



CHÊF DE PROJETS ÉVÈNEMENTIELS

BLOC 1 - ÉLABORER LA RECOMMANDATION
ÉVÈNEMENTIELLE
FORMATION 100 % À DISTANCE

FORMATION EFFAD



Bienvenue !

Dans un monde professionnel où la mobilité, l'adaptabilité et la capacité à travailler à distance sont devenues la norme, nous avons conçu un programme 100 % à distance, rigoureux, interactif et orienté métier.

VOUS AVEZ CHOISI UN APPRENTISSAGE 100 % À DISTANCE

Flexibilité, expertise, autonomie : tout ce qu'il faut pour devenir un(e) chef(fe) de projet événementiel accompli(e) ! Pensée pour les actifs, les personnes en reconversion ou en reprise d'études, cette formation s'appuie sur des outils pédagogiques pertinents, des mises en pratique concrètes et un accompagnement structuré.

UN APPRENTISSAGE FLEXIBLE, MAIS JAMAIS ISOLÉ

Notre plateforme vous offre :

- Un accès illimité 7j/7 à plus de 250 pages de cours clairs et illustrés
- Des quiz, exercices corrigés, études de cas, podcasts et vidéos, pour rythmer votre progression
- Un forum d'échange pour garder le lien avec les formateurs et les autres apprenants

LA DISTANCE N'EST PAS UN FREIN. ELLE EST UNE FORCE

En suivant ce programme, vous développez des compétences qui sont aujourd'hui essentielles dans tous les métiers de l'événementiel : rigueur, gestion à distance, adaptabilité, autonomie, capacité à collaborer en ligne...

Vous devenez un(e) professionnel(le) de terrain, prêt(e) à relever les défis d'un secteur en constante évolution.

LE CHEF DE PROJETS ÉVÉNEMENTIELS

Responsable de projets et spécialiste de la création et l'organisation d'événements, le ou la chef, cheffe de projets événementiels est la clef de voute pour l'analyse, l'évaluation des besoins, le conseil, la proposition de solutions, l'accompagnement et la réalisation d'événements auprès d'entreprises, de collectivités territoriales, d'associations ou encore de particuliers.

Le ou la chef, cheffe de projets événementiels intervient principalement dans l'analyse stratégique des besoins d'un client, l'élaboration de recommandations (stratégique et créative), la production et le pilotage d'un projet, la coordination d'un événement et l'analyse des retombées post-événement.

PUBLIC

- Salariés
- Demandeurs d'emploi
- Personnes en reprise d'étude
- Reconversion professionnelle

DURÉE

La durée estimée de travail est de **270 heures**. Vous disposez de 6 mois pour effectuer votre formation dans son intégralité.

TARIF

2 000 €



Titre de niveau 6 "Chef de projets événementiels" certifié par
Groupe EFD / EFCDE

Titre RNCP 38023, enregistré le 20 septembre 2023.

MODALITÉS D'ACCÈS ET D'ADMISSION

Pour être admis(e) le, la candidat(e) devra satisfaire aux conditions suivantes :

- Être retenu pour un entretien suite à l'envoi de dossier de candidature
- Valider l'entretien de motivation pour le métier
- Valider les tests demandés par l'établissement

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES



- Formation 100 % à distance
- Formateur disponible par messagerie privée
- Plateforme accessible 7j/7
- Téléchargement des cours en version numérique
- Cours théoriques
- Liens vidéos
- Podcast
- Quiz et exercices corrigés
- + de 250 pages de cours sur ce bloc.

Les méthodes pédagogiques et modalités d'évaluation sont adaptables aux publics en situation de handicap.*

**contactez notre référent handicap pour de plus amples informations*

INFORMATIONS

- Pré-requis

L'accès au dispositif de certification concerne :

- les titulaires d'une certification de niveau 4
- les titulaires d'une certification de niveau 5
- les actifs en reconversion

- Délai d'accès :

Votre accès à la formation ne pourra se faire qu'après le délai légal de rétractation, à savoir 14 jours après validation de votre inscription.

- Outils indispensables

- Avoir un ordinateur permettant le travail en ligne.
- Une connexion internet

- Modalités de Financement:

- Autofinancement
- CPF
- France Travail
- Transition Pro
- OPCO ...

3 BLOCS DE LA CERTIFICATION



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Chaque bloc de compétences se valide de manière indépendante par des livrables.

LIVRABLES BLOC 1:

1. Sur la base d'un projet événementiel s'appuyant sur une demande réelle ou fictive, le candidat recueille des informations complémentaires utiles au projet suite aux réponses à un nombre déterminé de questions posées et reformule en détail le brief par écrit.
2. Sur la base d'un projet événementiel s'appuyant sur un appel d'offres fictif, le candidat rédige une recommandation stratégique et créative.
3. Présentation orale de la recommandation.

LES AUTRES LIVRABLES (HORS BLOC 1)

LIVRABLE BLOC 2:

Sur la base d'un projet d'organisation de salon professionnel sur un thème défini, le candidat rédige un dossier de suivi de production de l'événement.

LIVRABLES BLOC 3:

1. A partir du descriptif d'un événement ayant subi plusieurs situations chaotiques et d'échecs le jour J, le, la candidat.e analyse les actions menées, évalue leurs impacts et élabore des propositions qui auraient permis son bon déroulement.
2. A partir d'un projet d'organisation de séminaire, le candidat réalise les actions de clôture de l'événement et évalue les retombées et propose des préconisations futures.

L'ensemble corrigé et noté par un jury de professionnels.

Chaque bloc doit être validé par une note de 10/20 minimum.

La délivrance du titre est conditionnée à la validation des 3 blocs de compétences constitutifs de la certification. Aucun système de compensation entre les blocs ou unités d'enseignement n'est autorisé. Si un bloc présente une moyenne inférieure à 10 sur 20, le diplôme ne pourra être délivré, même si les autres blocs sont validés. Un rattrapage sera alors envisageable moyennant un forfait de 80€ / livrable à représenter.

PROGRAMME



MODULE INTRODUCTION : COMPRENDRE L'ÉCOSYSTÈME ÉVÈNEMENTIEL

1.A L'ÉVÈNEMENTIEL, POUR QUI, POUR QUOI ?

- De qui et de quoi parle-t-on ?
- L'évènementiel, un outil de communication « vivant », objectifs et enjeux
- Les étapes dans l'organisation d'un évènement

1.B LES ACTEURS DE L'ÉVÈNEMENTIEL

- Le métier de chef de projets évènementiels
- Les typologies d'agences évènementielles
- Les organismes représentant la filière évènementielle

1.C LE SECTEUR DE L'ÉVÈNEMENTIEL

- Marche et chiffres de l'évènementiel
- L'évènementiel transformé après la covid-19
- Évolution des compétences attendues

1.D LES ÉVÈNEMENTS PRIVÉS

- Qu'est-ce qu'un événement privé ?
- Les grandes catégories d'événements privés
- Focus : Le monde du mariage
- Les spécificités du métier de wedding planner
- Le wedding planning : une expertise
- complémentaire

1.D LES ÉVÈNEMENTS CORPORATE

- Le marché du M.I.C.E
- Les événements relevant du M.I.C.E
- Kick-off
- Lancement de produit
- Le roadshow
- Évènements presse
- Séminaire
- Team building
- Incentive
- City raid
- Petit déjeuner
- Soirée et cocktail d'entreprise
- Repas de fin d'année
- After work
- Workshop et meeting / réunion
- Congres, symposium et colloque
- Convention
- Participer à un salon

1.E TENDANCES ÉVÈNEMENTIELLES

- Veille et détection de tendances
- Mettre en place sa veille
- Zoom : les tendances évènementielles



MODULE : CONCEVOIR UN PROJET ÉVÈNEMENTIEL ET ÉLABORER LA RECOMMANDATION

2.A COMPRENDRE UNE MARQUE ET SES ENJEUX

- Les notions autour de la marque
- L'évènementiel au service de la marque
- Exemples de top et flop
- Construire l'avenir d'une marque
- Focus : le monde de l'influence

2.B RÉDIGER LE BRIEF ÉVÈNEMENTIEL

- 1er contact avec une entreprise cliente
- Focus : appel d'offres, fonctionnement et process
- Les étapes du brief à la recommandation
- Le brief
- Mener un entretien exploratoire
- Rédiger le brief évènementiel (en 4 parties)

2.C ANALYSER ET COMPRENDRE L'ENVIRONNEMENT D'UN PROJET

- Les outils d'analyse
- Réaliser une étude de marche
- Le benchmark
- Analyse PESTEL
- Analyse SWOT
- La note de synthèse

2.D DÉFINIR UN CONCEPT CRÉATIF

- La notion de concept
- Créer un concept étape par étape
- Brainstorming et mind mapping
- Formaliser son concept dans un mood board
- Le storytelling

- Le design thinking
- Ux évènementielle
- Le marketing expérientiel et sensoriel

2.E ÉBAUCHER L'ÉVÈNEMENT DANS TOUTES SES DIMENSIONS

- Rechercher et sélectionner des prestataires
- Les prestataires évènementiels
- Les typologies de lieux
- Repérages et bonnes questions
- Les lieux : organiser un espace
- Traiteur / catering
- Les prestataires techniques et logistiques
- Accueil, goodies et sécurité
- Dynamiser un évènement
- Devis et contractualisation avec un prestataire

2.F BUDGÉTISER UN ÉVÈNEMENT

- Révision des bases mathématiques utiles
- Terminologie
- La tva et ses implications dans un budget
- Structure d'un budget évènementiel
- Charges fixes et charges variables
- Modèles de collaboration avec une agence
- Taux de marge vs taux de marque
- Calcul du seuil de rentabilité

2.G RÉDIGER ET PRÉSENTER LA RECOMMANDATION

- De quoi parle-t-on ?
- Rédiger une recommandation
- Présenter votre recommandation
- Être convaincant

Lors d'un entretien exp...

Quelle est l'une des prin...

1ER CONTACT AVEC U...

FOCUS: APPEL D'OFFR...

PDF: Guide de l'annon...

LES ÉTAPES DU BRIEF...

LE BRIEF

PDF: Contenu d'un bri...

PDF: Exemple de cahier...

MENER UN ENTRETIEN...

PDF: Mener un rendez...

REDIGER LE BRIEF EVE...

REDIGER LE BRIEF EVE...

REDIGER LE BRIEF EVE...

REDIGER LE BRIEF EVE...

Quit / Qu'avi

Que signifie

Lors de la ré

Que retrouv

Lors d'un ap

Quels sont l

Quelle est l

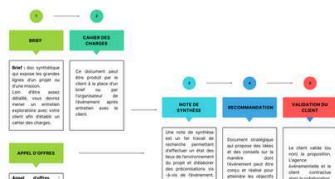
Lequel d

LES ÉTAPES DU BRIEF À LA RECOMMANDATION



Tout commence par la compréhension des besoins du client, la définition des axes stratégiques à adapter puis la proposition créative, et se termine par la signature d'un contrat pour lancer l'exécution du projet.

ORDRE ET RELATION ENTRE LES DIFFÉRENTS DOCUMENTS CLÉS



Artiste principal bloqué



Artiste principal bloqué dans les emb.
La tête d'affiche est coincée à 90 km/h.

Compétences clés	Auto-évaluation
Collecter et organiser les données issues des différentes étapes du projet, incluant : aspects logistiques, techniques, budgétaires, RH, publics, communication, etc.	Non acquis - En cours - Acquis - Maîtrisé
Réviser les retours d'expérience, questionnaires de satisfaction, évaluations RSE...	Non acquis - En cours - Acquis - Maîtrisé
Structurer un rapport de clôture clair et lisible.	Non acquis - En cours - Acquis - Maîtrisé
Adapter le ton et la présentation du rapport aux destinataires : clients, partenaires, équipe interne, financeurs, sponsors...	Non acquis - En cours - Acquis - Maîtrisé
Préparer un support de présentation pour un briefing collectif, en présentiel ou à distance (diaporama synthétique, infographie, mindmap...).	Non acquis - En cours - Acquis - Maîtrisé

Compétences transversales :

- Esprit de synthèse et rigueur dans la présentation des informations.
- Clarté dans la communication écrite et orale.
- Posture d'écoute et d'animation bienveillante lors du briefing.

Connaissances mobilisées (savoirs) :

- Méthodologie de rédaction d'un rapport de clôture événementiel.
- Indicateurs de performance et de qualité dans l'événementiel.
- Outils de présentation et animation de réunion à distance (Zoom, Teams, supports visuels...).
- Notions de gestion de projet en mode capitalisation.
- Techniques de conduite de réunion de bilan ou de retour d'expérience.



MODELES DE COLLABORATION

BUDGETISER UN ÉVÉNEMENT



Lorsque vous créez un budget pour un événement, une question essentielle se pose rapidement : Qui prend en charge les dépenses ? Au 30, c'est ce vous en tant qu'organisateur ou agence, qui prenez les prestations, ou soit ce le client (par exemple une entreprise comme Nu).

C'est une décision stratégique que va déterminer toute la structure de votre budget :

- À qui sont adressés les devis et les factures ?
- Qui signe les contrats avec les prestataires ?
- À quel moment la Tva passe-t-elle ?
- Pourquoi vous faire une charge sur certaines prestations ?

La réponse dépend du modèle de collaboration choisi entre le client et l'agence événementielle (nous) l'organisateur.

NETFLIX CONFIE À UNE AGENCE LE LANCEMENT DE LA SAISON 14 DE "STRANGER THINGS"



CHOISIR UN PERSONA

Réaliste et documenté !

REPLIR LA CARTE

Se poser les bonnes questions pour chaque come et n'omettre aucun jugement !

Posez des questions ouvertes : "Qu'est-ce qu'il ressent à ce moment-là ?" ; créez un climat d'écoute (pas de jugement, que de l'observation) et conduisez toujours sur : "Et donc... qu'est-ce qu'il pourrait faire pour lui ?"

NATURE DE L'ÉDITION / LE

rumors, lumières et odeurs
sur des 4 éléments, à vivre seul
tion et interaction.

QUE DONNERAIT UNE CARTE D'EMPATHIE POUR NOTRE PERSONA : UN MILLENNIAL DE NOTRE ÉTUDE DE CAS COACHELLA 2030 ?



2.D Définir un concept créatif

Dans un monde où l'événementiel est une expérience à part entière, la création d'un concept fort est essentielle pour marquer les esprits.

Ce module vous plonge au cœur du processus de création d'un concept événementiel. Pour illustrer chaque notion abordée, une étude de cas fictive servira de fil rouge tout au long de votre apprentissage : proposer le futur concept de l'édition 2030 du festival Coachella.

Nous commencerons par explorer la notion même de concept : ses composantes, ses leviers, et ce fameux twist créatif qui lui donne toute sa force. Nous verrons ensuite comment construire un concept pas à pas, à l'aide d'outils collaboratifs comme le brainstorming ou le mind mapping.

Nous poursuivrons avec la formalisation visuelle du concept à travers le mood board, avant d'aborder le storytelling : un levier puissant pour incarner une idée et mieux la transmettre. Vous apprendrez à construire un récit cohérent, à rédiger un slogan percutant, et à structurer votre message pour captiver votre audience.

Le module vous guidera également dans l'utilisation du design thinking, une méthode agile et centrée utilisateur, particulièrement efficace en événementiel. Nous verrons comment cette approche favorise l'innovation, en passant par ses cinq étapes clés adaptées à la conception d'expérience.

Enfin, nous explorerons les dimensions sensorielles et émotionnelles du concept à travers le marketing expérientiel, puis nous nous pencherons sur l'UX événementielle. Grâce à des outils comme l'Empathy Map ou l'Experience Map, vous apprendrez à penser un événement du point de vue des participants, pour créer un parcours immersif et engageant.

De l'inspiration à la structuration, ce module vous donnera toutes les clés pour imaginer et faire vivre un concept créatif fort, différenciant et porteur d'impact.

Mais avant toute chose, évaluons vos connaissances sur le sujet...

Démarrer le module

TRAVAIL PERSONNEL

Création de fiches d'identité des organismes et salons de la filière événementielle.

Prenez connaissance des sites internet mentionnés dans les deux chapitres précédents puis créez vous une fiche 'identité' de chacun de ces organismes, agences et salons : que sont-ils, que font-ils, quels sont les réseaux sociaux que je peux suivre, que connaissent-ils, quels sont les événements importants présentés / mis en avant, comment se distinguent-ils, quelle est leur histoire à un de leurs événements, etc ?

- Approfondir la connaissance du secteur / se familiariser avec les principaux acteurs de la filière événementielle et les événements phares du secteur.
- Développer des compétences de recherche / affiner vos capacités à trouver et synthétiser des informations pertinentes.
- Construire un réseau de ressources / commencer à établir votre propre réseau de veille et de ressources professionnelles.
- Se préparer à des opportunités / identifier des opportunités de participation, de réseautage ou d'apprentissage en lien avec votre formation.

POUR REPRODUIRE CETTE CARTE

langement de posture : on passe de "penser pour" à "penser avec" l'utilisateur !

DÉBOUCHÉS

L'activité de chef(fe) de projets évènementiels s'exerce en indépendant mais aussi en tant que salarié, et au sein :

- D'agences évènementielles
- De structures hôtelières
- De salles de réception
- D'agences de communication
- De collectivités territoriales et mairies
- D'associations sportives
- De musées ou lieux culturels
- De tour-opérateurs / tourisme d'affaires/ Agences Voyages groupes/ Incentives
- D'agences réceptives
- D'offices de tourisme (ayant un département MICE)
- De sociétés de production
- D'associations
- De fédérations sportives
- De structures publiques et parapubliques
- D'entreprises d'organisation et de salons, congrès et de manifestations professionnelles...
- De service culturel des organismes publics, parapublics, institutionnels, musées...
- En « implant » dans toute entreprise ayant un service « évènementiel ».

CONTACT



Téléphone : 09 53 04 96 44

Mail : secretariat@effad.fr

Standard ouvert:

Lundi et mercredi: 8h30-16h30

Mardi et jeudi: 8h30 - 12h

Adresse:

Zone de Fréjorgues Ouest

233 rue de Roland Garros

34130 Mauguio

