionnels intéressés par le marketing touristique et une approche méthodique pour concevoir et organiser un événement (manifestation, exposition...) :

- Professionnels du tourisme : développement, commercialisation, accueil...
- Chargés de mission en diffusion de la culture scientifique, technique et industrielle.
- Responsables de communication / Chargés de l'accueil de visiteurs en entreprises.

### Objectifs

- Analyser l'existant, en termes d'attractivité, d'une offre de visite d'entreprise pour comprendre les stratégies de l'événement.
- Déterminer avec pertinence – authenticité, légitimité - la nature de l'événement à bâtir. Aider chaque participant à modéliser son propre événement.
- Identifier les principales règles à respecter et l'ensemble des tâches – avant, pendant, après – à accomplir pour réussir une opération.

### Contenu

1. **Les stratégies événementielles.** Leurs différentes formes, avantages et inconvénients.
2. **Marketing touristique.** L'attractivité dans tous ses états : zone d'attractivité, taux de pénétration, taux de retour, faire « venir », faire « revenir », faire « savoir »...
3. **Le choix d'un événement.** Règles et principes : une harmonie avec l'image, la culture, les produits, les marques, les services et les hommes de l'entreprise.
4. **Définir et bâtir son projet d'événement.** Approche méthodologique permettant à chaque participant de rechercher une forme d'événement appropriée à son entreprise (travail en sous-groupes et synthèse).
5. **Boîte à outils.** La check-list chronologique commentée des tâches indispensables à conduire pour réussir une organisation événementielle.

### Durée

Deux journées (complément optionnel : une journée « action » personnalisée).

### Méthodologie

Alternance d'apports théoriques, méthodologies, pratiques et d'analyses « terrain ».

### Nombre de participants

Entre 4 et 12 pour favoriser les échanges constructifs entre les participants et l'intervenant.

### Coût et dates des sessions

Nous contacter pour préciser les conditions d'intervention.