

Table des matières

Introduction.....	11
CHAPITRE 1 - Vous organisez un événement : quel est votre état d'esprit ?.....	17
1. Action	18
2. Anticipation	20
3. Adaptation	24
4. Connexion	25
5. Conviction.....	28
6. Professionnalisation	29
7. Célébration	30
CHAPITRE 2 - On ne peut pas ne pas avoir de stratégie de communication.....	33
1. L'illusion de l'iceberg	34
2. La stratégie : KISS	41
3. Le schéma de construction de la stratégie	44
4. La photographie de la situation	47
1. Quelle est la stratégie générale ?	48
2. Quelle est la concrétisation de la communication ?	53
5. Construire des objectifs stratégiques de communication	55
6. Décliner les objectifs stratégiques dans un plan de communication	57
1. Personnalité	59

2. Plan.....	59
3. Planning.....	64
4. Prix.....	65
7. Où sont les risques ? Partout !	70

CHAPITRE 3 - Pour qui organisez-vous cet événement ? 75

1. Qui sont vos participants ?	76
2. Que veulent vos participants ?	83
1. Surprenez votre cible : l'effet WOW	83
2. Développez une relation personnalisée : l'effet VIP.....	86
3. Montrez à votre cible à quel point elle compte pour vous : l'effet «I love you».....	89
3. L'indispensable briefing	91

CHAPITRE 4 - L'argent, une valeur parmi d'autres 97

1. Faut-il beaucoup d'argent pour organiser un événement ?.....	97
2. Vous n'aimez pas les chiffres ? Vous allez déguster	99
3. Vous organisez un événement gratuit ?	105
<i>Cas particulier : quand l'organisation d'événements est un activateur de formation professionnelle.....</i>	112

CHAPITRE 5 - Quelle date et quel lieu pour votre événement ? 115

1. Quel moment choisir pour votre événement ?	117
2. Quel lieu choisir pour votre événement ?	122
1. Quel lieu choisir ? Approche objective	123
2. Quel lieu choisir ? Approche subjective	129

CHAPITRE 6 - Votre implication dans l'événement : un peu ? beaucoup ? à la folie ? 133

1. Votre indispensable positionnement préalable	134
1. Vous gérez votre événement dans sa totalité en interne.....	134
2. Vous souhaitez que votre événement soit géré dans sa totalité par un fournisseur externe	135
3. L'organisation de votre événement est une combinaison de compétences internes et externes	135
2. Votre événement est unique : quelle organisation concrète du travail ?	138
1. L'omniscience de la vue hélicoptère	139
2. Ce relationnel qui fait toute la différence	148
<i>Cas particulier : votre stand dans un salon, ou quand vous décidez de déplacer votre show-room.....</i>	187
3. Votre événement tient compte de l'environnement	199
1. Votre événement s'inscrit dans une société dont vous intégrez, voire anticipez, l'évolution	199
2. Votre événement est-il durable ?	202

CHAPITRE 7 - Vos invités, faites-les participer ! 215

1. Participer, c'est-à-dire... ..	215
2. Quels conseils pour générer la participation ?	222
3. Quels outils au service d'une participation accrue ?	225

Conclusion 233