

Durée

14 heures (2 jours) – Présentiel ou Distanciel

Public cible

Responsables communication, directeurs d'établissement, responsables restauration, assistants commerciaux, ou toute personne en charge de la création et de la promotion d'événements au sein d'un hôtel ou restaurant.

Prérequis

Aucun prérequis technique. Être impliqué dans l'organisation ou la communication d'événements.

Modalités d'évaluation

- Avant : recueil des besoins, questionnaire auto-positionnement & quiz d'évaluation des connaissances
- Pendant : évaluations formatives, mises en pratique, quiz interactifs
- Après : questionnaire auto-positionnement & quiz d'évaluation des connaissances & questionnaire satisfaction

Événementiel – créer, promouvoir et valoriser un événement

14h



Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation, les participants seront capables de:

- Identifier les différents types d'événements adaptés à leur établissement et à leur clientèle.
- Définir les objectifs, cibles et messages associés à chaque événement.
- Construire un rétroplanning complet : de la conception à la communication post-événement.
- Créer des supports de communication adaptés (affiches, posts, newsletters, dossiers presse).
- Promouvoir efficacement un événement sur différents canaux (web, réseaux sociaux, médias locaux).
- Valoriser les retombées et mesurer le succès de l'événement.
- Capitaliser sur chaque opération pour renforcer la notoriété et l'image de marque de l'établissement.



Présentiel



Méthodes pédagogiques

Inductive : partir des événements vécus dans le secteur HCR pour construire les savoirs.

Active : ateliers créatifs, études de cas, productions sur Canva.

Expositive : apports illustrés sur la conception, la logistique et la communication.

Coopérative : travail en petits groupes, retours entre pairs, mini-jeux de décision.

Réflexive : auto-évaluation et plan d'action final.



Distanciel

Moyens pédagogiques

- Formation 100 % présentiel favorisant la dynamique de groupe.
- Matériel : salle équipée avec paperboard, vidéoprojecteur, ordinateurs ou tablettes avec accès Canva.
- Supports PowerPoint dynamiques, quiz interactifs, exemples concrets du secteur HCR.



Outils et supports pédagogiques

- Support numérique complet de formation.
- Templates : fiche événement, plan média, rétroplanning, communiqué de presse.
- Fiches outils « 10 conseils pour réussir un événement ». Quiz « Événement Game » pour ancrer les notions.

Documentation remise aux stagiaires

- Livret participant
- Modèles prêts à l'emploi (plan de communication, fiche logistique, dossier presse).
- Ressources Canva et bibliothèques visuelles libres de droit.
- Plan d'action individuel à compléter.
- Certificat de réalisation

Événementiel – créer, promouvoir et valoriser un événement



Programme et contenu

SÉQUENCE 0 (15 MINUTES) – INTRODUCTION

Objectifs : Accueillir, présenter les objectifs et recueillir les attentes.

Modalités : Icebreaker « Mon événement marquant », quiz de lancement.

Message clé : « Tout événement doit être pensé comme un vecteur d'expérience et de notoriété. »



SÉQUENCE 1 (1H45) – CONCEVOIR UN ÉVÉNEMENT IMPACTANT

Objectifs : Identifier les types d'événements, définir leurs objectifs, messages et cibles

Modalités : Brainstorming collectif ; étude de cas d'événements HCR ; atelier d'idéation.

« Un événement réussi naît d'une idée claire et d'un objectif mesurable. »



SÉQUENCE 2 (1H45) – CONSTRUIRE LE CONCEPT ET LE DÉROULÉ

Objectifs : Structurer le concept, définir le fil conducteur et les besoins opérationnels.

Modalités : Apports structurés sur la planification et la logistique ; atelier de construction d'une fiche événement.

Message clé : « La cohérence entre message, lieu et mise en scène fait le succès d'un événement. »



Outils et supports pédagogiques

- Support numérique complet de formation.
- Templates : fiche événement, plan média, rétroplanning, communiqué de presse.
- Fiches outils « 10 conseils pour réussir un événement ». Quiz « Événement Game » pour ancrer les notions.

Documentation remise aux stagiaires

- Livret participant
- Modèles prêts à l'emploi (plan de communication, fiche logistique, dossier presse).
- Ressources Canva et bibliothèques visuelles libres de droit.
- Plan d'action individuel à compléter.
- Certificat de réalisation

Événementiel – créer, promouvoir et valoriser un événement



Programme et contenu

SÉQUENCE 3 (2H15) – ÉLABORER SON PLAN DE COMMUNICATION

- **Objectifs** : Créer une stratégie de communication événementielle cohérente.
- **Modalités** : Travail en sous-groupes : conception d'un plan média 360° ; présentation croisée et ajustements.

Message clé : « La communication d'un événement commence bien avant sa date. »



SÉQUENCE 4 (2H30) – CRÉER SES SUPPORTS DE COMMUNICATION

Objectifs : Concevoir des supports attractifs et percutants avec des outils simples.

Modalités : Atelier pratique sur Canva ; création d'un visuel ou post sponsorisé ; partage et feedback collectif.

« Une bonne image et un bon message valent plus qu'un long discours. »



SÉQUENCE 5 (2H) – PROMOUVOIR ET DIFFUSER SON ÉVÉNEMENT

Objectifs : Sélectionner les bons canaux et adapter les messages à chaque média.

Modalités : Apports sur les médias locaux et digitaux ; atelier d'écriture d'accroches et de communiqués ; mini-jeu « le bon canal pour le bon message »

Message clé : « On ne communique pas de la même façon à la radio, dans la presse et sur Instagram. »



Outils et supports pédagogiques

- Support numérique complet de formation.
- Templates : fiche événement, plan média, rétroplanning, communiqué de presse.
- Fiches outils « 10 conseils pour réussir un événement ». Quiz « Événement Game » pour ancrer les notions.

Documentation remise aux stagiaires

- Livret participant
- Modèles prêts à l'emploi (plan de communication, fiche logistique, dossier presse).
- Ressources Canva et bibliothèques visuelles libres de droit.
- Plan d'action individuel à compléter.
- Certificat de réalisation

Événementiel – créer, promouvoir et valoriser un événement



Programme et contenu

SÉQUENCE 6 (2H) – VALORISER ET MESURER LE SUCCÈS

Objectifs : Évaluer les retombées et formaliser un retour sur investissement (ROI).

Modalités : Étude de cas d'un événement hôtelier ; création d'une grille de suivi post-événement ; échanges entre pairs.



Message clé : « La valorisation d'un événement nourrit la stratégie de communication globale. »

SÉQUENCE 7 (1H30) – CONCLUSION ET PLAN D'ACTION INDIVIDUEL

Objectifs : Synthétiser les acquis et planifier les actions concrètes à 3 mois.

Modalités : Atelier individuel : rédaction d'un plan d'action ; quiz de fin et feedback collectif.



Message clé : « Capitaliser sur ses événements, c'est construire une marque vivante. »

