



CHÊF DE PROJETS ÉVÉNEMENTIELS

BLOC 3 - RÉALISER ET MESURER LES IMPACTS
DE L'ÉVÉNEMENT
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 100 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 **80 heures**. Vous disposez de 6 mois pour effectuer votre formation dans son intégralité.

TARIF

1 500 €



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 100 pages de cours et annexes 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 3:

- A partir du descriptif d'un évènement 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.
- A partir d'un projet d'organisation de séminaire, le candidat réalise les actions de clôture de l'évènement et évalue les retombées et propose des préconisations futures.

LES AUTRES LIVRABLES (HORS BLOC 1)

LIVRABLES BLOC 1:

1. Sur la base d'un projet évènementiel 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 évènementiel s'appuyant sur un appel d'offres fictif, le candidat rédige une recommandation stratégique et créative.
3. Présentation orale de la recommandation.

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'évènement.

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 : RÉALISER ET MESURER L'ÉVÈNEMENT

I. ASSURER L'ORGANISATION LOGISTIQUE DU JOUR J

- Le roadbook
- Management d'équipe
- Le jour J : comment ça se passe ?
- Accueil du public
- Imprévus et gestion du stress
- La gestion de crise

II. ÉVALUER LES PERFORMANCES DE L'ÉVÈNEMENT

- Retombées d'un événement
- Identifier les bons indicateurs (KPI)
- Les enquêtes de satisfaction
- Analyser les performances / R.O.I vs R.O.E
- Bilan interne et évaluation des prestataires
- RSE et événementiel, comment faire le bilan ?
- Les préconisations post-événement et rapport de clôture

LES PLUS DE LA FORMATION À DISTANCE

- Des quiz pour valider les acquis théoriques.
- Des exemples concrets.
- Des exercices à réaliser en totale autonomie avec un corrigé type à disposition pour parfaire votre pratique et préparer vos examens.
- Un livret de compétences afin d'auto-évaluer votre progression tout au long de votre formation, en valorisant vos acquis concrets.

TRAQUER UNE DEMANDE CLIENT



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

```

graph LR
    1[1. Appel d'offres] --> 2[2. Cahier des charges]
    2 --> 3[3. Brief]
    3 --> 4[4. Appel d'offres]
    4 --> 5[5. Appel d'offres]
    style 5 fill:#008000,color:#fff
  
```

BRIEF

Cahier des charges

Ce document peut être produit par le client à la place d'un brief ou par l'organisateur de l'événement après entretien avec le client.

APPEL D'OFFRES

[illegible]

Lorsque vous créez un budget pour un événement, une question essentielle se pose rapidement : Qui prend en charge les dépenses ? Avez-vous prévu de vendre des produits ou services sur place, d'obtenir des sponsors, de louer des espaces ? Si oui, comment allez-vous les intégrer au budget ?

C'est une histoire chrétienne, les va différents tous le stratus de votre budget.

- À qui sont adressés les droits et les factures ?
- Qui signe les contrats avec les prestataires ?
- À quel moment le Tach entre en jeu ?
- Pourquoi tout faire avec l'outil aux meilleures prestations ?

La ricerca illustra il modello di collaborazione (chi sono le parti e l'azione collaborativa) tra le imprese.



CHOISIR UN PERSONA
Réaliste et documenté !

Bibliography not displayed.

REEMPLIR LA CARTE

Se poser les bonnes questions

Se vanno le intenzioni, si

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

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 pourrions vivre 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 **TUX 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...

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 : qui sont-ils, que font-ils, quels sont les réseaux sociaux que je peux suivre, que contiennent-ils, quels sont les événements importants présentés / mis en avant, comment se distinguent-ils, puis-je m'inscrire 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

hangement de posture : on passe de "penser pour" à "penser avec" flûtiauteur."

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
❑ Résultats des 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, fournisseurs, sponsors.	Non acquis En cours Acquis Maîtrisé
❑ Préparer un support de présentation pour un debriefing collectif, en présentiel ou à distance (diaposlame synthétique, infographie,	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 débrief.

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.

NATURE DE L'ÉDITION / LE

ruines, 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 ?



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

