

Gestion des événements

Lieu/Date: Sierre, novembre 2018
Réfèrent: Anouk Allemand

AGENDA



- Introduction
- Définitions
- Gestion des événements
 - Analyse de la situation
 - Objectifs
 - Groupes cibles
 - Stratégie
 - Types d'événements
 - Mesures – Planification
 - Calcul financier
 - Réalisation – Finalisation
- Synthèse

Introduction - Event



Introduction - Event



Pour comparer...

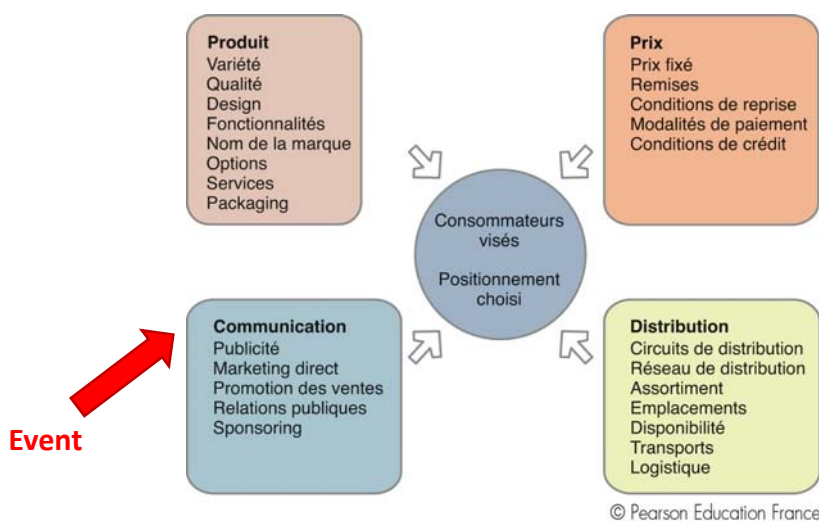


Définition

Un Event est:

- Planifié et mis en scène
- Délimité dans le temps
- Orienté vers une action, une expérience et/ou un impact
- Un instrument de marketing et de communication
- Le seul moyen de communication qui peut générer des émotions (en étant partie prenante)

Event = Instrument Marketing → Marketing-Mix



Définition

- « Un **événement marketing** est une manifestation, dont le but est l'atteinte d'un objectif marketing préalablement fixé. »

Schäfer, 2009, s. 10

- « Les «**Events**» sont des manifestations individuelles ou des événements spéciaux, durant lesquels une entreprise présente des produits ou des services de manière vivante et interactive avec le but de transmettre un message (infotainment).»

Bruhn, 2007, s. 241

Event Management



Définition

„L'**Eventmanagement** comprend toutes les mesures de planification, d'organisation, de contrôle et de gestion qui sont nécessaires pour le déroulement d'un Event. En général, la préparation et la réalisation d'un Event sont planifiées comme un projet.“

Holzbaur, 2005, p.23

Event Manager



Définition

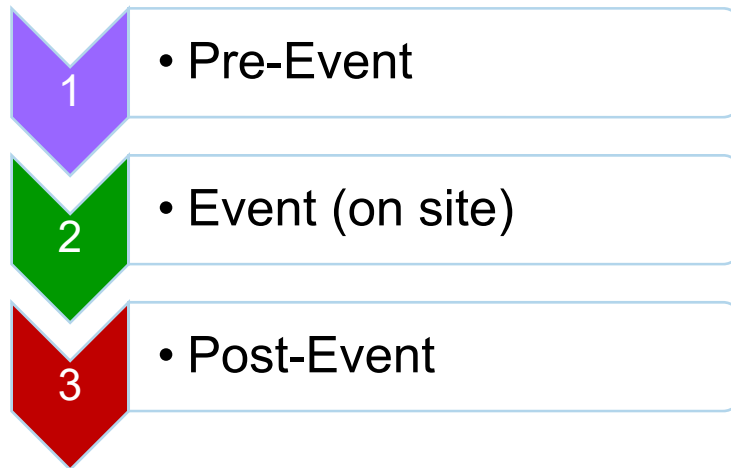
«As an **Event Manager** you are there to do far more than just observe. You are there to ensure the smooth running of the event, to minimise the risks and to maximise the enjoyment of the event audience».

van der Wagen L.

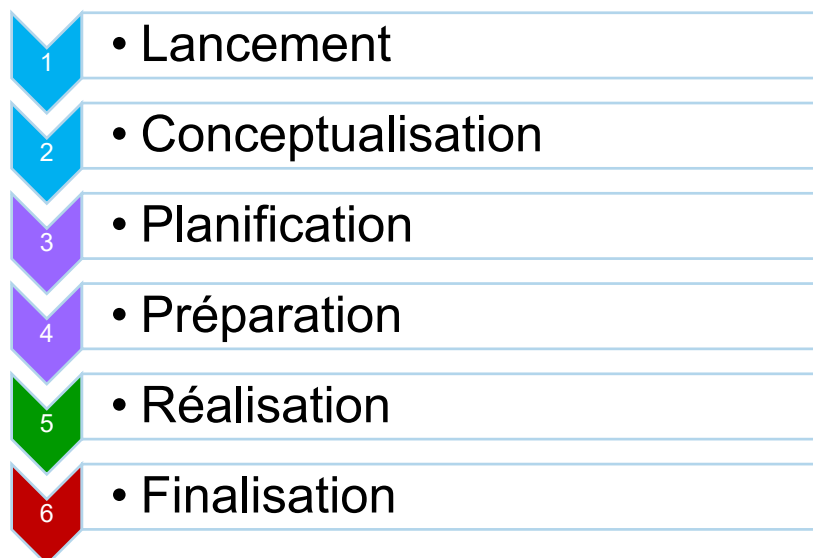
Caractéristiques d'un bon Event Manager:

- Savoir alterner entre management de projet et ressources humaines (Task & People Management)
- Être organisé et flexible
- Savoir gérer les priorités et les délais
- Savoir prendre des décisions

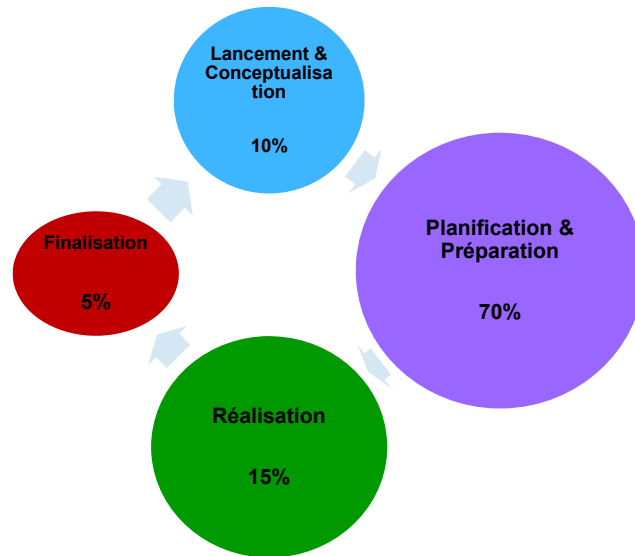
Event: les phases



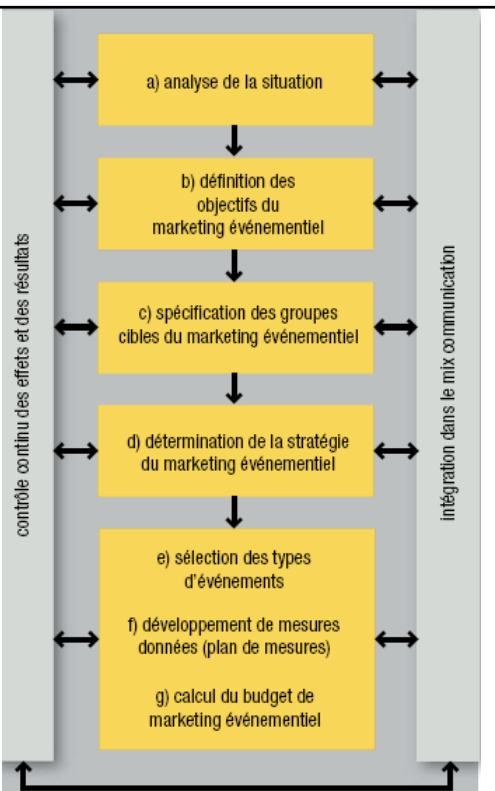
Event Management : les étapes



Cycle de projet événementiel



3.5 Gestion des événements



a) Analyse de la situation



- Comprendre la situation de départ et l'historique, se poser les bonnes questions avant de commencer:

- Qui organise?
- Qui sont les partenaires ou les prestataires?
- Qui a de l'expérience? Quelles organisations sont impliquées?
- Qui sont les participants, les spectateurs?
- Y'aura-t-il des medias?
- Y'a-t-il besoin d'un dispositif de sécurité?

b) Détermination des objectifs



Objectifs qualitatifs

- Améliorer l'image, notoriété de la marque
- Faire connaître l'offre
- Donner l'occasion de découvrir l'école
- Prouver les compétences
- Intégrer le style de vie des hôtes
- Fidéliser les clients
- Favoriser la collaboration avec d'autres groupes cibles
- Se démarquer de la concurrence

Objectifs quantitatifs

- Nombre de participants et de spectateurs
- Nombre de nouveaux clients et anciens fidélisés
- Nombre de compte rendus dans les medias
- Durée des contacts medias
- Durée de l'évent

c) Spécification des groupes cibles



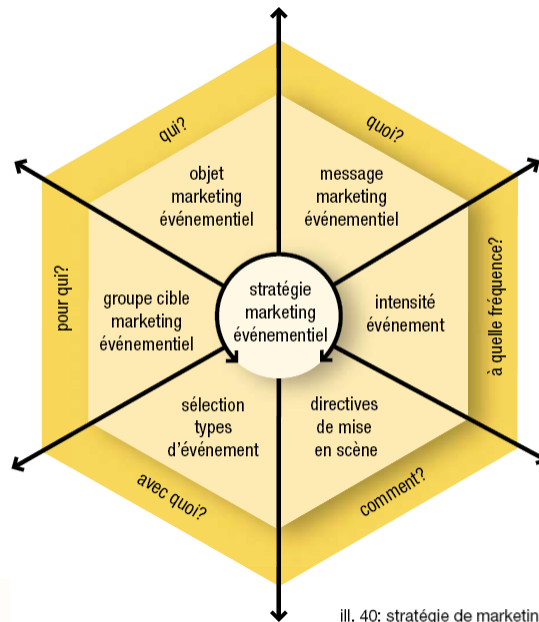
Groupes cibles:

- Participant et/ou Client
- Client final et/ou multiplicateur
- Groupes cibles primaires et secondaires
 - Pour une école de ski: tous les vacanciers = primaires et tous les partenaires = secondaires

Caractéristiques du public cible:

- Âge, sexe
- Fonction, profession
- Formation, éducation
- Religion, nationalité, appartenance culturelle
- Intérêt, motivation, rêve
- Besoins, mode de consommation, comportement

d) Détermination de la stratégie



ill. 40: stratégie de marketing événementiel (d'après Erber, 2002)

e) Sélection de types d'événements



Types d'événements classier par:

- Contenu : sportif, culturel, gastronomique
- Buts de communication: vente de produits, d'image
- Public cible: interne ou externe, ouvert à tous, sur invitation
- Motif, raison: lucratif ou non, public ou privé
- Durée: 1 soir, 1 jour, plusieurs jours, une semaine, unique ou répétitif
- Grandeur: régional, national, international, mega, major ou minor

Evénement pour une école de ski:



- Petits événements dans le cadre des cours:
 - Randonnées, pique-nique surprise, visite de snowli, marche des sorcières, carnaval
- Grands événements à l'école:
 - spectacle de sports de neige, compétition, descente aux flambeaux, fête, soirée, apéro, collaboration à des manifestations de la destination (avec OT)
- Manifestations internes:
 - ouverture et fin de saison, manifestation de team-building, fête anniversaire, visite d'une école, excursion en été

f) Mise sur pied des mesures



Programme & Mise en scène

- Pensé et planifié
- Alternance entre temps forts et moment de détente → dramaturgie
- Activation des 5 sens
- Participation active (interactivité)
- Adaptée au public cible et aux buts (fil rouge)

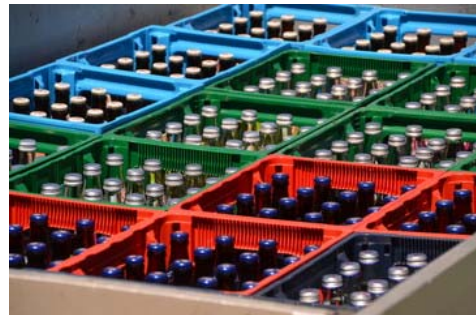
f) Mise sur pied des mesures



Planning

- Gestion de projet – Planification des étapes clés
- Planification des tâches du lancement à la finalisation
- Planification du déroulement, de la réalisation
- Planification de la logistique (matériel et infrastructure)

Logistique & Catering



f) Mise sur pied des mesures



Planification du personnel

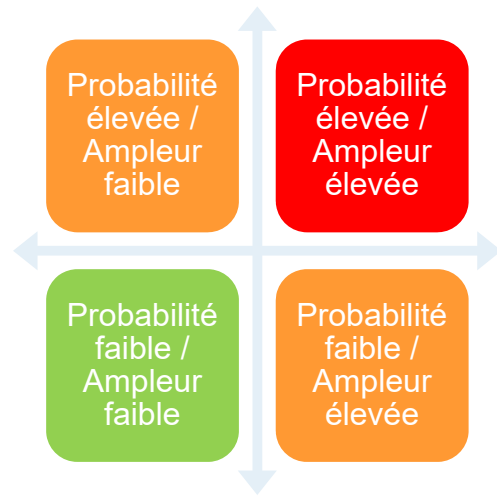
- Gestion du personnel avant et pendant l'événement
- Organigramme différent entre la phase de planification et de réalisation
- Plan d'engagement à établir en fonction de l'organigramme et des ressources nécessaires
- Gestion des bénévoles (respect, contreparties, motivation)
- Tâches, responsabilités et compétences clairement définies → cahier des charges + briefing

f) Mise sur pied des mesures



Analyse des risques

- Gestion des risques –
Planification de la sécurité
- Analyse préalable avec
mesures adéquates
- Bad risk management =>
crisis management!!!



f) Mise sur pied des mesures



Communication événementielle

- Avant l'événement
 - Choisir les bons canaux – les bons messages
 - Ciblé la communication en fonction du public cible
 - Collaboration
 - Relations publiques
- Durant la manifestation
 - Informations
 - Communication des partenaires
 - Conférence de presse ou gestion des médias

Communication événementielle

- Après l'événement
 - Remerciements
 - Récolte d'articles
 - Questionnaire de satisfaction
- **Qui informe qui, de quoi, quand et comment!!!**

g) Calcul financier



Budget

- Dépenses: fixes et variables
- Recettes: billetterie, finance d'inscription, ventes d'autres produits, merchandising, sponsoring
- Responsabilité et couverture en cas de déficit
- Assurance annulation ou remboursement

g) Calcul financier



Sponsoring

- Image et valeurs cohérentes entre les sponsors et l'événement
- Dossier de sponsoring complet, réaliste et personnalisé
- Prestations – Contreprestations: financières, en matériel ou service
- Respectez vos engagements envers un sponsor

Réalisation



Réalisation

- Supervision / Controlling
- Adaptations / Changements
- Relations publics et clients

Finalisation



Finalisation

- Démontage / rangement
- Analyse de satisfaction (clients et collaborateurs)
- Clôture du projet et des comptes

Conclusion

Avantages &
inconvénients
de l'événementiel



Avantages



- S'adresse à un public cible sélectionné
- Contact direct, personnel, physique, « face to face »
- Multi sensitif
- Eveille des émotions
- Suscite l'intérêt des médias
- ROI (Return on investment) élevé

Inconvénients



- Cher
- Coût de la main d'œuvre et intensivité du travail
- Seulement une chance de convaincre!
- Risque de décevoir
- Risques potentiels élevés (accident)
- Overkills (fortes concurrences, baisse de l'attractivité)



Liste de références

Armstrong, G. et Kotler, P. (2010). *Principes de marketing 10^e édition*. Paris: Pearson Education

Bruhn, M. (2009). *Marketing Grundlage für Studium und Praxis 9. Auflage*. Wiesbaden: Gabler Verlag

Holzbaur, U. (2005). *Eventmanagement 3. Auflage*. Berlin: Springer Verlag

Lomnitz, G. & Hansel, J. (2003). *Projektleiterpraxis 4. Auflage*. Berlin: Springer Verlag

Müller, S. & Steiner, J. (2010). *Sports de neige en Suisse. Volume 6/2010 Tourisme et loi*. Belp: Swiss Snowsports Association

Schäfer-Mehdi, S. (2009). *Event-Marketing 3. Auflage*. Berlin: Cornelsen Verlag

Van der Wagen, L. & White, L. (2010). *Events Management 4th edition*. Pearson

Photos:

Swiss-ski.ch

Skionline.ch

Skicm-cransmontana.ch

stmoritz2017.ch/

Olympic.org

Stock.adobe.com

