



**8 semaines pour
construire une
marque
impressionnante**



Personnes ressources

John Donnelly

Détails de programme

416.204.0332 ou

877.903.3878 #332

john@covenantgroup.com

Robert Lecavalier et / ou

Jean Lecavalier

Questions de contenu

robert@covenantgroup.com

jean@covenantgroup.com



Session # 7

Événements éducatifs et expérientiels



Définir le contexte



■ INTENTION



■ PROCESSUS



■ MESURE

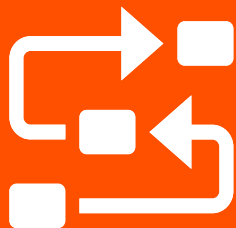




Intention

- Construisez votre marque et votre prestige dans les marchés cibles choisis avec des clients, des clients potentiels et des centres d'influence.





Processus

Concevoir, planifier et mettre en œuvre des événements significatifs et réussis en appliquant 6 phases d'organisation d'événements





Mesure

- Vous mesurez l'impact de la construction de votre marque (prestige)
- Vous mesurez la quantité et la qualité des relations qui sont créées ou élargies par le biais d'événements
- Vous mesurez l'impact sur le chiffre d'affaires et la rentabilité

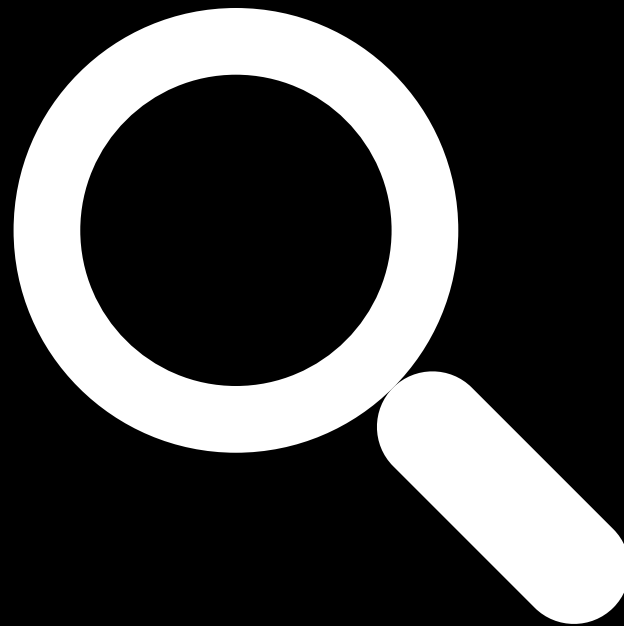




Répondez à la question suivante:

Sur une échelle de 5 à 1, dont 5 représente que vous êtes excellent à utiliser des événements pour construire votre marque, et 1 étant le contraire, où vous situez-vous sur l'échelle ?

**Mise-en-
contexte**



**Une approche
basée sur les
meilleures
pratiques pour bâtir
votre marque**

1. Votre vision devrait être largement partagée, largement connue et on doit largement y croire
2. Vous avez engagé des intervenants. Les personnes qui auront le plus d'impact sur la construction de votre entreprise sont engagées à votre succès
3. Concentrez-vous sur l'extérieur. Commencez par l'avantage pour les clients et les autres participants



Raisons de la tenue de séminaires et d'événements

1. Démontrez et augmentez votre crédibilité (prestige)
2. Maximiser les opportunités avec les clients
3. Montrez votre appréciation à vos clients
4. Gagner des prospects
5. Gagnez de nouveaux clients



Entrevue avec une conseillère



Réflexion



Exercice

Prenez quelques minutes pour réfléchir sur votre approche des événements et des séminaires

Soyez à la fois stratégique & tactique

1. Planifier pour réussir
2. Planifiez tôt
3. Pertinence du public
4. Déléguer
5. Faites équipe avec d'autres professionnels



Entrevue avec une conseillère



Réflexion



Exercice

Prenez quelques minutes pour réfléchir aux 5 principaux facteurs de réussite



Six Phases



CRÉATION D'UN
CONCEPT



PLANIFICATION



MARKETING



TENIR
L'ÉVÉNEMENT



ACTIVITÉS POST-
ÉVÉNEMENT



ÉVALUATION DE
L'ÉVÉNEMENT





Phase 1: Création d'un concept

- Fixez des objectifs (pour vous et votre entreprise)
- Identifiez votre public cible
- Choisissez un type d'événement
- Choisissez un sujet ou un thème
- Énumérez les avantages d'y assister (pour les participants)



Fixer des objectifs

- Définir le contexte
- Identifier des objectifs S.M.A.R.T
 - ✓ Spécifiques
 - ✓ Mesurables
 - ✓ Atteignable
 - ✓ Réalistes
 - ✓ En Temps opportun

Choisissez votre audience cible

- Quel est votre marché cible ?
- Sur quel segment de votre marché cible allez-vous vous concentrer ?

Choisissez le type d'événement

- Événement d'appréciation des clients
- Événement de réseautage
- Événement éducatifs
- En ligne vs hors ligne
- Webinaire vs Réunion en ligne
- Événement unique ou événement récurrent

Choisissez un sujet ou un thème

- Événement expérientiel : c'est agréable d'avoir un thème
- Événement éducatif: vous aurez besoin d'un sujet
 - ✓ Apport une valeur ajoutée
 - ✓ Considérez le cycle de vie de votre public cible

Choisissez un sujet ou un thème

- Cela peut être fait en ligne ou hors ligne
- Qui livrera le contenu?
- Qui sera votre orateur?
- Allez-vous faire participer d'autres professionnels?
- Qui écrira le contenu?
- Y a-t-il des enjeux de conformité?
- Fournirez-vous du matériel de soutien?

Énumérer les avantages de la participation

- Vous permet de vous concentrer sur la réponse aux besoins, aux désirs et aux valeurs de vos clients
- Utile lors de la création de matériel de marketing
- Aide votre personnel à comprendre les objectifs de l'événement



Phase 1: Récapitulatif

- C'est là que vous concevez votre événement
- Commencer au moins 2 à 3 mois à l'avance
- Vous devriez faire la plupart de la conception d'événements - vous devez clairement articuler votre vision afin que votre personnel puisse vous aider à la mettre en œuvre





Phase 2: Planification

- Fixer l'ordre du jour
- Écrire le chemin critique
- Travaillez avec votre équipe
- Organiser la logistique

Définir l'agenda

- Soyez ferme sur l'horaire de la journée.
- Les événements encore moins formels devraient avoir un calendrier avec des heures de début et de fin définies



Déterminer un chemin critique

- Commencez par votre date de fin et travaillez à l'envers
- Écrivez toutes les étapes requises pour votre événement
 - ✓ Assurez-vous d'insérer du temps de décalage
 - ✓ Attribuer des responsabilités et des dates d'échéance
 - ✓ Suivez votre budget pour cet événement

Travailler avec votre équipe

- CB/QQTR
 - Contexte
 - But
 - Quantité
 - Qualité
 - Temps
 - Ressources
- Attribuer des responsabilités
- Établir des mécanismes de responsabilisation

Logistique



Décidez comment et où
vous allez vous
rencontrer

Équipement,
assignation des places



Nourriture & boisson

Répondre aux besoins
alimentaires
particuliers



Équipement audiovisuel



Personnel le jour de l'événement





Phase 2: Récapitulatif

- C'est l'étape de la planification
- Devrait se produire le plus tôt possible
- C'est là que vous commencez à impliquer votre personnel





Phase 3: Marketing

- Établissez votre liste d'invités
- Préparer les invitations
- Envoyer les invitations à l'avance
- Rappels par courriel
- Confirmer avec les participants





Phase 4: Accueil de l'événement



Une semaine avant

Confirmer tous les
arrangements avec tous les
fournisseurs

Confirmer avec tous les
participants



Le jour de l'événement

Arrivez tôt avec votre équipe

Vérifier tout

Demandez à votre personnel
de travailler sur l'événement,
pendant que vous « travaillez »
la foule

Amusez-vous !





Phase 5: Activités post- événement



Envoyer des notes de
remerciement ou des
courriels



Envoyer des courriels /
lettres, y compris les
documents de l'événement à
ceux qui n'ont pas pu être
présents



Examiner et résumer les
évaluations





Phase 6: Évaluation de l'événement

- Etes-vous satisfait de la façon dont l'événement a été organisé ?
 - ✓ Pourriez-vous améliorer votre processus pour la prochaine fois ?
- Qu'est-ce que vous pourriez faire de mieux ?
 - ✓ Avez-vous obtenu un retour sur investissement ?
 - ✓ Avez-vous atteint vos objectifs?
- Gains à long terme





Entrevue avec une conseillère



Réflexion



Exercice

Prenez quelques instants pour réfléchir aux 6 phases de la planification et l'exécution d'événements



Sommaire

Rappelez-vous des 5 secrets:

1. Planifier pour obtenir du succès
2. Planifier à l'avance
3. Pertinence pour l'auditoire
4. Déléguer
5. Faites équipe avec d'autres professionnels

Soyez plus impliqué dans les étapes initiales et moins impliqué vers la fin du processus

Raffinez constamment votre processus: vous créerez alors une formule gagnante qui fonctionnera pour vous, votre clientèle et votre équipe



Marquez vos calendriers



Prochaines
étapes

Webinaire VIII – Jeudi 21 mai, 12 h à 13 h

→ *Engagement communautaire*



Prochaines étapes

Exercices à compléter

- En utilisant les 5 raisons pour créer un événement comme guide, articuler clairement les raisons qui justifient pourquoi vous voulez tenir un événement
- Utilisez les 6 phases comme guide pour planifier votre premier événement
- Déterminez une date à laquelle vous aimeriez tenir un premier événement



**Questions ou
commentaires**





Personnes ressources

John Donnelly

Détails de programme

416.204.0332 ou

877.903.3878 #332

john@covenantgroup.com

Robert Lecavalier et / ou

Jean Lecavalier

Questions de contenu

robert@covenantgroup.com ou

jean@covenantgroup.com