

Dossier

Stratégie & Organisation

Organiser un évènement professionnel



Auteur : Didier Reuter - ISBN 9791023711158

Free

BOOKINER 



Auteur : Didier Reuter

www.bookiner.com

Usage libre de droit (non marchand) avec mention «Bookiner.com»

STRATÉGIE & ORGANISATION

Organiser un évènement professionnel

- . Quelques règles de base
- . Le choix de la date et l'heure
- . Les 10 règles d'organisation
- . Autres conseils utiles d'organisation

Conditions d'usage libre de droits

Tout contenu gratuit ou payant peut être utilisé avec l'obligation d'indiquer la mention «Bookiner.com». L'acquéreur sur le site bénéficie d'un usage libre de droits à titre **PERSONNEL** (individuel, familial et privatif) dans un cadre exclusivement non marchand, non concurrentiel et non grand public. Il est autorisé à installer ce fichier sur tout équipement informatique et télécoms dont il est propriétaire ainsi que pratiquer éventuellement une duplication, un téléchargement, ou un envoi sous forme de fichier, à un maximum de 5 postes/utilisateurs internes. Ce droit ne s'applique pas à l'utilisateur qui reçoit gratuitement un contenu payant, lequel ne peut aucunement le diffuser autour de lui sans risquer de tomber sous le coup de la loi portant sur le copyright et/ou s'exposer aux conditions restrictives du droit d'auteur et de la protection intellectuelle.

Quelques règles de base

Organiser une conférence, une convention ou un colloque peut sembler assez simple. Pourtant, la réussite de tels événements implique de suivre des règles bien précises. La première étape dans l'organisation d'un événement est la définition du public visé car on ne dit pas la même chose quand on s'adresse à ses clients, à ses partenaires ou à ses cadres en interne. Il faut ensuite trouver la thématique car *«Trouver un bon sujet et un bon titre sont bien souvent la clé de la réussite d'un événement»* précise Arnauld du Moulin de Labarthète, auteur de l'ouvrage *La Communication événementielle* (Ed. Demos) pour qui *«Il ne faut pas chercher à traiter des thèmes déjà à la mode au moment de la préparation de l'événement mais s'efforcer de trouver les sujets qui vont monter en puissance dans les prochains mois»*. Le choix de l'intervenant est également très important. Pour un colloque en interne, il est conseillé de faire appel à une personne extérieure à l'entreprise de préférence connue. A l'inverse, pour un événement à destination de ses clients l'intervention d'une personne de la société ou de l'extérieur est le plus approprié. En fait, *«Ce que les cadres préfèrent ce sont les managers d'autres entreprises qui apportent un regard extérieur à leur organisation interne»* confirme cet auteur. *«C'est d'autant plus intéressant que faire appel à ces personnes est souvent moins onéreux que de solliciter un professeur ou un journaliste. Généralement, le dirigeant de l'entreprise invite un de ses homologues. A charge éventuellement pour lui d'intervenir à son tour par retour d'ascenseur»*.

RATIO 1 PARTICIPANT POUR 10 INVITÉS

Selon Arnauld du Moulin de Labarthète : *«Pour 3.000 personnes invitées à un événement gratuit (sur Paris) on aura 1.000 réponses dont 600 Oui. Et, au final, pas plus de 300 personnes se déplaceront. Le ratio est donc en moyenne d'une personne présente pour dix invitées.»*

Le choix de la date et du lieu

En parallèle à ces premières démarches, la sélection et la réservation d'une salle doivent être effectuées le plus en amont possible confirme ce spécialiste. *«Le choix du lieu de l'événement est primordial. A la limite, c'est le premier élément dont il faut s'occuper, voire même avant le choix du sujet. Car il faut s'assurer d'une salle bien proportionnée par rapport au public attendu et bien située, c'est-à-dire bien desservie par les transports et dans une zone adaptée au public visé»*. Le plus simple selon lui est d'organiser l'événement dans ses propres locaux si on dispose d'une salle adéquate ou alors avoir recours à la location dans un endroit bien situé. Un autre élément à prendre en compte est le choix de la date. En ce domaine *«Il faut faire très attention au calendrier et proscrire absolument les périodes de vacances scolaires ainsi que certains jours de la semaine : le lundi et le vendredi, période de début ou de fin de semaine ainsi que le mercredi, jour des enfants. Cela laisse au final peu de disponibilités : le mardi ou le jeudi»*. Avant de poser une date, *«Il faut également vérifier dans son environnement professionnel qu'aucun grand événement sectoriel ou événement similaire ne se déroule pendant ou autour de la période choisie. De même, une veille sur de possibles grèves des transports ou sur les prévisions météo est de bon aloi»* conseille cet auteur qui précise également que *«Côté horaires, pour un événement qui dure 1h30, la fin d'après-midi est conseillée. Pour une conférence organisée avec des invités externes, le créneau de 18h à 19h30 est très approprié. Un cocktail sera le bienvenu car il pourra permettre aux personnes présentes de faire connaissance et de discuter. Pour un événement interne à l'entreprise, on peut avancer l'heure à 17h30. Attention aux décalages horaires si la réunion a lieu en conférence call avec des filiales internationales ou des clients étrangers.»*

Les 10 règles d'organisation

1. Veiller à bien définir le public visé
2. Choisir un thème porteur avec un bon titre
3. Trouver un intervenant qui suscite l'intérêt (connu ou reconnu par le secteur)
4. Réserver une salle adaptée très en amont de l'événement

5. Choisir une date et un horaire appropriés. Privilégier les mardi et jeudi. Pour une conférence de 1h30, préférer 18h-19h30. Si c'est en interne, un peu plus tôt : 17h30-18h
6. Envoyer les invitations 3 semaines à l'avance en tablant sur un ratio d'une personne présente sur 10. Effectuer une relance une semaine avant le jour J
7. Procéder à une répétition quelques jours avant
8. Badger les personnes présentes
9. Organiser un cocktail au terme de l'événement pour faciliter les contacts
10. Envoyer un compte-rendu par mail à l'ensemble des personnes qui étaient invitées et le mettre en ligne. Penser à y joindre une fiche d'appréciation.

Autres conseils utiles d'organisation

Arnaud du Moulin de Labarthète conseille également de procéder, quelques jours avant l'événement, à une répétition afin de caler les derniers détails techniques avec l'intervenant mais aussi pour tester le slide show et mettre en place les éventuels équipements avec la régie (audio, vidéo...). Il confirme, par ailleurs, que l'organisation peut tout à fait être assurée en interne avec seulement un responsable assisté d'une autre personne : *«Le binôme se fera alors aider par une régie technique et le service des RH qui fournira la liste des personnes à inviter»*. Côté prestataires, certains appels d'offre sont incontournables comme le traiteur, la société en charge de la rédaction du compte-rendu, le traducteur éventuel ou encore le recours à un outil de gestion électronique... Selon lui *«On peut aussi faire appel à des prestataires externes pour la gestion des invitations par e-mail et la création d'un site dédié à l'événement et même pour déléguer quasi entièrement l'organisation de l'événement. Dans ce cas, il faut logiquement prévoir un budget supérieur»*. Enfin le jour J, il faut également prendre un soin tout particulier à faire badger toutes les personnes présentes afin de faciliter leur identification et permettre ainsi des contacts facilités. Après la tenue de l'événement, ADMDL préconise d'envoyer *«Dans la semaine qui suit le compte-rendu de la journée par email. Il est intéressant d'y joindre les slides présentés durant la conférence ainsi qu'une fiche d'appréciation (il est plus efficace de le faire quelques jours après l'événement plutôt que le jour même). L'ensemble de ces éléments sera également mis en ligne sur le site Internet de la société à destination de tous, ou sur l'Intranet dans le cas d'un événement interne. On peut ajouter à ces documents une courte interview de l'intervenant qui revient sur le sujet traité.»*

EXEMPLE DE COÛTS

«Bien qu'il soit très difficile de généraliser et d'établir une moyenne tant les facteurs peuvent varier d'un événement à l'autre, les 2 principaux postes de dépenses sont généralement la location de la salle et le buffet de clôture. Pour ce dernier, il faut compter environ 20 à 25 euros par personne que l'on prendra soin de tout particulièrement soigner pour un public extérieur à l'entreprise. Pour un colloque interne, un cocktail plus frugal peut largement suffire. En ce qui concerne l'intervenant, une rétribution allant de 1.000 à 2.000 euros est dans la moyenne. Une somme relativement peu élevée en comparaison du coût total» souligne le spécialiste Arnaud du Moulin de Labarthète.