

CATALOGUE  
DES FORMATIONS  
↳ 2018-2019

### ↳ UNIMEV TRAINING ; LE CENTRE DE FORMATION DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENT EN FRANCE.

UNIMEV Training est un organisme de formation proposant une offre variée sur des thématiques au cœur de nos métiers. En veille permanente, l'Union forme sur les nouvelles réglementations en matière sociale, juridique, fiscale, les nouvelles normes, mais aussi les grandes tendances stratégiques dans l'évolution de nos événements.

- Des intervenants experts du secteur événementiel
- Des formats adaptés à vos besoins :
  - Formations en inter-entreprise à Paris et en région
  - Formations en intra-entreprise
  - Formations sur mesure
- Des formations participatives et conviviales
- La satisfaction de nos participants
- Une équipe dynamique et garante de la qualité de l'accueil et des formations

Nous restons à votre disposition :

Laura BEAUMONT - 01 53 90 20 16 - [l.beaumont@unimev.fr](mailto:l.beaumont@unimev.fr)

## SOMMAIRE

CODE	NOM DE LA FORMATION	DURÉE	PRIX*	PAGE
<b>1 – MAÎTRISER VOTRE ENVIRONNEMENT JURIDIQUE ET FISCAL</b>				
<b>SOC01</b>	Droit Social : maîtriser les nouvelles dispositions réglementaires et jurisprudentielles	1 jr	550,00€	<b>6</b>
<b>SOC02</b>	Professionnels de l'événement, organisateurs de foires, salons, congrès : optimiser votre pratique de la TVA!	1 jr	500,00€	<b>7</b>
<b>SÉCURITÉ DES SALARIÉS</b>				
<b>SES01</b>	Coordination générale de sécurité – Dirigeants	1 jr	500,00 €	<b>8</b>
<b>SES02</b>	Coordination générale de sécurité – Opérationnels	1 jr	500,00 €	<b>9</b>
<b>SES03</b>	Coordination des opérations des FSC (RCO)	5 jrs	Nous consulter	<b>10</b>
<b>SES04</b>	Sécurité des manifestations (révision du stage SES03)	2 jrs	1 000,00 €	<b>11</b>
<b>SES05</b>	Document unique	5 jrs	Nous consulter	<b>12</b>

CODE	NOM DE LA FORMATION	DURÉE	PRIX*	PAGE
<b>SÉCURITÉ DU PUBLIC</b>				
<b>SEP01</b>	Savoir effectuer une fouille complète	1/2 jr	300,00 €	<b>13</b>
<b>SEP02-04</b>	S.S.I.A.P. 1 / S.S.I.A.P. 2 / S.S.I.A.P. 3			<b>14-16</b>
<b>SEP05</b>	Sauveteur secouriste du travail – SST	12 h	Nous consulter	<b>17</b>
<b>SEP06</b>	Habilitation électrique - BO-HO-HOV	2 jrs	Nous consulter	<b>18</b>
<b>SÛRETÉ</b>				
<b>SUR01</b>	Gestion des envois et courriers piégés	1/2 jr	300,00 €	<b>19</b>
<b>SUR02</b>	Sensibilisation prévention des risques terroristes	1 jr	550,00 €	<b>20</b>
<b>SUR03</b>	Lever le doute sur un objet abandonné	1 jr	550,00 €	<b>21</b>
<b>SUR04</b>	Confiner un objet suspect	1 jr	550,00 €	<b>22</b>
<b>2 – CONCEVOIR ET VALORISER VOS ÉVÉNEMENTS MARKETING ET COMMUNICATION</b>				
<b>MKT01</b>	Concevoir, gérer et faire évoluer la marque de votre événement	1 jr	595,00 €	<b>24</b>
<b>MKT02</b>	Les étapes fondamentales d'un événement réussi	2 jrs	900,00 €	<b>25</b>
<b>MKT03</b>	Construire un plan de communication efficace pour votre événement	1,5 jr	695,00 €	<b>26</b>
<b>MKT04</b>	Optimiser ses relations média	2 jrs	900,00 €	<b>27</b>
<b>MKT05</b>	Sponsoring et partenariat, comment assurer la pérennité ?	2 jrs	900,00 €	<b>28</b>
<b>MKT06</b>	Comment stimuler sa créativité événementielle tout en restant pertinent ?	1,5 jr	695,00 €	<b>29</b>
<b>MKT07</b>	Le Social Selling pour les acteurs de l'événementiel	1 jr	590,00 €	<b>30</b>
<b>DÉVELOPPEMENT DURABLE</b>				
<b>DD01</b>	Exploiter le Calculateur de performance globale	1 jr	550,00 €	<b>31</b>
<b>DD02</b>	Responsabilité et durabilité appliquées aux métiers de l'événement	NOUVEAUTÉ 1 jr	550,00 €	<b>32</b>
<b>DD03</b>	RSE/DD : quoi de neuf en termes d'actualités et de réglementation	NOUVEAUTÉ 1 jr	550,00 €	<b>33</b>
<b>DD04</b>	Mise en place d'un système de management responsable : ISO 20121	6 jrs	4 500,00 €	<b>34</b>
<b>3 – DÉVELOPPER VOS TALENTS COMMERCIALISATION D'UN ÉVÉNEMENT</b>				
<b>TEC01</b>	Vendre et commercialiser un événement professionnel/grand public	NOUVEAUTÉ 2 jrs	900,00 €	<b>36</b>
<b>TEC02</b>	Négocier en face à face pour convaincre un exposant potentiel	2 jrs	900,00 €	<b>37</b>
<b>TEC03</b>	Prospecter l'exposant par téléphone	2 jrs	900,00 €	<b>38</b>
<b>TEC04</b>	Conseiller l'exposant pour optimiser son retour sur investissement	2 jrs	900,00 €	<b>39</b>
<b>TEC08</b>	Conclure vos ventes en situation difficile	2 jrs	1 000,00 €	<b>40</b>
<b>MANAGEMENT</b>				
<b>MAN01</b>	Constituer et diriger une équipe temporaire pendant une foire, un salon ou un congrès	2 jrs	900,00 €	<b>41</b>
<b>MAN02</b>	Manager l'équipe commerciale foire et salon	2 jrs	900,00 €	<b>42</b>
<b>MAN03</b>	Savoir manager au regard des contraintes en droit du travail	1 jr	550,00 €	<b>43</b>
<b>EXPRESSION ORALE</b>				
<b>EOR01</b>	Do you speak « event » ou comment communiquer en anglais sur votre événement	1 jr	450,00 €	<b>44</b>
<b>EOR02</b>	Prise de parole en public	2 jrs	990,00 €	<b>45</b>

\* Prix Adhérent par personne.

Organisme de formation  
référéncé sur DATADOCK



# BULLETIN D'INSCRIPTION

## AUX STAGES UNIMEV TRAINING

**Bulletin à photocopier et à retourner par mail à [I.beaumont@unimev.fr](mailto:I.beaumont@unimev.fr)**

Intitulé du stage de formation : .....

Votre société : .....

Nom, prénom et fonction du signataire de la convention : .....

Téléphone : ..... Mail : .....

Facturation du stage :

À l'entreprise

Adresse si différente : .....

À un OPCA

Précisez lequel : .....

### Participant(s) à la formation

**Nom**

**Prénom**

**Fonction**

**Mail**

1 .....

2 .....

3 .....

4 .....

5 .....

6 .....

↳ 1 - Maîtriser  
votre environnement

# 1 - Maîtriser votre environnement

Juridique et fiscal

## Droit Social: maîtriser les nouvelles dispositions réglementaires et jurisprudentielles

### OBJECTIFS

Maîtriser les nouvelles dispositions législatives.

### PROGRAMME

#### Lois et règlements

- Selon les actualités sociales et juridiques.

#### Jurisprudence

- Selon les actualités sociales et juridiques.

### CODE SOC01

#### Public

Directeurs des Ressources Humaines,  
Responsables des Ressources Humaines,  
Responsables du personnel.

#### Pré-requis

Avoir une expérience de gestion du personnel.

#### Options pédagogiques

Cas pratiques.

#### Durée

1 journée (7 heures)

#### Tarif inter par personne

Adhérent : 550 € HT

Non adhérent : 1 100 € HT

#### Tarif intra:

Nous consulter



**Géraldine FRANÇON**, Avocat au Barreau de Lyon  
Fondatrice et associée de FRANCEA AVOCATS - Droit  
Domaines d'intervention : conseil en droit du travail et de la sécurité sociale,  
gestion des contentieux sociaux.

**Sophie TRINCÉA**, Avocat au Barreau de Lyon  
Associée de TRINCEA AVOCATS - Droit Social  
Domaines d'intervention : conseil en droit du travail et de la sécurité sociale,  
gestion des contentieux sociaux.

*Les Formatrices :*



# 1 - Maîtriser votre environnement

Juridique et fiscal

## Professionnels de l'événement, organisateurs de foires, salons, congrès : optimiser votre pratique de la TVA !

### OBJECTIFS

Maîtriser la réglementation de la TVA et sa mise en œuvre dans le cadre de l'organisation d'un événement national ou international

### PROGRAMME

#### Réglementation et pratique : la TVA et l'activité d'organisation d'événements (événements professionnels et commerciaux)

- Champ d'application
- Territorialité
- Taux
- Fait générateur et exigibilité
- Déduction
- Forme des factures
- Organismes et participants étrangers

#### Cas pratique

- La déclaration de TVA de l'organisateur d'un événement

### CODE SOC02

#### Public

Directeurs administratif et financier,  
Collaborateurs du service comptables,  
Responsables commerciaux

#### Pré-requis

Connaissances comptables de base.

#### Durée

7 heures (1 jour)

#### Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT.  
Non adhérent : 1 000,00 € HT.

#### Tarif intra:

Nous consulter

*Le Formateur : Cyrille KONTER*

Directeur Général Adjoint - TÉVÉA INTERNATIONAL  
Société de représentation fiscale spécialisée sur les problématiques de TVA européenne pour une clientèle internationale - service de récupération de TVA - partenaire d'organismes de salons.



# 1 - Maîtriser votre environnement

## Sécurité des salariés

### Coordination générale de sécurité (à destination des dirigeants)

#### OBJECTIFS

Comprendre les enjeux de la prévention.  
Se repérer dans les principales obligations réglementaires.  
Analyser les responsabilités et les risques.

#### PROGRAMME

Objectif de la prévention

Présentation de la loi / contexte

Explication des rôles des différents acteurs (gestionnaires, organisateurs, exposants, prestataires)

Présentation du rôle du coordonnateur, responsabilité, coût

Présentation des obligations de l'organisateur / responsabilité

Relations avec les autorités administratives

Questions / Réponses

#### CODE SES01

##### Public

Dirigeants d'entreprises.

##### Durée

7 heures (1 jour)

##### Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT.  
Non adhérents : 1 000,00 € HT.

##### Tarif intra

Nous consulter

Le Formateur : **Martin JOUËT**

Directeur de DÖT  
Domaines d'intervention : Coordonnateur SPS.  
Application de la réglementation dans les foires et salons, les événements et pour des stands individuels (exposants). Interventions et conseils auprès de sites recevant des événements et des congrès.



# 1 - Maîtriser votre environnement

## Sécurité des salariés

### Coordination générale de sécurité (à destination des opérationnels)

#### OBJECTIFS

Comprendre les enjeux de la prévention.  
Se repérer dans les principales obligations réglementaires.  
Analyser les responsabilités et les risques.

#### PROGRAMME

Objectif de la prévention

Présentation de la loi / contexte

Explication des rôles des différents acteurs (gestionnaires, organisateurs, exposants, prestataires)

Présentation des obligations de l'organisateur : responsabilité

Présentation des informations à lui fournir et des documents à produire

Présentation des incidences sur la préparation, le montage et le démontage d'une manifestation

Présentation des incidences sur l'organisation « Terrain » et sur les budgets

Relations avec les autorités administratives

Questions / Réponses

#### CODE SES02

##### Public

Opérationnels (responsables techniques et commerciaux).

##### Durée

7 heures (1 jour)

##### Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT.  
Non adhérents : 1 000,00 € HT.

##### Tarif intra

Nous consulter

Le Formateur : **Martin JOUËT**

Directeur de DÖT  
Domaines d'intervention : Coordonnateur SPS.  
Application de la réglementation dans les foires et salons, les événements et pour des stands individuels (exposants). Interventions et conseils auprès de sites recevant des événements et des congrès.



# 1 - Maîtriser votre environnement

## Sécurité des salariés

### Coordination des opérations des FSC (RCO)

#### OBJECTIFS

S'approprier les aspects pratiques de la prévention des risques réglementaires à partir des décrets et de la charte professionnelle

#### PROGRAMME

##### 1<sup>er</sup> jour

Comprendre les enjeux de la prévention et l'importance de la gestion de la coactivité.

##### 2<sup>e</sup> jour

Gestion de la coactivité avec l'intervention du coordonnateur sécurité et protection de la santé dans le cadre de la loi du 31/12/1993 et de ses décrets.

##### 3<sup>e</sup> jour

Présenter la charte professionnelle visant à organiser l'hygiène et la sécurité des salariés en situation de coactivité pendant les opérations de montage et démontage des manifestations commerciales, identification des acteurs.

##### 4<sup>e</sup> jour

Analyse des risques, la coordination simplifiée, la coordination renforcée.

##### 5<sup>e</sup> jour

Mise en application à partir d'exemple d'opération, ateliers d'analyse des situations rencontrées, synthèse et évaluation.

#### CODE SES03

##### Public

Tout intervenant en responsabilité dans le montage, démontage, la gestion des installations lors de manifestations ou coordonnateur SPS de niveau 2.

##### Pré-requis

Pratique et missions exercées en responsabilité dans les foires, salons, congrès et événements.

##### Options pédagogiques

Diaporamas, études de cas et documents, photos et vidéos de chantier de montage ou démontage (visite si possible).

##### Durée

5 jours (35 heures)

##### Tarif

Nous consulter



**Martin JOUËT** - Directeur de DÔT - Coordonnateur SPS.

Application de la réglementation dans les foires et salons, les événements et pour des stands individuels (exposants). Interventions et conseils auprès de sites recevant des événements et des congrès

**Guy-Bernard BUSSON** - Depuis 2008, Consultant.

Formateur depuis 1996, Coordination Sécurité et Protection de la Santé, Management de projets, Sécurité et responsabilité des participants à l'acte de construire.

*Les Formateurs :*



# 1 - Maîtriser votre environnement

## Sécurité des salariés

### Sécurité des manifestations (révision du stage SES03)

#### OBJECTIFS

S'assurer de la bonne mise en applications des principes de la charte professionnelle et de la conformité réglementaire des actions engagées.

#### PROGRAMME

##### 1<sup>er</sup> jour

Vérifier que les missions exercées comme RCO (Responsable de la Coordination des Opérations) et que les documents utilisés sont conformes à la réglementation et aux principes de la charte professionnelle.

##### 2<sup>nd</sup> jour

À partir de l'expérience acquise et des cas pratiques rencontrés, améliorer les outils utilisés et échanger les vécus des RCO pour augmenter son efficacité.

#### CODE SES04

##### Public

Tout intervenant en responsabilité dans le montage, démontage, la gestion des installations lors de manifestations ou coordonnateur SPS de niveau 2, ayant suivi la formation initiale de 5 jours « Coordination des opérations des FSC ».

##### Pré-requis

Attestation de suivi du stage formation sécurité RCO

##### Options pédagogiques

Diaporamas, études de cas et documents, photos et vidéos de chantier de montage ou démontage.

##### Durée

2 jours (14 heures)

##### Tarif inter par personne

Adhérent : 1 000,00 € HT.

Non adhérents : 2 000,00 € HT.

##### Tarif intra

Nous consulter



**Martin JOUËT** - Directeur de DÔT - Coordonnateur SPS.

Application de la réglementation dans les foires et salons, les événements et pour des stands individuels (exposants). Interventions et conseils auprès de sites recevant des événements et des congrès

**Guy-Bernard BUSSON** - Depuis 2008, Consultant.

Formateur depuis 1996, Coordination Sécurité et Protection de la Santé, Management de projets, Sécurité et responsabilité des participants à l'acte de construire.

*Les Formateurs :*



# 1 – Maîtriser votre environnement

## Sécurité des salariés

### Document unique

#### OBJECTIFS

Former des personnels désignés à la création et au suivi du document unique afin de lister et hiérarchiser les risques pouvant nuire à la sécurité de tout salarié et de préconiser des actions visant à les réduire voire à les supprimer.

#### PROGRAMME

Risques et dangers dans l'entreprise / réglementations

Accidents du travail / maladies professionnelles –  
Conséquences – Arbre des causes

Les acteurs du document unique (CHSCT – Responsable  
sécurité – Responsable d'établissement – les salariés)

Être capable de mener à bien un audit sécurité dans les unités  
de travail de l'entreprise en prenant en compte chaque poste  
et avec les salariés – Recueil des informations

Analyse et classement des informations recueillies

Créer son outil de gestion des informations - Faire le point  
sur l'existant et en dégager les points faibles et/ou non-  
conformités: étude de l'établissement

Création du document unique et gestion des priorités d'actions  
de prévention et de prévision

Préparation du Plan d'action

Valider le plan d'action avec les différents acteurs

#### CODE SESOS

##### Public

Personnel non électricien appelé à effectuer des travaux d'ordre non électrique dans les locaux d'accès réservés aux électriciens ou au voisinage de circuits électriques sous tension préalablement formé.

##### Pré-requis

Le ou les salariés désignés doivent avoir une disponibilité suffisante pour assumer les réévaluations régulières du document unique (au moins une fois par an) et à chaque fois qu'une unité de travail a été modifiée.  
SST en cours de validité.

##### Durée

5 jours (35 heures)

##### Tarif

Nous consulter

Organisme de formation :



# 1 - Maîtriser votre environnement

Sécurité du public

## Savoir effectuer une fouille complète

### OBJECTIFS

Savoir effectuer une fouille totale et méthodique d'un bâtiment suite à la réception d'une alerte à la bombe

### PROGRAMME

#### Séquence 1: pourquoi fouiller et concevoir une opération

- Identifier le juste besoin
- Définir le périmètre d'application de la procédure
- Savoir interviewer les personnels concernés
- Identifier des moyens non spécifiques à disposition pouvant concourir à la mission

#### Séquence 2: méthode de fouille d'un bâtiment

- Rôles de chacun
- Quoi observer, que rechercher
- Savoir découper une pièce en 3 volumes
- Savoir diriger les responsables de zones

#### Séquence 3: exercices pratiques

### CODE SEP01

#### Public

Tout salarié d'une entreprise

#### Pré-requis

Aucun

#### Options pédagogiques

Ordinateur  
Vidéoprojecteur  
Miroir de recherche

#### Durée

1/2 journée (4 heures)

#### Tarif inter par personne

Adhérent : 300,00 € HT.  
Non adhérent : 600,00 € HT.

#### Tarif intra

Nous consulter

### Le Formateur : *Heiko DETHIER*

Fondateur et Président de FAE SAS.  
Ancien officier plongeur démineur puis chef de la division technique,  
opérationnelle et de la formation du service du déminage du Ministère de l'Intérieur.  
Expert en prévention des risques terroristes et asymétriques.

Domaines d'intervention : Sûreté, Sécurité, Prévention des actes terroristes et menaces asymétriques et  
Conseils pour la sécurisation de salons, d'enceintes sportives, d'événements ou foires internationales



# 1 - Maîtriser votre environnement

## Sécurité du public

### S.S.I.A.P. 1

(Agent de service de sécurité incendie et d'assistance à personnes)

#### OBJECTIFS

Permettre au stagiaire d'acquérir les compétences nécessaires aux fonctions d'agent de sécurité incendie.

#### PROGRAMME

##### Le feu et ses conséquences

- Le feu
- Comportement au feu

##### Sécurité incendie

- Principes de classement des établissements
- Fondamentaux et principes généraux de sécurité incendie
- Desserte des bâtiments
- Cloisonnement d'isolation des risques
- Évacuation du public et des occupants
- Désenfumage
- Éclairage de sécurité
- Présentation des différents moyens de secours

##### Installations techniques

- Installations électriques
- Ascenseurs et nacelles
- Installations fixes d'extinction automatique
- Colonnes sèches et humides
- Système de sécurité incendie

##### Rôles et missions des agents de sécurité incendie

- Le service de sécurité
- Présentation des consignes de sécurité et main courante
- Poste de sécurité
- Rondes de sécurité et surveillance des travaux
- Mise en œuvre des moyens d'extinction
- Appel et réception des services publics de secours
- Sensibilisation des occupants

##### Concrétisation des acquis

- Visites applicatives
- Mises en situation d'intervention

#### CODE SEPO2

##### Pré-requis

Aptitude médicale (certificat de moins de 3 mois).  
Évaluation de la capacité à retranscrire des anomalies sur une main courante.  
SST en cours de validité.

##### Durée

75 heures

##### Tarif

Nous consulter

Organisme de formation :



# 1 - Maîtriser votre environnement

## Sécurité du public

### S.S.I.A.P. 2

(Chef d'équipe/service de sécurité incendie et d'assistance à personnes)

#### OBJECTIFS

Permettre au stagiaire de compléter ses connaissances en matière de réglementation, d'acquérir les compétences nécessaires aux fonctions d'un chef d'équipe.

#### PROGRAMME

##### Rôles et missions du chef d'équipe

- Gestion et management de l'équipe de sécurité
- Organisation d'une séance de formation
- Gestion des conflits
- Évaluation de l'équipe
- Information de la hiérarchie
- Application des consignes de sécurité
- Gestion des incidents techniques
- Délivrance du permis de feu

##### Manipulation du système de sécurité incendie

- Système de détection incendie
- Système de mise en sécurité incendie
- Installations fixes d'extinction automatique

##### Hygiène et sécurité du travail en matière de sécurité incendie

- Réglementation code du travail
- Commission de sécurité et commission d'accessibilité

##### Chef du poste central de sécurité en situation de crise

- Gestion du poste central de sécurité
- Conseils techniques aux services de secours

#### CODE SEPO3

##### Pré-requis:

Être titulaire du SSIAP 1 ou équivalent.  
Avoir exercé l'emploi d'agent de sécurité incendie, au moins 1607 heures sur les 24 derniers mois.  
Aptitude médicale (certificat de moins de 3 mois).  
SST, PSCI ou PSE1 en cours de validité.  
Habilitation électrique HO-B0 (pré-requis à l'emploi).

##### Durée

77 heures

##### Tarif

Nous consulter

Organisme de formation :



# 1 – Maîtriser votre environnement

## Sécurité du public

### S.S.I.A.P. 3

(Agent de service de sécurité incendie et d'assistance à personnes)

#### OBJECTIFS

Permettre au stagiaire de compléter ses connaissances en matière de réglementation, d'acquérir les compétences nécessaires aux fonctions d'un chef de service.

#### PROGRAMME

##### Le feu et ses conséquences

- Le feu - Comportement au feu - Mise en œuvre des moyens d'extinction

##### La sécurité incendie et les bâtiments

- Matériaux de construction - Étude de plan - Outils d'analyse

##### La réglementation incendie

- Organisation générale de la réglementation
- Classement des bâtiments - Dispositions constructives et techniques
- Moyens de secours
- Visites
- Notions relatives à l'accessibilités des personnes handicapées

##### Gestion des risques

- Analyser les risques
- Réalisation des travaux de sécurité
- Documents administratifs

##### Conseils au chef d'établissement

- Information de la hiérarchie
- Veille réglementaire

##### Correspondant des commissions de sécurité

##### Management de l'équipe de sécurité

- Organiser le service
- Exercer la fonction d'encadrement
- Notion du droit du travail

##### Le budget du service sécurité

- Suivi budgétaire du service
- Fonction d'achat
- Fonction maintenance

#### CODE SEPO4

##### Pré-requis

Aptitude médicale (certificat de moins de 3 mois).

Évaluation de la capacité à retranscrire des anomalies sur une main courante.

SST en cours de validité.

##### Durée

224 heures

##### Tarif

Nous consulter

Organisme de formation :



# 1 - Maîtriser votre environnement

Sécurité du public

## Sauveteur secouriste du travail SST

### OBJECTIFS

Apprendre au personnel la conduite à tenir devant une victime en attendant l'arrivée des secours.

### PROGRAMME

**Situer le cadre juridique de son intervention**

**Situer le SST dans l'organisation de la prévention**

**Contribuer à la mise en œuvre d'action de prévention**

**Réaliser une protection adaptée**

**Examiner la (les) victime(s)**

**Faire alerter ou alerter**

**Secourir :**

- Saignements et plaies
- Accidents du squelette
- Brûlures
- Accidents divers
- Inconsciences avec ou sans respiration et circulation

**Utilisation du défibrillateur**

### CODE SEPO5

#### Pré-requis

Aucun

#### Moyens pédagogiques

Formation essentiellement pratique avec utilisation de moyens pédagogiques reconnus et éprouvés : mannequins (adultes, enfants, bébé), défibrillateur, maquillage et outils de simulation.

#### Sanction

Certificat de sauveteur secouriste du travail délivré par la caisse régionale d'assurance maladie.

#### Durée

12 heures

#### Tarif

Nous consulter

Organisme de formation :



### Habilitation électrique (BO-HO-HOV)

#### OBJECTIFS

Sensibiliser les participants aux dangers du courant électrique ; connaître les dangers de l'électricité et être capable de mettre en œuvre les méthodes et procédures permettant d'effectuer des opérations d'ordre non électrique à proximité d'installations électriques dans les meilleures conditions de sécurité.

#### PROGRAMME

##### Notions élémentaires d'électricité

- Qu'est-ce que le courant électrique ?
- Propriétés et grandeurs électriques : intensité, tension et résistance

##### Le risque électrique

- Les causes d'accidents d'origine électrique
- Les effets physiopathologiques du courant électrique

##### La prévention du risque électrique

- Comment se protéger des contacts directs et contacts indirects ?
- Conduite à tenir en cas d'incident ou d'accident d'origine électrique

##### Les prescriptions de la sécurité électrique

- Généralités et nécessité d'une habilitation
- Domaines de tension
- Définitions des distances et des zones de sécurité

##### Travaux hors tension

- Principes fondamentaux de la consignation électrique
- Équipements de protection, matériels et outillages électriques
- Cas particulier de la haute tension

##### Travaux d'ordre non électrique à proximité d'installations sous tension

- Présentation des équipements électriques
- Visite d'un site
- Revue des dangers

#### CODE SEPO6

##### Public

Personnel non électricien appelé à effectuer des travaux d'ordre non électrique dans les locaux d'accès réservés aux électriciens ou au voisinage de circuits électriques sous tension.

##### Sanction

Délivrance d'une attestation de formation permettant à l'employeur de délivrer le titre d'habilitation correspondant.

##### Durée

2 jours (14 heures)

##### Tarif

Nous consulter

Organisme de formation :



# 1 - Maîtriser votre environnement

Sûreté

## Gestion des envois et courriers piégés

### OBJECTIFS

Sensibiliser les salariés des services courriers des entreprises sur la problématique des envois et courriers piégés. Savoir intervenir sur ce type d'envois et prendre les mesures adaptées.

### PROGRAMME

#### Séquence 1: généralités

- Introduction
- Bref historique des courriers et envois piégés
- Quelles cibles ?
- Les créneaux favorables

#### Séquence 2: composition d'un envoi ou courrier piégé

- Les familles d'envois (A/B)
- Les agents NRBC-E dans un envoi ou courrier piégé
- Étude de cas réels

#### Séquence 3: le scan courrier ou RX sur colis

- Détecter un envoi ou courrier douteux
- Que rechercher sur une radiographie ?

#### Séquence 4: Réactions face à un envoi ou un courrier douteux

- Isoler l'engin de son environnement
- Le confiner (enceinte manufacturée ou improvisée - pneu, coffre-fort, ...)
- Qui et comment prévenir ?
- Mettre en sécurité le personnel

### CODE SURO1

#### Public

Tout salarié d'une entreprise

#### Options pédagogiques

Ordinateur  
Vidéoprojecteur  
Courriers piégés factices  
Scan courrier (démonstration)

#### Pré-requis

Aucun (toutefois le module COS peut être intéressant à posséder)

#### Durée

1/2 journée (4 heures)

#### Tarif inter par personne

Adhérent : 300,00 € HT.  
Non adhérent : 600,00 € HT.

#### Tarif intra:

Nous consulter

Le Formateur : *Heiko DETHIER*

Fondateur et Président de FAE SAS.  
Ancien officier plongeur démineur puis chef de la division technique,  
opérationnelle et de la formation du service du déminage du Ministère de l'Intérieur.  
Expert en prévention des risques terroristes et asymétriques.

Domaines d'intervention : Sûreté, Sécurité, Prévention des actes terroristes et menaces asymétriques et  
Conseils pour la sécurisation de salons, d'enceintes sportives, d'événements ou foires internationales



# 1 - Maîtriser votre environnement

Sûreté

## Sensibilisation prévention des risques terroristes

### OBJECTIFS

Sensibiliser les travailleurs sur le terrorisme par engins piégés NRBC-E. Donner aux travailleurs les clés permettant de prévenir tout acte malveillant dans l'entreprise ou dans son périmètre immédiat.

### PROGRAMME

#### Séquence 1: Comprendre

- Histoire du terrorisme
- Généralités sur les méthodes
- Généralités sur les tactiques
- La « menace » moderne
- Les attentats suicides
- Les méthodes asymétriques (armes à feu, avec véhicule, ...)
- Les récents événements (milieu hôtelier, événementiel, entreprise, ...)

#### Séquence 2: Connaître

- L'explosion et ses effets
- Les explosifs et agents NRBC
- Les armes à feu,

#### Séquence 3: Réagir « Run Hide Fight »

- Prévenir, alerter
- Se cacher
- Combattre
- Le téléphone portable
- Les forces de l'ordre, la Reprise de Vive Force

#### Séquence 4: La gestion de crise

- Plans d'actions
- Prévention
- En France
- A l'étranger

### CODE SURO2

#### Public

Tout salarié d'une entreprise

#### Pré-requis

Aucun

#### Options pédagogiques

Cas concrets

#### Durée

1 journée (7 heures)

#### Tarif inter par personne

Adhérent : 550,00 € HT.

Non adhérent : 1 100,00 € HT.

#### Tarif intra:

Nous consulter

Le Formateur : *Heiko DETHIER*

Fondateur et Président de FAE SAS.

Ancien officier plongeur démineur puis chef de la division technique, opérationnelle et de la formation du service du déminage du Ministère de l'Intérieur.

Expert en prévention des risques terroristes et asymétriques.

Domaines d'intervention : Sûreté, Sécurité, Prévention des actes terroristes et menaces asymétriques et Conseils pour la sécurisation de salons, d'enceintes sportives, d'événements ou foires internationales



# 1 – Maîtriser votre environnement

Sûreté

## Lever de doute sur un objet abandonné

### OBJECTIFS

Présenter les outils et les procédures pour lever le doute sur la dangerosité d'un bagage abandonné. Étude de cas concrets au travers d'exercices pratiques.

### PROGRAMME

#### Séquence 1: le lever de doute

- Pourquoi lever le doute ?
- Le lever de doute : méthode et procédure

#### Séquence 2: les moyens existants

- Nucléaire / Radiologique (rayonnement  $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , X, n)
- Biologique
- Chimique
- Explosifs

#### Séquence 3: information sur le rayonnement ionisant, le CAMARI et les clichés radiologiques

- Le but des rayons X
- Lire un cliché – que rechercher ?

#### Séquence 4: les objets suspects

- Généralités sur la composition d'un engin, colis ou courrier piégé
- Étude de quelques cas réels

#### Séquence 4: lever le doute et doute avéré

- Approche, observer et observer l'environnement pour optimiser l'évacuation
- Prises de renseignements pour le retour d'expérience
- Qui prévenir ?
- Confiner l'objet pour préparer l'intervention des services de l'état
- Qui prévenir ?

### CODE SURO3

#### Public

Tout salarié d'une entreprise

#### Pré-requis

Module CRT

#### Options pédagogiques

Exercices pratiques

#### Durée

1 journée (7 heures)

#### Tarif inter par personne

Adhérent : 550,00 € HT.  
Non adhérent : 1 100,00 € HT.

#### Tarif intra:

Nous consulter

Le Formateur : *Heiko DETHIER*

Fondateur et Président de FAE SAS.  
Ancien officier plongeur démineur puis chef de la division technique, opérationnelle et de la formation du service du déminage du Ministère de l'Intérieur.  
Expert en prévention des risques terroristes et asymétriques.

Domaines d'intervention : Sûreté, Sécurité, Prévention des actes terroristes et menaces asymétriques et Conseils pour la sécurisation de salons, d'enceintes sportives, d'événements ou foires internationales



# 1 - Maîtriser votre environnement

Sûreté

## Confiner un objet suspect

### OBJECTIFS

Présenter les outils et méthodes pour confiner un objet suspect. Savoir calculer les zones de danger. Savoir utiliser et exploiter l'environnement pour protéger les personnes et le patrimoine immobilier.

### PROGRAMME

#### Séquence 1: rappels sur les effets des explosions et engins NRBC

- La fragmentation
- L'onde de choc
- Thermique
- Diffusion agents NRBC

#### Séquence 2: évaluer les caractéristiques d'un engin suspect

- Calculer un volume
- Estimer un poids de charge

#### Séquence 3: évacuer la surpression et canaliser le blast

- Savoir observer l'environnement
- Utiliser les structures des locaux environnants
- Collaborer avec les services de sécurité de l'entreprise

#### Séquence 4: effectuer un confinement

- Choisir le moyen adapté
- Mettre en place le moyen de confinement
- Établir les règles de circulation autour du moyen de confinement
- Baliser le chemin d'accès et les zones de danger
- Mettre en sécurité les personnels environnants

### CODE SURO4

#### Public

Tout salarié d'une entreprise

#### Pré-requis

Module SURO3

#### Options pédagogiques

Ordinateur  
Vidéoprojecteur  
Enceinte de confinement

#### Durée

1 jour (7 heures)

#### Tarif inter par personne

Adhérent : 550,00 € HT.  
Non adhérent : 1 100,00 € HT.

#### Tarif intra:

Nous consulter

### Le Formateur : Heiko DETHIER

Fondateur et Président de FAE SAS.  
Ancien officier plongeur démineur puis chef de la division technique, opérationnelle et de la formation du service du déminage du Ministère de l'Intérieur.  
Expert en prévention des risques terroristes et asymétriques.  
Domaines d'intervention : Sûreté, Sécurité, Prévention des actes terroristes et menaces asymétriques et Conseils pour la sécurisation de salons, d'enceintes sportives, d'événements ou foires internationales



↳ 2 - Concevoir et valoriser vos événements

# 2 - Concevoir et valoriser vos événements

## Marketing et Communication

### Concevoir, gérer et faire évoluer la marque de votre événement

#### OBJECTIFS

Concevoir, gérer et faire évoluer la marque de l'événement grâce au digital.  
Faire vivre et fédérer autour de la marque événement.  
Pourquoi ? Comment ? Quels enjeux des médias sociaux ?

#### PROGRAMME

##### La marque événement : des grands médias aux médias tactiques

- Stratégie de mix communication : la marque événement 360°
- L'enjeu de la construction d'une communauté et de l'e-réputation de la marque ou l'événement
- Événement et stratégie Web : un mix vital et moteur pour la marque événement !
- Web social : nouveaux usages, comportements et impacts sur les marques
- De la participation à l'engagement des publics
- « Relations publiques » : des RP au e-RP

##### Stratégie de brand content, communauté et opérations digitales

- L'écosystème digital et ses opportunités pour les marques événement
- Quels contenus et ligne éditoriale construire autour de l'événement ?
- Comment créer et entretenir une communauté ?
- Quelle gestion des blogueurs et influenceurs ?
- le Live, nouvel outil de communication de la marque au delà de l'événement
- Les nouveaux formats (vidéos 360°, Réalité augmentée ou virtuelle)

##### Investissement et mesure de l'impact de son opération de communication

- Quelles ressources logistiques, techniques et humaines à mettre en œuvre ?
- Les nouveaux KPI de l'organisateur d'événements
- Les bénéfices à long terme de son investissement
- Mesure de la valorisation de la marque événement

#### CODE MKT01

##### Public

Cadres, responsables et collaborateurs impliqués dans la stratégie, le développement, le marketing et la communication des entreprises de la filière événementielle.

##### Options pédagogiques

Mise en contexte marketing, méthodologies et études de cas pratiques.

##### Durée

7 heures (1 jour)

##### Tarif inter par personne

Adhérent : 595,00 € HT.  
Non adhérent : 1 190,00 € HT.

##### Tarif intra

Nous consulter

#### Le Formateur: Vincent LUMARET

Vincent Lumaret est le président et co-fondateur de l'Agence Digitale Indigo, de La Team Digitale spécialisée dans la communication digitale événementielle et de Wescope TV spécialisée dans le social Live streaming. Stratégiste Social Medias et spécialiste des dispositifs digitaux, il accompagne chaque jour les marques, les événements et les entreprises à s'émanciper sur les réseaux sociaux.



# 2 - Concevoir et valoriser vos événements

## Marketing et Communication

### Les étapes fondamentales d'un événement réussi

#### OBJECTIFS

Maîtriser les outils et les processus pour réussir son événement.

#### PROGRAMME

##### Connaître ses cibles et maîtriser son écosystème pour mieux adapter son événement.

- Cas pratique : chaque participant réalisera son propre écosystème

##### Planifier et anticiper

- Exemples de bons outils et tableaux de bords

##### Fédérer autour du projet

- Cas pratique : travail en groupes pour trouver des idées originales afin de fédérer les départements transverses internes à l'entreprise

##### Trouver les bons relais, partenaires, ambassadeurs

- Cas pratique : étude d'un cas proposé par un participant

##### Commercialiser

- Cas pratique : Exemples d'outils de commercialisation et de tableaux de bord

##### Communiquer, en interne, en externe, auprès de différentes cibles clients

- Cas pratique : étude d'un cas et rédaction d'une courte e-news

##### Préparer la mise en place et le déroulé sur site

- Exemples de brief écrit avant événement

##### Assurer le suivi post événement

- Exemple de plan d'action de suivi post-event

#### CODE MKT02

##### Public

Dirigeants, responsables de projet, responsables marketing et communication, toute personne amenée à organiser un événement.

Profils : Organisateur d'événements.

##### Démarche pédagogique

Alternance de théorie et de cas pratiques pour chaque chapitre.

Un questionnaire sera envoyé en amont pour mieux comprendre les attentes des participants.

##### Durée

14 heures (2 jours)

##### Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1800,00 € HT.

##### Tarif intra

Nous consulter

#### La Formatrice : *Dorothee GRICOURT*

Dorothee Gricourt, fondatrice de Next Step Consulting - cabinet de conseil en événementiel - a plus de 20 ans d'expérience en marketing et communication multi secteurs, dont 12 ans d'expérience en tant que directrice marketing et communication sur des salons de grande envergure à dimension internationale (Equip'Hôtel, SIAL Group - Paris, Pékin, Abu Dhabi, Montréal, Toronto, Sao Paulo, Jakarta, Manille). Ses clients sont entre autres les grands organisateurs d'événements à Paris et à Montpellier. Elle enseigne également à Sup de Com Montpellier.



# 2 - Concevoir et valoriser vos événements

Marketing et Communication

## Construire un plan de communication efficace pour votre événement

### OBJECTIFS

Comprendre les publics visés et les objectifs de l'événement  
Maîtriser l'ensemble des outils, des budgets et des rétroplannings  
Savoir-être efficace sur site et post événement

### PROGRAMME

#### Comprendre son écosystème, les publics visés et les objectifs fixés

- Cas pratique : travail collectif sur un événement donné : listing des différents publics et objectifs visés

#### Choisir les bons outils, trouver le bon équilibre entre on et off line

- Cas pratique : travail croisé en binôme sur les outils les plus pertinents

#### Maîtriser son budget et son retroplanning

- Cas pratique : travail collectif, construction d'un retroplanning

#### Communiquer pendant l'événement

- Cas pratique : chaque participant listera les actions de communication à mener pendant son événement

#### Gérer la communication Post-événement

- Cas pratique : travail collectif sur un événement donné, établir la liste des actions de communication à mener

### CODE MKT03

#### Public

Dirigeants, responsables de projet, responsables marketing et/ou communication, toute personne dans l'entreprise amenée à construire un plan de communication autour d'un événement.  
Profils : Organisateur d'événements.

#### Démarche pédagogique

Alternance de théorie et de cas pratiques pour chaque chapitre.  
Un questionnaire sera envoyé en amont pour mieux comprendre les attentes des participants.

#### Durée

10.5 heures (1,5 jour)

#### Tarif inter par personne

Adhérent : 675,00 € HT.

Non adhérent : 1350,00 € HT.

#### Tarif intra

Nous consulter

### La Formatrice : *Dorothee GRICOURT*

Dorothee Gricourt, fondatrice de Next Step Consulting - cabinet de conseil en événementiel - a plus de 20 ans d'expérience en marketing et communication multi secteurs, dont 12 ans d'expérience en tant que directrice marketing et communication sur des salons de grande envergure à dimension internationale (Equip'Hôtel, SIAL Group - Paris, Pékin, Abu Dhabi, Montréal, Toronto, Sao Paulo, Jakarta, Manille). Ses clients sont entre autres les grands organisateurs d'événements à Paris et à Montpellier. Elle enseigne également à Sup de Com Montpellier.



# 2 - Concevoir et valoriser vos événements

## Marketing et Communication

### Optimiser ses relations média

Comment gérer au mieux ses relations avec la presse écrite, les tv, les radios, les web média et les réseaux sociaux

#### OBJECTIFS

- Mieux comprendre les rouages des relations média
- Maîtriser les différents supports et s'adapter aux différents interlocuteurs
- Maîtriser l'ensemble des outils pour mieux appréhender ces journalistes et cibles média

#### PROGRAMME

##### Introductions : des relations média, pour quoi faire ?

##### Profils des différents journalistes et de leurs supports : presse écrite, tv, radios, les web média et principaux réseaux sociaux, les blogs et les influenceurs

- Cas pratique : chaque participant identifiera son propre « écosystème média », puis mise en commun pour conclure

##### Le fichier de contacts média, clé de voute du système

- Cas pratique : travail collectif ; construction d'un fichier de contacts

##### Les outils : communiqués, dossiers, conférences, voyages de presse, tweet, blogs

- Cas pratique : Rédaction d'un communiqué de presse, d'un tweet
- Exemples de blogs

##### Evaluation des retombées presse : les outils de veille

- Cas pratique : recherche de retombées web média sur un événement donné

##### Initiation au média training : comment bien se préparer à une interview de journaliste ?

- Cas pratique : chaque participant répondra à 3 questions, suivi d'une séance de débrief.

#### CODE MKT04

##### Public

Responsables marketing, communication, média et/ou presse, attaché(e)s de presse. Toute personne amenée à communiquer avec les média.

Profils : Organisateur(e)s d'événements, sites et prestataires.

##### Démarche pédagogique

Alternance de théorie et de cas pratiques pour chaque chapitre.

Un questionnaire sera envoyé en amont pour mieux comprendre les attentes des participants.

##### Durée

14 heures (2 jours)

##### Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1800,00 € HT.

##### Tarif intra

Nous consulter

#### La Formatrice : *Dorothee GRICOURT*

Dorothee Gricourt, fondatrice de Next Step Consulting - cabinet de conseil en événementiel - a plus de 20 ans d'expérience en marketing et communication multi secteurs, dont 12 ans d'expérience en tant que directrice marketing et communication sur des salons de grande envergure à dimension internationale (Equip'Hôtel, SIAL Group - Paris, Pékin, Abu Dhabi, Montréal, Toronto, Sao Paulo, Jakarta, Manille). Ses clients sont entre autres les grands organisateurs d'événements à Paris et à Montpellier. Elle enseigne également à Sup de Com Montpellier.



# 2 – Concevoir et valoriser vos événements

## Marketing et Communication

### Partenariat et sponsoring, comment assurer la pérennité ?

Le partenaire ou le sponsor ne sont pas des clients comme les autres, comment les appréhender, comment les convaincre, comment les fidéliser.

#### OBJECTIFS

Comment concevoir une offre de sponsoring ou de partenariat efficace et pérenne.

#### PROGRAMME

##### Introduction : définitions et cadre de la formation

##### Définir son offre : en partant de zéro ou en partant d'un acquis

- Cas pratique : travail collectif sur un cas suggéré par un participant

##### Les éléments clés d'un échange et la valorisation des échanges

- Cas pratique : chaque participant travaillera sur son propre cas, avec une mise en commun en guise de conclusion

##### Réussir sa négociation : les clés d'un bon entretien commercial

- Jeu de rôle : un commercial présente son offre de partenariat à un potentiel partenaire

##### Le contrat de partenariat : les éléments incontournables du contrat, comment le rédiger, comment trouver les bons compromis avec le partenaire

- Exemples de bons et de mauvais contrats

##### Le suivi et la mise en place : la clé de la pérennité

- Analyse des cas suggérés par les participants, mise en avant des partenariats réussis, et de ceux à améliorer

##### Savoir-être : souplesse et créativité, mise en pratique

- Jeux de rôle : un sponsor exigeant face à un organisateur

#### CODE MKTOS

##### Public

Dirigeants, responsables marketing et/ou communication, responsables des partenariats et/ou du sponsoring, toute personne amenée à concevoir et vendre des offres de sponsoring et de partenariats. Profils : Organisateur d'événements, sites, prestataires.

##### Démarche pédagogique

Alternance de théorie et de cas pratiques pour chaque chapitre.

Un questionnaire sera envoyé en amont pour mieux comprendre les attentes des participants.

##### Durée

14 heures (2 jours)

##### Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1800,00 € HT.

##### Tarif intra

Nous consulter

#### La Formatrice : *Dorothee GRICOURT*

Dorothee Gricourt, fondatrice de Next Step Consulting - cabinet de conseil en événementiel - a plus de 20 ans d'expérience en marketing et communication multi secteurs, dont 12 ans d'expérience en tant que directrice marketing et communication sur des salons de grande envergure à dimension internationale (Equip'Hôtel, SIAL Group - Paris, Pékin, Abu Dhabi, Montréal, Toronto, Sao Paulo, Jakarta, Manille). Ses clients sont entre autres les grands organisateurs d'événements à Paris et à Montpellier. Elle enseigne également à Sup de Com Montpellier.



# 2 – Concevoir et valoriser vos événements

Marketing et Communication

## Comment stimuler sa créativité événementielle tout en restant pertinent ?

### OBJECTIFS

Vous avez un événement à créer ? Qu'il s'agisse d'un événement à créer de toutes pièces ou d'une animation à ajouter à un événement existant, comment maîtriser les phases de la création et trouver les bonnes sources d'information et d'inspiration ?

### PROGRAMME

**Définir les fondamentaux de l'événement à créer**

**Comprendre le client et ses besoins**

**Replacer le client au coeur de son écosystème**

- Cas pratique : travail collectif, écriture d'un écosystème sur un client donné

**Les sources d'information et d'inspiration : Benchmark, veille concurrentielle, études de marché, focus groups, pige média on et off line**

- Cas pratique : étude de cas à partir d'un brief client souhaitant créer un événement – travail en binôme pour établir la liste des sources d'inspiration et d'information les plus pertinentes

**Brainstorming, autres sources d'informations (clients, partenaires, prestataires...)**

- Cas pratique : Organiser un bon brainstorming

**La mise en place et la coordination des savoir-faire : entre créativité et réalité...**

- Cas pratique : poursuite du brainstorming et short listing des possibles

### CODE MKT06

#### Public

Dirigeants, responsables de projets, responsables marketing et/ou communication, toute personne en charge de la création d'un événement, d'une animation.  
Profils : Organisateur d'événements.

#### Démarche pédagogique

Alternance de théorie et de cas pratiques pour chaque chapitre.  
Un questionnaire sera envoyé en amont pour mieux comprendre les attentes des participants.

#### Durée

10,5 heures (1,5 jour)

#### Tarif inter par personne

Adhérent : 675,00 € HT.

Non adhérent : 1350,00 € HT.

#### Tarif intra

Nous consulter

### La Formatrice : *Dorothee GRICOURT*

Dorothee Gricourt, fondatrice de Next Step Consulting - cabinet de conseil en événementiel - a plus de 20 ans d'expérience en marketing et communication multi secteurs, dont 12 ans d'expérience en tant que directrice marketing et communication sur des salons de grande envergure à dimension internationale (Equip'Hôtel, SIAL Group – Paris, Pékin, Abu Dhabi, Montréal, Toronto, Sao Paulo, Jakarta, Manille). Ses clients sont entre autres les grands organisateurs d'événements à Paris et à Montpellier. Elle enseigne également à Sup de Com Montpellier.



# 2 - Concevoir et valoriser vos événements

## Marketing et Communication

# Le Social Selling pour les acteurs de l'événementiel

### OBJECTIFS

Appréhender et connaître les différents réseaux sociaux afin de faire de la prospection digitale pour ainsi démontrer leur importance et leur impact, en faisant prendre conscience qu'une stratégie d'entreprise est nécessaire pour y engendrer la génération des leads et l'optimisation des relations commerciales avec les prospects et clients.

### PROGRAMME

#### Démarrer l'aventure Social Selling

- Appréhender le contexte des entreprises événementielles et le besoin et rôle du Social Selling au sein de leur écosystème.
- Prendre conscience de l'importance de définir une stratégie d'entreprise afin de vendre sur les réseaux sociaux.
- Comprendre ce qu'est, et ce que n'est pas le Social Selling, ainsi que son utilité et ses bénéfices.

#### Construire son nouveau Personal Branding de Social Seller

- Comprendre le fonctionnement et la mise en application des différents réseaux
- Réfléchir sur comment se présenter sur les réseaux sociaux de manière professionnelle.

#### Comment communiquer efficacement en tant que Social Seller

- Appréhender les bonnes pratiques de communication et de diffusion des contenus sur les réseaux sociaux (quels contenus, quand et quelle cible).
- Apprendre à paramétrer son profil afin d'agrèger des contenus ciblés.
- Approfondir la ligne éditoriale en se basant sur le cycle d'événementiel.

#### Construire sa stratégie Social Selling

- Maîtriser les pratiques d'identification des prospects.
- Concevoir les invitations, des modèles de textes et sa feuille de route stratégique.
- Apprendre les techniques de fidélisation des clients et prospects sur les réseaux sociaux.

#### Intégrer les réflexes de Social Seller

- Revoir les outils nécessaires afin d'optimiser la productivité de ses actions de Social Seller (veille, agrégation, partage, etc.).
- Créer et s'approprier des automatismes quotidiens tout au long du cycle de vente.
- Identifier le ROI et mettre en place un système de sa prise de mesure.

### CODE MKT07

#### Public

Dirigeants, responsables, et tout collaborateur en charge de la commercialisation, la relation client, la communication.

#### Démarche pédagogique

Alternance d'accompagnement pédagogique en face à face et à distance vous aide à intégrer les méthodes et pratiques de Social Selling. Un questionnaire sera envoyé en amont pour mieux comprendre vos pratiques des réseaux sociaux.

#### Durée

7 heures (1 jour) en présentiel  
5 heures en distanciel

#### Tarif inter par personne

Adhérent : 590,00 € HT.  
Non adhérent : 1180,00 € HT.

#### Tarif intra

Nous consulter

Organisme de formation :



L'équipe Smartworking® c'est une vingtaine de consultants et formateurs multi-culturels spécialistes de leur métier : prospection commerciale, performance des forces commerciales, transformation digitale dans l'événementiel, la banque/finance, le télécom, les assurances, le BTP, l'IT, l'aérien, l'industrie et les réseaux de distribution spécialisés, expérience client, médias sociaux, ressources humaines, e-marketing, digital learning... Experts de l'accompagnement pédagogique, l'acculturation des collaborateurs aux réseaux sociaux et la transformation digitale des métiers, nos formateurs expérimentés vous permettront d'être rapidement opérationnels afin d'obtenir des résultats durables et d'anticiper les évolutions futures de votre métier.

# 2 - Concevoir et valoriser vos événements

## Développement durable

### Exploiter le Calculateur de performance globale

Évaluer, piloter, valoriser et développer la valeur ajoutée de vos événements et de vos sites

#### OBJECTIFS

Optimiser l'utilisation et l'exploitation du Calculateur de performance globale de l'industrie française de l'événement.

#### PROGRAMME

##### Comprendre le Calculateur et en appréhender les principes

- Ambitions de filière, parties prenantes de co-construction et partis pris méthodologiques
- Typologies d'acteurs et d'activités, périmètre d'évaluation, indicateurs produits et niveaux d'évaluation
- Présentation de la politique de confidentialité des données

##### Utiliser le Calculateur : ses fonctionnalités

- Les grandes fonctionnalités : création de comptes utilisateurs, de sites et d'événements, renseignement des données, production de rapports...
- Gestion des rôles et droits d'utilisation (droits individuels et partagés)
- Les données d'entrée : comment les collecter, où les trouver, comment solliciter ses partenaires (clients, sous-traitants...), comment anticiper et systématiser la collecte ?

##### Exploiter, valoriser et communiquer sur les résultats

- Utiliser le Calculateur dans le cadre de ses divers plans d'action :
  - Politique marketing et communications commerciales et institutionnelles
  - Politique RSE et développement durable
  - Politique de développement stratégique

Programme détaillé téléchargeable sur la page d'accueil du Calculateur : <https://unimev.verteego.com/>

#### CODE DD01

##### Public

Dirigeants, directeurs et tout collaborateur en charge du pilotage événementiel, du marketing, développement et relations commerciales, du reporting, de la communication ou de la RSE

##### Démarche pédagogique

Mise en contexte stratégique, méthodologies d'utilisation, actions de valorisation des résultats.

##### Durée

7 heures (1 jour)

##### Tarif inter par personne

Adhérent : 550,00 € HT.

Non adhérent : 850,00 € HT.

##### Tarif intra

Nous consulter

#### La Formatrice : Béatrice EASTHAM

Créatrice et Présidente de Green Événements, cabinet de conseil dédié à la mise en place de démarches RSE au sein de l'industrie de l'événement.

Accompagnement d'une trentaine de structures du secteur vers la certification ISO 20121 (organiseurs, sites, prestataires de toutes tailles), incluant l'État (pour la COP21) et la Ville de Paris (pour l'EURO 2016).

En 2013, le groupement Green Événements/Verteego est sélectionné par UNIMEV pour conduire les consultations et la réalisation du Calculateur de performance globale.



# 2 - Concevoir et valoriser vos événements

## Développement durable

### Responsabilité et durabilité appliquées aux métiers de l'événement

Sensibilisation au DD dans l'événement. S'engager dans le durable, pourquoi et comment : du devoir de responsabilité à la création de valeur ajoutée

#### OBJECTIFS

S'approprier les notions de responsabilité sociétale et de développement durable.  
Identifier les opportunités commerciales et sociétales d'une démarche RSE.  
Appréhender les points clés d'une démarche réussie en s'inspirant d'initiatives récentes.  
Découvrir les ressources et outils facilitateurs.

#### PROGRAMME

##### Développement durable et responsabilité sociétale, de quoi parle-t-on ?

Du contexte international aux initiatives locales  
Le contexte international et les enjeux globaux : environnement, économie et société  
Le contexte national : les Accords de Paris, la stratégie nationale de développement durable  
Les spécificités du secteur événementiel et les initiatives remarquables : de l'éphémère au durable ?  
La pression des parties prenantes et l'acceptabilité sociétale  
A la découverte de quelques notions clés : économie circulaire, éco-conception, transition écologique, performance globale, impact positif et héritage  
Quelques repères sur les outils, labels et normes (étude UNIMEV 2017, ISO 20121, chartes d'engagement)

##### Pourquoi s'engager ?

Les bénéfices attendus d'un engagement responsable : recherche de sens, maîtrise des risques et conquête de nouveaux marchés : vers une transformation de l'entreprise ?  
Atelier d'application : rédaction d'un argumentaire pour convaincre sa direction

##### Comment s'engager ? une méthode pour changer de modèle

Les conditions clés d'un engagement réussi  
Les principales étapes d'une démarche crédible : du diagnostic initial à l'amélioration continue  
Les premiers pas : réaliser le diagnostic DD de ses activités  
- Le dialogue avec les parties prenantes, pour s'adapter et avancer ensemble (co-construction, intelligence collective interne, nouvelles relations clients/fournisseurs)  
- L'analyse de la matérialité des enjeux DD de son entreprise et de ses activités  
- Indicateurs de performance matériels et immatériels et nouveaux modèles économiques  
Activer les leviers clés de performance :  
- Les achats responsables, outil d'influence et de progrès  
- La communication interne et externe : sensibiliser et valoriser  
Atelier d'application :  
- Identifier les besoins et attentes de ses parties prenantes, identifier et évaluer les enjeux pour définir ses priorités  
Evaluer pour s'améliorer :  
- comment mesurer ses impacts globaux et donner la preuve de ses engagements (cf. Calculateur de performance globale)

##### S'inspirer des initiatives remarquables

Partage sur la base d'études de cas d'organisations événementielles engagées  
Echanges avec les participants sur leurs propres initiatives, les réussites et les difficultés  
Identification des types de solutions, des enjeux concernés (transport, énergie, déchets, restauration, accessibilité, impact économique, insertion professionnelle, ...), des niveaux d'ambition à se fixer, des conditions internes et externes de réussite, de la relativité des « bonnes pratiques » selon la situation et le contexte, des risques et opportunités associés etc.

##### Pour aller plus loin : les ressources et outils disponibles

Présentation d'outils pratiques et de ressources pour démarrer ou conforter sa démarche :  
- Outils d'autodiagnostic (ADERE, Eco-événement)  
- Chartes et boîtes à outil (Charte d'éthique UNIMEV, Check-list Accessibilité du Collectif Eco-événement, Charte de la Mairie de Paris / du Ministère des Sports sur les événements responsables), etc.

#### CODE DD02

##### Public

Dirigeants, directeurs et tout collaborateur en charge du pilotage événementiel, du marketing, développement et relations commerciales, du reporting, de la communication ou de la RSE.

##### Pré-requis

Aucun

##### Options pédagogiques

Forme participative  
Illustrations et études de cas  
QCM

##### Durée

7 heures (1 jour)

##### Tarif inter par personne

Adhérent : 490,00 € HT.  
Non adhérent : 790,00 € HT.

#### Le Formateur : Jean-Claude Herry

Fondateur de la société Herry Conseil dont la mission est d'accompagner les organisations du secteur événementiel dans la transition écologique et solidaire  
Expert de l'accompagnement à la certification ISO 20121 et auteur de l'ouvrage « le management responsable du spectacle »  
Engagé auprès de tous types d'organisations événementielles : lieux, organisateurs, prestataires, institutions, collectivités, sport, culture, salons et congrès.



# 2 – Concevoir et valoriser vos événements

## Développement durable

### RSE/DD : quoi de neuf en termes d'actualités et de réglementation

#### OBJECTIFS

Se mettre à niveau de la réglementation et des actualités DD/RSE dans l'événementiel.  
Connaître les sujets sensibles dans l'événementiel.  
Savoir implémenter les actions adéquates pour être en conformité réglementaire et business.

#### PROGRAMME

*Matinée : Actualités DD/RSE*

##### **Connaître la réglementation**

- Méthodologie : quizz par sujet puis apport théorique (ping pong jeu – apport théorique).
- Objectifs : assimiler de manière ludique les principaux sujets réglementaires selon la typologie de son activité.

##### **Connaître les actualités**

- Méthodologie : quizz par sujet puis apport théorique (ping pong jeu – apport théorique).
- Objectifs : assimiler de manière ludique les principaux sujets d'actualités en termes de business, selon la typologie de son activité.

*Après-midi : Décliner ses connaissances dans ses activités événementielles*

##### **Connaître les attentes des donneurs d'ordre**

- Méthodologie : partage d'expérience, présentation de business case réels d'achats responsables.
- Objectifs : faire le lien avec le développement « business » de son activité événementielle.

##### **Pratiquer la réglementation**

- Méthodologie : cas pratiques à partir d'événements réels : quels sujets réglementaire sur mon activité ?
- Objectifs : savoir appliquer la théorie.

##### **Méthodes d'évaluation**

- Quizz de validation des connaissances.

#### CODE DD03

##### **Public**

Dirigeants, directeurs et tout collaborateur en charge du pilotage événementiel, du marketing, développement et relations commerciales, du reporting, de la communication ou de la RSE.

##### **Durée**

7 heures (1 jour)

##### **Tarif inter par personne**

Adhérent : 550,00 € HT.

Non adhérent : 850,00 € HT.

##### **À noter :**

**Chaque participant se verra remettre un passeport qui sanctionnera l'acquisition des concepts de base de veille sur l'actualité et la réglementation DD/RSE dans l'événementiel.**

*La Formatrice : Béatrice EASTHAM*

En 2009, elle crée Green Événements, cabinet spécialisé en événementiel responsable s'appuyant sur les normes BS 8901 et ISO 20121 (finalisation en 2012 pour les JO de Londres). Elle s'est donnée pour mission de contribuer à la transformation des pratiques de la filière événementielle de façon à répondre aux enjeux du développement durable.



# 2 - Concevoir et valoriser vos événements

Développement durable

## Mise en place d'un système de management responsable : ISO 20121

### OBJECTIFS

Implémenter un système de management conforme à ISO 20121.

### PROGRAMME

(Pour plus de détail sur les journées, demandez le programme complet)

**Journée 1 :** Présentation de la norme ISO 20121 et identification des parties prenantes

**Journée 2 :** Présentation des écoutes, de la matrice de matérialité, hiérarchisation des enjeux

**Journée 3 :** Présentation et appropriation du guide de mise en oeuvre

**Journée 4 :** Comment rédiger une procédure en partant de l'existant

**Journée 5 :** Formation à l'audit interne

**Journée 6 :** Formation à l'audit interne (suite) et à la revue de direction

### CODE DD04

#### Démarche pédagogique

Alternance apports théoriques et cas pratiques.

Travaux pratiques entre chaque séance

#### Méthode d'évaluation

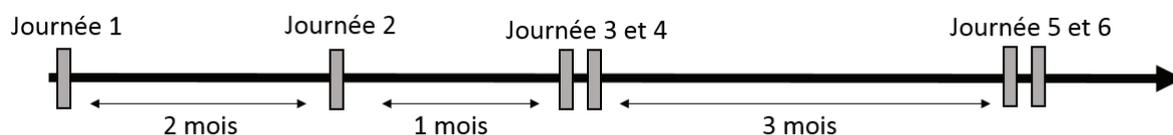
Ateliers avec mise en situation, jeux de rôles, quizz et tests

#### Durée

42 heures (6 jours)

#### Tarif inter par personne

Adhérent : 4 500 € HT



### Les Formateurs

#### Béatrice Eastham,

Fondatrice de Green Événements, cabinet de conseil dédié à la mise en place de démarches RSE au sein de l'industrie de l'événement.

Accompagnements réussis de plus de 50 structures du secteur vers la certification ISO 20121 (organisateur, sites, prestataires de toutes tailles),  
Création d'une méthodologie d'accompagnement mutualisé vers l'ISO 20121, déjà déployée avec succès par le LEADS (4 concepteurs de stands certifiés) et Traiteurs de France (36 traiteurs en cours de certification).

#### Matthieu de Bonnières,

Diplômé de l'école des Mines,

Matthieu assure chez Green Événements l'accompagnement vers la certification ISO 20121 et plus particulièrement :

La définition de la politique RSE

La formalisation du système documentaire ISO 20121

La réalisation des audits internes

La mise en place de solutions et outils spécifiques, adaptés aux besoins de l'entreprise.

↳ 3 - Développer  
vos talents

# 3 - Développer vos talents

## Commercialisation d'un événement

### Vendre et commercialiser un événement professionnel / grand public

#### OBJECTIFS

- Faire monter en compétences les équipes commerciales
- Maitriser son marché / connaître les tendances et évolutions du secteur
- Acquérir les techniques de vente propres à l'événementiel
- Réussir les ventes de surfaces et de services additionnels

#### PROGRAMME

##### 1. Les données du secteur

- Les chiffres clefs du secteur de l'événementiel (source unimev)
- Les motivations des exposants et les raisons d'exposer
- Les évolutions et les tendances de demain

##### 2. Les techniques de prospection, de négociation et de vente par téléphone propres à l'événementiel

- Les 5 étapes clés pour être efficace: « se préparer, prendre contact, découvrir, argumenter et conclure »
- Organiser sa prospection : Gestion du temps et rétro - planning
- Stratégie et choix des exposants (cibles prioritaires / référents)
- Acquérir les bonnes pratiques de la relance par téléphone
- Répondre et traiter les objections spécifiques aux manifestations
- Les techniques de « closing » et de fidélisation

##### 3. Les aspects concrets de la vente de stands

- Connaissance des différents services impliqués dans les foires et salons
- Les outils de commercialisation: dossiers d'inscription, site internet
- Les prescripteurs et réseaux à utiliser pour la promotion de l'événement
- Gestion des implantations des stands sur plans (cas pratiques)
- Relance des impayés

##### 4. Le suivi des actions commerciales

- Les indicateurs de la performance commerciale : tableau de bord
- Présentation du calculateur de performance globale
- Les outils pour améliorer le suivi (nombre d'appels, ratios..)
- Organiser ses actions en fonction des priorités

#### CODE TEC01

##### Public

Commerciaux des organisateurs de salons et foires

##### Pré-requis

Aucun

##### Options pédagogiques

Cas concrets et exercices pratiques

##### Durée

2 journées (14 heures)

##### Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1 800,00 € HT.

##### Tarif intra:

Nous consulter



Le Formateur: Emmanuel MELOT

Créateur de EMCS Formation - Formation et Conseil  
«L'Événement Maitrisé par le Conseil et la Stratégie»

Nous formons les chargés d'affaires et responsables commerciaux de la filière événementielle aux techniques de vente et de négociation propres aux foires et salons professionnels événementielles.



# 3 - Développer vos talents

## Commercialisation d'un événement

# Négocier en face à face pour convaincre un exposant potentiel

### OBJECTIFS

Négocier en face à face pour convaincre un nouveau prospect ou remobiliser un exposant désimpliqué.

### PROGRAMME

#### Maîtriser les avantages concurrentiels de son offre salon

- Les caractéristiques de base : visitorat, services, professionnalisme
- Les raisons d'exposer : des contacts immédiats et à transformer
- La nécessité du retour sur investissement : prévoir, mesurer, valider

#### Structurer l'entretien pour s'en assurer la maîtrise

- Gagner sa crédibilité dès la prise de contact
- Faire parler le client pour valider ses raisons d'exposer
- Argumenter pour démontrer la pertinence de la réponse salon

#### Comprendre la position de l'acheteur, ses objectifs, ses tactiques

- Analyser le groupe de décision et situer le rôle de l'acheteur
- Rechercher les causes réelles de réticences ou d'insatisfactions
- Prendre en compte les objections, pour les traiter avant de négocier

#### Négocier pour concrétiser gagnant-gagnant

- Être conscient de la valeur de son offre pour justifier l'investissement
- Aborder le véritable enjeu : optimiser le retour sur investissement
- Obtenir un accord en utilisant ses accélérateurs de décision

### CODE TECO2

#### Public

Commerciaux des organisateurs de foires et salons.

#### Pré-requis

Pratiquer la commercialisation des foires et salons.

#### Options pédagogiques

Méthode active (maïeutique) pour provoquer et structurer des échanges.  
Apports méthodologiques (diaporamas – outils) repris dans la documentation.  
Cas concrets et mises en situation.

#### Durée

14 heures (2 jours)

#### Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.  
Non adhérent : 1 800,00 € HT.

#### Tarif intra

Nous consulter

### Le Formateur: Jérôme de BODINAT

Directeur d'IFORALPES, organisme de formation.  
Formateur opérationnel des équipes commerciales depuis 1995 :  
plan d'actions, prospection, négociation, management.  
Spécialisé, depuis 1997, dans la formation des exposants pour optimiser leur retour sur investissement.  
Formation Commerciale des Organisateurs, depuis 1997, pour les équipes commerciales dédiées.



# 3 - Développer vos talents

## Commercialisation d'un événement

### Prospecter l'exposant par téléphone

#### OBJECTIFS

Appuyer la démarche marketing par une prospection téléphonique auprès des exposants en cœur de cible.

#### PROGRAMME

##### **Le téléphone, outil de développement commercial des foires et salons**

- Prendre en compte et concrétiser une remontée marketing
- Relancer les exposants des précédentes éditions
- Prospecter a priori sur un fichier ciblé

##### **Les points-clés de l'entretien commercial par téléphone**

- Gagner sa crédibilité dès la prise de contact
- Adapter son argumentation aux besoins validés chez le client
- Amener à la concrétisation en obtenant un engagement

##### **Identifier, contacter et convaincre des exposants à potentiel**

- Pour obtenir le décideur, transformer chaque interlocuteur en allié
- En ligne avec le décideur, « annoncer clairement la couleur »
- Argumenter, lever les freins pour motiver une demande de dossier

##### **Relancer pour accélérer le retour du dossier (prospect ou exposant)**

- Préparer chaque appel pour argumenter à bon escient
- Faire parler l'exposant, pour identifier ses motivations et ses freins
- Faire bon usage des accélérateurs de décision pour concrétiser un engagement

#### CODE TECO3

##### **Public**

Equipes commerciales des organisateurs de foires et salons.

##### **Pré-requis**

Expérience de la relation clientèle avec les exposants d'une foire ou d'un salon.

##### **Options pédagogiques**

Méthode active (maïeutique) pour provoquer et structurer des échanges. Apports méthodologiques repris dans la documentation.

Mise en situation sur des cas concrets. Conception de son guide personnel de prospection.

##### **Durée**

14 heures (2 jours)

##### **Tarif inter par personne**

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1 800,00 € HT.

##### **Tarif intra**

Nous consulter

#### *Le Formateur: Jérôme de BODINAT*

Directeur d'IFORALPES, organisme de formation.  
Formateur opérationnel des équipes commerciales depuis 1995 :  
plan d'actions, prospection, négociation, management.  
Spécialisé, depuis 1997, dans la formation des exposants pour optimiser leur retour sur investissement.  
Formation Commerciale des Organisateurs, depuis 1997, pour les équipes commerciales dédiées.



# 3 - Développer vos talents

## Commercialisation d'un événement

### Conseiller l'exposant pour optimiser son retour sur investissement

#### OBJECTIFS

Ajouter à sa compétence commerciale une dimension conseil en conseillant l'exposant pour lui donner des moyens de mesurer son retour sur investissement et dans sa démarche d'optimisation.

#### PROGRAMME

##### **Du commercial au conseil, faire évoluer sa relation à l'exposant**

- Situer la manifestation comme accélérateur de développement commercial
- Comprendre les vrais besoins de l'exposant.

##### **S'intéresser concrètement au retour sur investissement de l'exposant**

- S'intéresser à la stratégie d'entreprise, ses raisons d'exposer
- Maîtriser des outils de mesure opérationnels : Comparexpo/Pilotexpo
- Rendre l'exposant autonome pour le calcul du retour sur investissement

##### **Proposer un plan d'actions pour préparer efficacement le salon**

- Faire venir jusqu'au stand des visiteurs intéressants : invitations et relances
- Concevoir un stand fonctionnel, pour l'image, la relation et la démonstration
- Mettre en place un suivi opérationnel pour tracer les contacts obtenus

##### **Conseiller pour optimiser le comportement commercial sur le stand**

- Analyser les comportements sur le stand
- Expliquer la différence entre le contact sur le stand et le quotidien commercial
- Faire évoluer les savoir-faire en proposant une approche structurée

#### CODE TEC04

##### **Public**

Commerciaux expérimentés des organisateurs de foires et salons.

##### **Pré-requis**

Expérience significative en commercialisation de manifestations.

Connaissance (notions) des outils Pilotexpo et Comparexpo.

##### **Options pédagogiques**

Méthode active (maïeutique) pour provoquer et structurer des échanges. Apports méthodologiques (diaporamas et outils) repris dans la documentation. Mise en situation sur des cas concrets.

##### **Durée**

14 heures (2 jours)

##### **Tarif inter par personne**

Adhérent : 900,00 € HT.  
Non adhérent : 1 800,00 € HT.

##### **Tarif intra**

Nous consulter

#### *Le Formateur: Jérôme de BODINAT*

Directeur d'IFORALPES, organisme de formation.  
Formateur opérationnel des équipes commerciales depuis 1995 :  
plan d'actions, prospection, négociation, management.  
Spécialisé, depuis 1997, dans la formation des exposants pour optimiser leur retour sur investissement.  
Formation Commerciale des Organisateurs, depuis 1997, pour les équipes commerciales dédiées.



# 3 - Développer vos talents

## Commercialisation d'un événement

### Conclure vos ventes en situation difficile

#### OBJECTIFS

Savoir appréhender une situation difficile et être capable d'utiliser à bon escient les techniques de persuasion offensives pour prendre confiance en vous et conclure vos ventes.

#### PROGRAMME

Distinguer les différents profils d'acheteurs et les personnalités dites «difficiles»

Les types de clients recensés

Les comportements observables

Les critères de différenciation

Diagnostic effectué sur des cas concrets

Utiliser les techniques de persuasion « offensives »

Les techniques de vente issues de la méthode « push »

Les conditions de mise en oeuvre

Entraînement individuel : jeux de rôle

#### CODE TEC08

##### Public

Responsables commerciaux, commerciaux, chargés de projet...

##### Pré-requis

Avoir une connaissance suffisante de son offre globale, de celle de ses concurrents principaux et des attentes de ses clients.

##### Moyens pédagogiques

Processus de formation : «comprendre, s'entraîner, s'évaluer ».  
Entraînement individuel et jeux de rôle, utilisation ponctuelle de la vidéo.

##### Critères de mesure:

Grilles d'évaluation individuelle pour chaque jeu de rôle.

##### Durée

14 heures (2 jours)

##### Tarif inter par personne

Adhérent : 1 000,00 € HT.

Non adhérent : 2 000,00 € HT.

##### Tarif intra

Nous consulter

#### La Formatrice : Anne-Caroline FEIST

Experte en développement commercial et en communication interpersonnelle, Anne-Caroline intervient auprès des équipes des Palais des Congrès et Parcs d'exposition depuis plus de 6 ans.

Toutes ses actions de formations sont réalisées sur mesure.

Elles sont destinées au management opérationnel et aux équipes de vente avec pour objectifs majeurs l'optimisation de la relation client, l'efficacité commerciale et la rentabilité.



# 3 - Développer vos talents

## Management

### Constituer et diriger une équipe temporaire pendant une foire, un salon ou un congrès

#### OBJECTIFS

Constituer et rendre opérationnelle une équipe de permanents renforcée de personnel temporaire.

#### PROGRAMME

##### Les raisons du renforcement ou de l'externalisation des équipes

- Résoudre l'équation : mission, délais, moyens, compétences
- Prévoir les recrutements temporaires : référentiel de compétences
- Choisir et intégrer des équipiers rapidement opérationnels

##### Comprendre les modes de fonctionnement d'une équipe

- Les individus : comprendre les ressorts de leurs motivations
- L'équipe : analyser les comportements au sein d'un groupe
- Le chef et ses relations avec l'équipe et les autres services

##### Légitimer et affirmer son autorité

- Situer son style de management (directivité et communication)
- Déléguer en connaissance de cause (utiliser les bons outils)
- Mener efficacement les réunions de lancement et de cadrage

##### Traiter les situations délicates au sein de l'équipe ou en externe

- Développer son assertivité pour mieux négocier en face à face
- Prendre en compte un client mécontent en restant rationnel
- Recadrer à bon escient un équipier pour normaliser la relation

#### CODE MAN01

##### Public

Personnels (techniques, commerciaux et administratifs) des FSC amenés à encadrer temporairement une équipe.

##### Pré-requis

Maîtriser des compétences opérationnelles, les partager avec une équipe moins expérimentée.

##### Options pédagogiques

Méthode active (maïeutique) pour provoquer et structurer des échanges. Exercices et simulations pour l'expérimentation en situations réalistes.

##### Durée

14 heures (2 jours)

##### Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.  
Non adhérent : 1 800,00 € HT.

##### Tarif intra

Nous consulter

#### Le Formateur: Jérôme de BODINAT

Directeur d'IFORALPES, organisme de formation.  
Formateur opérationnel des équipes commerciales depuis 1995 :  
plan d'actions, prospection, négociation, management.  
Spécialisé, depuis 1997, dans la formation des exposants pour optimiser leur retour sur investissement.  
Formation Commerciale des Organisateur, depuis 1997, pour les équipes commerciales dédiées.



# 3 - Développer vos talents

## Management

### Manager l'équipe commerciale foire et salon

#### OBJECTIFS

Développer la capacité opérationnelle de l'équipe commerciale pour prospecter et fidéliser les exposants.

#### PROGRAMME

##### Se donner les moyens d'atteindre les objectifs : le plan d'action commerciale

- Situer les objectifs (surfaces, stands, exposants) du salon
- Définir les modes d'action (conquérir, fidéliser, récupérer) selon le type d'exposant
- Calculer et planifier l'effort commercial nécessaire (activité, organisation, compétences)

##### Intégrer les modes de fonctionnement d'une équipe

- Motivations individuelles, comportements de groupe, place du chef
- Situer son style de management (directivité et communication)
- Engager, déléguer, contrôler, accompagner; les savoir-faire de base du manager

##### Manager son équipe dans un contexte opérationnel

- Mener efficacement les réunions de lancement et de pilotage
- Optimiser la communication pour donner à chacun le bon niveau d'autonomie
- Garder la maîtrise du temps pour gérer les priorités; choisir, planifier, déléguer

##### Développer les compétences individuelles et collectives de son équipe

- Identifier les compétences commerciales et définir un référentiel de compétences
- Reconnaître et valider les compétences acquises et à développer
- Développer les compétences commerciales : interventions d'appui et formation

#### CODE MAN02

##### Public

Commissaires d'Exposition, Directeurs Commerciaux, Responsables d'équipe commerciale pour les Foires et Salons.

##### Pré-requis

Pratiquer la commercialisation de Foires ou de Salons.  
Encadrer une équipe commerciale.

##### Options pédagogiques

Méthode active (maïeutique) pour provoquer et structurer des échanges.  
Exercices et simulations pour l'expérimentation en situations réalistes.

##### Durée

14 heures (2 jours)

##### Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.  
Non adhérent : 1 800,00 € HT.

##### Tarif intra

Nous consulter

#### Le Formateur: Jérôme de BODINAT

Directeur d'IFORALPES, organisme de formation.  
Formateur opérationnel des équipes commerciales depuis 1995 :  
plan d'actions, prospection, négociation, management.  
Spécialisé, depuis 1997, dans la formation des exposants pour optimiser leur retour sur investissement.  
Formation Commerciale des Organisateurs, depuis 1997, pour les équipes commerciales dédiées.



# 3 - Développer vos talents

## Management

### Savoir manager au regard des contraintes en droit du travail

#### OBJECTIFS

Connaitre les règles à appliquer en droit du travail.

#### PROGRAMME

##### Rappel du cadre juridique

- Le droit du travail, les lois, le code du travail, la convention collective, les accords d'entreprise, le règlement intérieur. Comment cela s'articule ?

##### Les différentes formes de contrat de travail (période d'essai, mentions obligatoires) : comment se comporter et agir en fonction de ces spécificités ?

- Contrat à durée déterminée
- Contrat à durée indéterminée
- Les spécificités des stagiaires

##### La gestion des collaborateurs

- Les absences, comment réagir selon les différentes situations ?
- La durée du travail, le temps partiel, les heures supplémentaires, le droit à déconnexion
- Le harcèlement (moral et sexuel)
- La discrimination (dont l'égalité hommes / femmes)

##### Le pouvoir disciplinaire

- Son exercice
- Les fautes
- La rupture du contrat de travail

##### La représentation du personnel : son fonctionnement

- Leur rôle
- La protection des représentants du personnel
- Évaluer les droits et devoirs des élus

#### CODE MAN03

##### Public

Dirigeants, DRH, RRH,  
Responsable de services, manager.

##### Pré-requis

Encadrer une équipe.

##### Options pédagogiques

Formation associant les aspects théoriques et implication pratiques (échanges, exemples concrets).  
Remise d'un dossier technique spécialement conçu.

##### Durée

7 heures (1 jour)

##### Tarif inter par personne

Adhérent : 550,00 € HT.  
Non adhérent : 1 100,00 € HT.

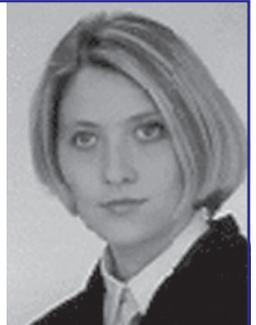
##### Tarif intra

Nous consulter

La Formatrice: *Sophie TRINCÉA*

Avocat au Barreau de Lyon  
Associée de TRINCEA AVOCATS - Droit Social

Domaines d'intervention : conseil en droit du travail et de la sécurité sociale, gestion des contentieux sociaux.



# 3 - Développer vos talents

## Expression orale

### Do you speak « event » ?

Ou comment communiquer en anglais sur votre événement

#### OBJECTIFS

Pouvoir communiquer efficacement en anglais avec des organisateurs, des prestataires et/ou des clients. Comprendre et utiliser à bon escient le jargon événementiel anglais. Maîtriser le vocabulaire marketing, commercial et logistique dans un environnement événementiel en évitant les contre-sens et malentendus.

#### PROGRAMME

**Le programme s'articule autour de courtes « leçons » de vocabulaires, suivies de jeux de rôles multiples :**

**Vocabulaire événementiel, généralités**

- Jeu de rôles : un potentiel exposant souhaite des informations sur un salon à l'étranger. Il s'entretient avec une personne de l'organisation

**Vocabulaire commercial**

- Jeu de rôles : un commercial développe son argumentaire auprès d'un potentiel client

**Vocabulaire marketing et communication :**

- Jeu de rôles : un responsable marketing explique à un exposant le plan de communication de son événement

**Vocabulaire logistique**

- Jeu de rôles : sur site, un exposant réclame des modifications sur son stand

**Récapitulatif**

- Jeu de rôles : un organisateur fait le bilan de son événement devant un journaliste étranger

#### CODE EOR01

**Public**

Dirigeants, responsables de projet, responsables marketing et/ou communication, toute personne dans l'entreprise en charge du marketing et de la communication, amenée à échanger en anglais sur un événement qu'elle organise ou auquel elle participe.

Profils : Organisateur d'événements, sites et prestataires

**Démarche pédagogique**

Un test et questionnaire en amont sera effectué pour évaluer le niveau d'anglais des participants et constituer des groupes de niveaux le cas échéant. La démarche pédagogique est l'alternance de théorie et de mises en situation sous forme de jeux de rôles pour une pratique immédiate du vocabulaire appris.

**Durée**

7 heures (1 jour)

**Tarif inter par personne**

Adhérent : 450,00 € HT.

Non adhérent : 900,00 € HT.

**Tarif intra**

Nous consulter

*La Formatrice : Dorothee GRICOURT*

Dorothee Gricourt, fondatrice de Next Step Consulting - cabinet de conseil en événementiel - a plus de 20 ans d'expérience en marketing et communication multi secteurs, dont 12 ans d'expérience en tant que directrice marketing et communication sur des salons de grande envergure à dimension internationale (Equip'Hôtel, SIAL Group - Paris, Pékin, Abu Dhabi, Montréal, Toronto, Sao Paulo, Jakarta, Manille). Ses clients sont entre autres les grands organisateurs d'événements à Paris et à Montpellier. Elle enseigne également à Sup de Com Montpellier.



# 3 - Développer vos talents

## Expression orale

### Prise de parole en public

#### OBJECTIFS

Rendre vos prises de parole en public plus impactantes afin de convaincre plus efficacement.

#### PROGRAMME

##### 1<sup>er</sup> jour

###### Définissez vos objectifs

- Mise en adéquation des objectifs de la formation et des objectifs personnels

###### Appropriiez-vous les 3 canaux de communication

- Les outils de la communication : le non verbal, le paraverbal et le verbal : recherche en groupe des qualités du bon orateur puis classification dans chacun des trois canaux

###### Ayez conscience de votre image

- Prise de parole préparée : passage devant la caméra sur un sujet hors contexte professionnel
- Prise de conscience des qualités et points d'amélioration pour le non verbal et le paraverbal : Auto-débrief, débrief du groupe et débrief du formateur

###### Capitalisez sur vos qualités et travaillez sur vos points d'amélioration

- Appropriation des outils personnalisés pour augmenter son impact non verbal et paraverbal : exercices personnalisés et ciblés sur les points d'amélioration de chacun (contact visuel, projection de la voix, ancrage au sol, prise d'espace, etc.)
- Formalisation par chacun des outils qui lui sont propres

###### Soyez concentré sur votre objectif

- Amélioration du focus groupe et gestion des interruptions périphériques : exercice des perturbateurs : présentation de son activité professionnelle en 2 minutes avec 2 perturbateurs qui posent des questions déconnectées du discours

##### 2<sup>ème</sup> jour

###### Ayez une structure solide

- Mise en lumière des étapes obligatoires pour rendre son propos intelligibles et mémorable : exercice des dessinateurs : un participant fait dessiner à l'ensemble du groupe un modèle que lui seul voit, simplement en utilisant les mots
- Les 3 questions à se poser obligatoirement : Qui ? D'où viennent-ils ? Où ai-je envie de les emmener ? Application sur une présentation professionnelle choisie par chaque participant
- Les incontournables de votre intervention : accroche, messages et appel à action : application sur la même présentation professionnelle
- La mise en valeur de vos messages : anecdotes, analogies et vécu de votre auditoire

###### Sachez bien réagir en toutes circonstances

- Activation de la créativité, de la spontanéité et du lâcher-prise : jeu collectif d'association spontanée de mots en cercle
- Adoption de la posture adéquate en cas de déstabilisation : exercice d'improvisation théâtrale : le mot qui n'existe pas

###### Soyez congruent

- Valorisation des acquis des deux journées pour être plus impactant : passages individuels sur la présentation professionnelle préparée le matin

#### CODE EOR02

##### Public

Tout salarié d'une entreprise.

##### Pré-requis

Être amené à prendre la parole devant un auditoire.

##### Options pédagogiques

Travail 100% pratique, ludique et coopératif inspiré des techniques théâtrales sur la posture, la voix et l'engagement corporel. Passage devant la caméra.

##### Durée

14 heures (2 jours)

##### Tarif inter par personne

Adhérent : 990,00 € HT.

Non adhérent : 1 390,00 € HT.

##### Tarif intra

Nous consulter

#### Le Formateur : Pascal HAUMONT



Association Française des  
Conférenciers Professionnels

Pascal Haumont est consultant en communication et conférencier, expert de la prise de parole en public et de la conception de PowerPoint efficaces. Il est également comédien en improvisation théâtrale, one-man-show et théâtre. Auparavant, il a été ingénieur en informatique pendant douze ans dans de grandes entreprises telles que General Electric à Paris et Google à New York, en parallèle de ses activités sur scène. Il a écrit deux ouvrages « Parler en public, être écouté et convaincre » et « Pourquoi PowerPoint ne sert à rien... si on s'en sert mal ! » aux éditions Gereso.



# BULLETIN D'INSCRIPTION

## AUX STAGES UNIMEV TRAINING

**Bulletin à photocopier et à retourner par mail à [I.beaumont@unimev.fr](mailto:I.beaumont@unimev.fr)**

Intitulé du stage de formation : .....

.....

Votre société : .....

Nom, prénom et fonction du signataire de la convention : .....

.....

Téléphone : ..... Mail : .....

Facturation du stage :

À l'entreprise

Adresse si différente : .....

.....

À un OPCA

Précisez lequel : .....

.....

### Participant(s) à la formation

**Nom**

**Prénom**

**Fonction**

**Mail**

1 .....

2 .....

3 .....

4 .....

5 .....

6 .....





Union Française des Métiers de l'Événement  
11 rue Friant - 75014 PARIS  
01 53 90 20 00 - [www.unimev.fr](http://www.unimev.fr)

CONTACT UNIMEV : Laura BEAUMONT

t. +33 1 53 90 20 16

@ [l.beaumont@unimev.fr](mailto:l.beaumont@unimev.fr)

[www.unimev.fr](http://www.unimev.fr)