Réussir son événement clefs en main

07 mars
2022

Les événements, un élément clé notre communication et influence

Depuis 2019, il y a eu une accélération de la présence événementielle du Medef au service de ses adhérents

- Avec le développement d'une marque événementielle (#LaREF) et ses déclinaisons
- Une volonté de servir les adhérents et d'être présent dans le débat, voir d'imposer ses thèmes

1

LA REF
RENCONTRE DES ENTREPRENEURS DE FRANCE

10

REF #Théma

>50

d'événements thématiques

Webinaires, colloques, ateliers de formation, opérations d'influence, rencontres bi ou trilatérales, sommets, etc.

>1M

Une audience très large

Impact des médias et des partenaires

Un triptyque incontournable : une date, un message, un programme

Aujourd'hui, les événements sont soit hybrides, soit digitaux
Avec une ambition, la recherche d'une **audience qualifiée**

- Une date : quand et comment dois-je émettre ?
- Un message : qu'est-ce que nos publics doivent retenir ? A qui s'adresse-t-on ? Faire entendre les positions du Medef
- Un programme : qui faire intervenir ? Volonté d'avoir des débats ouverts, où l'ensemble des expertises du débat public seront entendues

> La sécurité, l'utilisation d'une technologie au service de l'événement, un budget

Les acteurs d'un événement

Qu'ils soient hybrides ou digitaux, les événements impliquent de nombreux acteurs :

- Des agences qui nous accompagnent dans la scénographie, l'amélioration du lieu, la circulation des publics, etc.
- Une hospitalité qui doit être irréprochable et adaptée (accueil, repas, bagagerie, communications, hôtellerie, etc.)
- Les intervenants
- Les partenaires
- La presse et les réseaux sociaux
- Des événements éco-responsables
- La vie avant/après l'événement (newsletters, replays, boite à outils, etc.)

Travailler avec ses partenaires

Les partenaires, acteurs essentiels des événements

- Faire rayonner les événements et accroître leur visibilité
- Apporter une expertise, une vision sur une thématique
- Animer un espace au travers d'un stand ou d'une démonstration
- Contribuer au financement des événements

> Développer une relation partenariale, gagnant-gagnant

Travailler avec ses partenaires

Etapes clés dans le développement des partenariats

Phase amont : commencer sa prospection le plus tôt possible

- Fixer des objectifs (nombre, budget, secteur d'activité…)
- Identifier ses prospects (ciblage, recherche des interlocuteurs)
- Définir une offre commerciale (présentation, offres de partenariats)
- Rédiger sa stratégie d'approche, un argumentaire pour convaincre
- Prendre contact, présenter, adapter son offre aux besoins identifiés, négocier
- Acter le partenariat (contrat, engagements des parties, facturation)
- Accompagner le partenaire dans la préparation de sa participation (stand, prise de parole, invitations, relais communication…)

Travailler avec ses partenaires

Le jour J : être présent et à l'écoute

- Assurer un suivi et la mise en œuvre de l'ensemble des contreparties
- Accompagner les partenaires (installation, demandes et questions diverses…)

Post événement

- Remercier
- Communiquer un bilan, les retombées de l'événement
- Réaliser un debrief

> Engagement mutuel

> Créer une relation de confiance et la faire vivre dans le temps

Construire un programme

Un événement, c'est une histoire, avec une question qui revient en permanence : Que veut-on raconter ?

- L'importance du brainstorming
- Ecrire une histoire avec un plan
- Découper les séquences
- Repérer les intervenants incontournables de chaque séquence
- Intégrer des temps forts et des changements de rythmes
- Créer un décor, une mise en scène
- Bien choisir ses modérateurs
- ...

En conclusion, un rappel et un souhait

Un rappel : un événement est un fait d'une importance toute particulière

Un souhait : et pour que cette importance soit au rendez-vous, autant y mettre beaucoup de travail, passion et ingéniosité ☺

Après l'événement, l'événement continue c'est l'heure :

- du bilan,
- du Retex,
- des remerciements (courriers, newsletters, etc),
- point avec les partenaires et les fournisseurs, etc.