

2023



CATALOGUE
DES
FORMATIONS

unimev[®]
UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENT



La certification qualité a été délivrée au titre des catégories d'actions concourant au développement des compétences suivantes : les actions de formation

WWW.UNIMEV.FR



↳ UNIMEV FORMATION : LE CENTRE DE FORMATION DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENT EN FRANCE.

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

- > 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**
 - Parcours **sur mesure**
 - Formations en **présentiel** et à **distance**
- > Des formations pragmatiques, participatives et conviviales de **5 à 12 participants**
- > La **satisfaction de nos participants** : **96%** de nos stagiaires formés en 2021 pensent que le stage leur sera utile dans l'exercice de leurs fonctions.
- > Une **équipe dynamique** et garante de la qualité de l'accueil et des formations
- > Modalités d'accès : Pour toute demande (renseignements, inscription), n'hésitez pas à contacter Sophie VERGER : s.verger@unimev.fr

Toutes nos formations sont ouvertes aux personnes en situation de handicap. Nous mettrons tout en oeuvre pour leur assurer un accueil et une accessibilité adaptés. Contact Référente handicap : formation@unimev.fr

Indicateurs détaillés de performance sur demande

QUALIOPI

Depuis janvier 2022, UNIMEV est certifié Qualiopi. Ce label atteste de la qualité des processus mis en œuvre afin de pouvoir concourir au développement des compétences de vos collaborateurs. Ce référencement qualité vous permet également d'obtenir le remboursement partiel ou total de vos prestations de formation via leur organisme collecteur. Il peut s'agir des OPCO, des FAF (Fonds d'Assurance Formation) ou bien encore du CPF (Compte Personnel de Formation).



La certification qualité a été délivrée au titre des catégories d'actions concourant au développement des compétences suivantes : les actions de formation

CONTACT UNIMEV

> **Sophie Verger**
Chargée Emploi Formation
07 62 28 35 59
s.verger@unimev.fr

1 - Concevoir et valoriser vos événements / Page 5

Meeting design Niveau 1 : Comment bâtir un événement qui fait du sens avec l'EVEENTCANVAS ?
Meeting design Niveau 2 : Comment bâtir un événement qui fait du sens avec l'EVEENTCANVAS ?
Meeting Design Niveau 1 + 2 : L'EVEENTCANVAS pour l'événement virtuel/hybride
L'événementiel facile : réussir son événement avec les outils d'aujourd'hui
Adapter son événement aux attentes des visiteurs
Utiliser les réseaux sociaux dans sa stratégie de développement
Apprendre la gestion d'un événement par le jeu
Effective event communication ou comment communiquer en anglais avec efficacité sur votre événement

2 - RSE / Page 15

Évaluez et pilotez vos événements et vos sites avec CLEO, le calculateur de performance événementiel
Eco-concevoir ses événements
Piloter la RSE dans son organisation selon l'ISO 20121
Manager la RSE
Développer la RSE grâce à la santé et sécurité au travail
Alimentation événementielle responsable
Sobriété énergétique
Solutions et passage à l'acte d'un événement responsable
Mise en place d'un système de management responsable (SMR) : ISO 20121
Concevoir un événement responsable compatible avec le LEAD (Label des Événements à Ambition Durable)

3 - Développer vos talents / Page 30

Le burn-out ou syndrome d'épuisement professionnel
Développer son leadership
Diagnostiquer la dynamique de son équipe
Communiquer et influencer positivement
La négociation commerciale
Vendre et commercialiser un congrès / une offre MICE / un événement professionnel - grand public
Comment prospecter et fidéliser ses clients
Commercialisation d'une manifestation : process, outils et plan d'action

4 - Maîtrise votre environnement / Page 41

Tout savoir sur les nouvelles dispositions de la conv. collective des Bureaux d'Études Techniques
Droit Social : maîtriser les nouvelles dispositions réglementaires et jurisprudentielles
Les bases légales du management
Professionnels de l'événement, organisateurs de foires, salons, congrès : optimiser votre pratique de la TVA !

↳ 1 - Concevoir et valoriser vos événements



1 - Concevoir et valoriser vos événements

Marketing et Communication

Meeting Design Niveau 1 : Comment bâtir un événement qui fait du sens avec l'EVENTCANVAS ?

OBJECTIFS

Se familiariser avec le concept de meeting design ou architecture de l'événement
Utiliser la méthode de l'#EVENTCANVAS
Savoir pratiquer la méthode pour redonner sens et stratégie à vos événements

PROGRAMME

1 - Session d'introduction à la méthode

- Appréhender les outils Mural et Zoom
- Apprendre à se connaître
- L'EventCanvas, pourquoi et comment ?
- Comment les leaders et acteurs du changement utilisent l'#EventCanvas ?
- Les étapes de l' EventCanvas
- Cas d'étude pour le reste des sessions

2 - Identifiez le CHANGEMENT de comportement

- Identifier les 6 rôles pour l'Event Canvas
- Sélectionner nos parties prenantes
- Utilisation des cartes d'empathie
- Mise en pratique de l'Event Canvas par partie prenante

3 - CADREZ le défi de la conception

- L'EventCanvas étape par étape
- Créer l'histoire de chaque étape
- Le Delta Event Canvas : préparation pour la conception

4 - L'heure du PROTOTYPE

- Prototype/s de l'événement
- Debrief du Business case + questions additionnelles
- Remise du Certificat de Participation Niveau 1

CODE MKT01

Public

Cadres, responsables événementiels, collaborateurs

Pré requis

Être impliqué dans la stratégie, le développement, le marketing et la communication d'entreprises de lieux et entreprises événementielles.

Démarche pédagogique

Travail collectif sur un événement donné et choisi ensemble. Utilisation des outils Mural et Zoom.

Méthode d'évaluation

Cas pratique
Enquête de satisfaction

Durée : 8 heures en présentiel ou à distance
(2 modules de 4h00)

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT.
Non adhérent : 595,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2021 : 100%

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Le Formateur: Vincent Roux

Vincent ROUX est CEO de VRConsulting, un cabinet de conseils pour la filière événementielle et hôtelière. Certifié du Certificat d'Event Designers et Past Président de l'association Meeting Professionals International, Vincent a développé une expertise reconnue.

Passionné par son métier, Vincent prône pour la mise en relation, le dialogue et la transmission du savoir-faire et le savoir-être en intervenant lors de conférences, créant des événements et enseignant.



Meeting Design Niveau 2 : Comment bâtir un événement virtuel/hybride avec l'EVENTCANVAS ?

OBJECTIFS

Utiliser la méthode de l'EVENTCANVAS pour créer des événements virtuels et hybrides innovants
Comprendre les enjeux d'un événement virtuel/hybride
Créer le design de votre événement hybride en collaborant avec ces parties prenantes

PROGRAMME

1 - L'environnement des événements virtuels et hybrides

- Comprendre les enjeux des organisateurs et des participants
- Les typologies d'événements virtuels et hybrides
- Exemples d'événements phares et analyse de l'impact
- Benchmark des solutions existantes et pour quelle(s) fin(s)

2 - Articuler l'événement hybride (Cas d'étude)

- Event Canvas – 14 étapes incluant la partie budgétaire
- Comprendre le fonctionnement des participants créer les parcours d'expérience
- Technologies - plateforme d'interaction, matériel audio-visuel
- Event Delta – consolidation des idées générées

3 - L'heure des PROTOTYPES

- Debrief du Business case
- Prototype/s de l'événement : par groupe réflexion sur le prototype envisagé et le parcours d'expérience

4 - PROTOTYPES - la suite

- Prototype de l'événement : (suite) par groupe réflexion sur le prototype envisagé et le parcours d'expérience
- Présentation du prototype
- Mise en place des outils et solutions digitales pour cet événement
- Rédaction du cahier des charges pour une plateforme digitale
- Debrief du Business case + questions additionnelles
- Remise du Certificat de Participation Niveau 1
- Conclusion

CODE MKT02

Public

Cadres, responsables événementiels, et collaborateurs impliqués dans la stratégie, le développement, le marketing et la communication d'entreprises de lieux et entreprises événementielles.

Pré-requis

Avoir fait la formation Meeting Design Niveau 1

Démarche pédagogique

Travail collectif sur un événement donné et choisi ensemble. Utilisation des outils Mural et Zoom.

Méthode d'évaluation

Cas pratique
Enquête de satisfaction

Durée : 8 heures en présentiel ou à distance
(2 modules de 4h00)

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT.
Non adhérent : 595,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2021 : 100%

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Le Formateur: Vincent Roux

Vincent ROUX est CEO de VRConsulting, un cabinet de conseils pour la filière événementielle et hôtelière. Certifié du Certificat d'Event Designers et Past Président de l'association Meeting Professionals International, Vincent a développé une expertise reconnue. Passionné par son métier, Vincent prône pour la mise en relation, le dialogue et la transmission du savoir-faire et le savoir-être en intervenant lors de conférences, créant des événements et enseignant.



1 - Concevoir et valoriser vos événements

Marketing et Communication

Meeting Design Niveau 1 + 2 : L'EVENTCANVAS pour l'événement virtuel/hybride

OBJECTIFS

Se familiariser avec le concept de meeting design ou architecture de l'événement
Savoir pratiquer la méthode de l'#EVENTCANVAS pour redonner sens et stratégie à vos événements
Utiliser la méthode pour créer des événements virtuels hybrides innovants et impactants
Créer le design de votre événement hybride en collaborant avec ces parties prenantes

PROGRAMME

1 - Session d'introduction à la méthode

- Appréhender les outils Mural et Zoom
- L'EventCanvas, pourquoi et comment

2 - Identifiez le CHANGEMENT de comportement & l'OBJECTIF de nos parties prenantes

- Quels objectifs pour quels événements
- Pré et Post événement : identification du comportement par partie prenante
- Créer un parcours d'expérience adapté

3 - CADREZ le défi de la conception

- Construire ensemble l'articulation de l'événement grâce à l'Event Canvas par partie prenante

4 - L'environnement des événements virtuels et hybrides

- Comprendre les enjeux des organisateurs et des participants
- Les typologies d'événements virtuels et hybrides
- Benchmark des solutions existantes et pour quelle(s) fin(s)

5 - Articuler l'événement hybride (Cas d'étude)

- Event Canvas – 14 étapes incluant la partie budgétaire

6 - L'heure des PROTOTYPES

- Prototype/s de l'événement : par groupe réflexion sur le prototype envisagé et le parcours d'expérience
- Mise en place des outils et solutions digitales pour cet événement
- Rédaction du cahier des charges pour une plateforme digitale

CODE MKT03

Public

Cadres, responsables événementiels, collaborateurs

Pré requis

Être impliqué dans la stratégie, le développement, le marketing et la communication d'entreprises de lieux et entreprises événementielles.

Démarche pédagogique

Travail collectif sur un événement donné et choisi ensemble. Utilisation des outils Mural et Zoom.

Méthode d'évaluation

Cas pratique
Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures en présentiel ou à distance
(4 modules de 3h30)

Tarif inter par personne

Adhérent : 1 000 € HT.
Non adhérent : 2 000,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2021 : 100%

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Le Formateur: Vincent Roux

Vincent ROUX est CEO de VRConsulting, un cabinet de conseils pour la filière événementielle et hôtelière. Certifié du Certificat d'Event Designers et Past Président de l'association Meeting Professionals International, Vincent a développé une expertise reconnue.

Passionné par son métier, Vincent prône pour la mise en relation, le dialogue et la transmission du savoir-faire et le savoir-être en intervenant lors de conférences, créant des événements et enseignant.



1 - Concevoir et valoriser vos événements

Marketing et Communication

L'événementiel facile : réussir son événement avec les outils d'aujourd'hui

OBJECTIFS

Maîtriser les outils et les processus pour réussir son événement

PROGRAMME

1. Les étapes fondamentales d'un événement réussi

- Les 4 piliers d'un événement
- Les 4 formats des événements d'aujourd'hui

2. Planifier et anticiper

- Les 4 P : la méthode pour réussir n'importe quel événement
- Le rétroplanning
- Le budget : pilotage des dépenses, négociation des prestations et des tarifs
- Exemples de bons outils et tableaux de bords

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

- Les participants ont changé
- Comprendre ce qui se joue entre physique et digital

4. Booster l'avant événement grâce au faire venir et au faire rester

- Le développement du visitorat via des campagnes de recrutement avec des objectifs d'inscriptions individuelles et groupes
- Quels canaux de communication ?
- L'utilisation de l'IA dans sa communication

5. Identifier les bons KPIs

- Suivi des inscriptions et pilotage

6. Préparer la mise en place et le déroulé sur site

- Coordination des actions autour du parcours de visite : gestion de la mise en ligne du salon au sein du site et de la plateforme hybride, briefing des hôtes, accueil visiteurs et optimisation du parcours de visite, gestion des flux...

7. Actions et suivi post-événement

- Les différents outils et formats post-événement

CODE MKT04

Public

Equipes évoluant dans le monde de l'événementiel
Organisateurs d'événements.

Pré-requis

Avoir des connaissances sur les prestataires d'un événement.

Démarche pédagogique

Méthode active pour provoquer et structurer des échanges.

Mise en situation sur des cas pratiques.

Méthode d'évaluation

Etude de cas pratiques – quizz

Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT

Non adhérent : 1 500,00 € HT

Tarif intra : nous consulter

Taux de satisfaction : 1ère session en 2023

Nbre de participants (en inter) : 5 min – 10 max

Personne en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap
(nous consulter).

Le formateur : Benoît TRYSTRAM

Benoît TRYSTRAM, fondateur et gérant de Tout va très Bien, a plus de 19 ans d'expérience dans le domaine de l'événementiel. Il est l'une des références sur les événements hybrides, digitaux et métavers. Il a enseigné plus de 12 ans dans de nombreuses écoles : ECS Paris, ESGCI, ISEFAC Bachelor, Groupe IGS, EFFICOM, EFAP.

1 - Concevoir et valoriser vos événements

Marketing et Communication

Adapter son événement aux attentes des visiteurs

OBJECTIFS

Acquérir les fondamentaux nécessaires pour déployer une stratégie marketing centrée sur le visiteur, afin d'engager une nouvelle croissance et dynamiser sa fréquentation

Identifier la promesse de son événement et ses fondamentaux

Identifier les motivations des visiteurs

Structurer les critères de segmentation des visiteurs, le parcours et l'expérience visiteurs

Segmenter l'offre commerciale et événementielle

Mesurer la satisfaction clientèle

PROGRAMME

1. Actualiser et réinterroger ses fondamentaux marketing

- Identifier la promesse de son événement pour les visiteurs et en rédiger les fondamentaux
Diagramme de Porter, Forces & faiblesse Plateforme de marque, Parcours vs Expérience
- Structurer les critères de segmentation des visiteurs
- Identifier les motivations des visiteurs sur les fondamentaux identifiés. Persona, segmentation des publics, attentes des publics dans une analyse holistique

2. Structurer son événement en phase avec les attentes de ses visiteurs

- Traduire les attentes du public en cahier des charges, pour définir son positionnement et la déclinaison de son offre commerciale. Positionnement marketing, 5 niveaux de produits selon Kotler
- Proposer une offre d'animation adaptée aux attentes des visiteurs et cohérente avec les enjeux de fréquentation de l'événement. Matrice d'animation par objectif
- Structurer le parcours et l'expérience visiteurs en points factuels et vérifiables. Outils personnalisés de suivi parcours et expérience visiteurs
- Mesurer et intégrer la satisfaction du visiteur dans la stratégie pour répondre aux attentes du public sur les futures éditions. Indicateurs de performance KPI, questionnaire satisfaction et méthodologie

CODE MKT05

Public

Organisateurs d'événements BtoC ou BtoB : direction générale, commissaires de salons, responsables communication

Pré-requis

Être en charge de l'organisation d'événements pro / grand public

Démarche pédagogique

Méthode participative et interactive basée sur les événements des participants et mises en situation

Méthode d'évaluation

Mises en pratiques – quizz - Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel

Tarif inter par personne : Adhérent : 750,00 € HT

Non adhérent : 900,00 € HT

Non adhérent : 1.500,00 € HT

Tarif intra : nous consulter

Taux de satisfaction : 1ère session en 2023

Nbre de participants (en inter) : 5 min – 10 max

Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter).

Le formateur : François HEID

30 ans d'expérience dans le tourisme et l'événementiel. Il a notamment participé à la relance de Vulcania en Auvergne et d'Alpexpo à Grenoble. Profil hybride public / privé, il a une expérience dans la définition de stratégie marketing et dans leur mise en œuvre très opérationnelle. En tant que consultant, il accompagne, sur des enjeux de positionnement, de mise en marché et de transformation digitale, des acteurs publics et privés dans différentes filières. En tant que formateur il intervient sur des sujets de marketing stratégique, territorial et opérationnel dans différents organismes dont CCI Formation et l'IEFT



1 - Concevoir et valoriser vos événements

Marketing et Communication

Utiliser les réseaux sociaux dans sa stratégie de développement

OBJECTIFS

Acquérir les fondamentaux nécessaires pour définir une stratégie marketing d'utilisation des réseaux sociaux et déployer une ligne éditoriale efficace
Comprendre les spécificités des différents réseaux sociaux pour choisir les plateformes les plus adaptées à son événement
Apprendre à analyser les données et les statistiques des réseaux pour évaluer l'efficacité de son action et l'ajuster si besoin
Apprendre à définir son public cible et les objectifs attendus dans sa prise de parole sur chaque plateforme retenue
Comprendre les bonnes pratiques de création pour optimiser l'attractivité de ses réseaux et le taux d'engagement des publics
Apprendre à élaborer une stratégie de contenu et son calendrier éditorial

PROGRAMME

1. Introduction aux réseaux sociaux et aux outils d'analyse de leur performance

- Découvrir les différentes plateformes de réseaux sociaux
- Découvrir les outils d'analyse de réseaux sociaux (Facebook Insights, Google Analytics, etc.)
- Découvrir les indicateurs clés de performance (taux d'engagement, portée, clics, etc.)
- Apprendre à interpréter les données pour améliorer sa stratégie marketing

2. Utiliser des réseaux sociaux dans sa stratégie marketing

- Apprendre à identifier son public cible et ses personas au regard des objectifs marketing de l'évènement
- Apprendre à identifier les avantages et inconvénients de chaque plateforme au regard de l'évènement pour choisir les plus pertinents
- Apprendre à élaborer une stratégie de contenus et à mettre en place un calendrier éditorial
- Faire vivre son événement tout au long de l'année en animant sa communauté
- Découvrir les outils de création de contenu et les techniques de storytelling pour captiver l'audience

CODE MKT06

Public

Organisateurs d'événements BtoC ou BtoB : direction générale, commissaires de salons, responsables communication

Pré-requis

Être en charge de l'organisation d'événements pro / grand public

Démarche pédagogique

Méthode participative et interactive basée sur les événements des participants et mises en situation

Méthode d'évaluation

Mises en pratiques – quizz - Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures en présentiel

Tarif inter par personne : Adhérent : 600,00 € HT / Non adhérent : 1.200,00 € HT

Tarif intra : nous consulter

Taux de satisfaction : 1ère session en 2023

Nbre de participants (en inter) : 5 min – 10 max

Personne en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter).

Le formateur : François HEID

30 ans d'expérience dans le tourisme et l'évènementiel. Il a notamment participé à la relance de Vulcania en Auvergne et d'Alpexpo à Grenoble. Profil hybride public / privé, il a une expérience dans la définition de stratégie marketing et dans leur mise en œuvre très opérationnelle. En tant que consultant, il accompagne, sur des enjeux de positionnement, de mise en marché et de transformation digitale, des acteurs publics et privés dans différentes filières. En tant que formateur il intervient sur des sujets de marketing stratégique, territorial et opérationnel dans différents organismes dont CCI Formation et l'IEFT



1 - Concevoir et valoriser vos événements

Marketing et Communication

Apprendre la gestion d'événements par le jeu

OBJECTIFS

Maîtriser son stress
Apprendre à travailler en équipe et développer son leadership
Communiquer de manière claire et efficace à toutes les étapes
Être capable de planifier, de définir les priorités et gérer son temps
Faire face aux imprévus, savoir s'adapter, prendre des décisions
Optimiser et gérer efficacement les ressources

PROGRAMME

1. Accueil

- Avec : Reveal game
 - Découvrir le programme et les participants

2. Gestion du stress et gestion de projet

- Avec : Pandemic / L'île interdite
 - Prendre des décisions rapides et efficaces sous pression, faire des choix
 - Travailler ensemble pour atteindre un objectif commun

3. Travail en équipe et communication

- Avec : Codenames / The Mind
 - Valoriser le rôle de chacun au sein d'une équipe
 - Communiquer de façon efficace, comprendre les perspectives des autres pour réussir
 - Favoriser l'écoute active

4. Gestion de projet et stratégie

- Avec : Ticket to Ride / Encore
 - Mettre en place une stratégie à long terme, planifier et gérer les ressources
 - Optimiser et gérer efficacement les ressources

5. Brief et gestion du temps

- Avec : Dixit / Identik
 - Être capable de faire un brief clair, de donner des directives claires
 - Penser rapidement et gérer le temps

6. Réflexion et conclusion

- Appliquer les enseignements de la journée au monde de l'événementiel
- Identifier ses forces et faiblesses : carte mentale / araignée

CODE MKT07

Public

Équipes évoluant dans le monde de l'événementiel
Organisateurs d'événements.

Pré-requis

Avoir des connaissances sur les prestataires d'un événement.

Démarche pédagogique

Méthode ludique pour provoquer et structurer des échanges.

Mise en situation sur des cas pratiques.

Méthode d'évaluation

Analyse – quizz

Enquête de satisfaction

Durée : 1 jour en présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 600,00 € HT / Non adhérent : 1.200,00 € HT / Tarif intra : nous consulter

Taux de satisfaction : 1ère session en 2023

Nbre de participants (en inter) : 5 min – 10 max

Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Le formateur : Benoît TRYSTRAM

Benoît TRYSTRAM, fondateur et gérant de Tout va très Bien, a plus de 19 ans d'expérience dans le domaine de l'événementiel. Il est l'une des références sur les événements hybrides, digitaux et métavers. Il a enseigné plus de 12 ans dans de nombreuses écoles : ECS Paris, ESGCI, ISEFAC Bachelor, Groupe IGS, EFFICOM, EFAP.

1 - Concevoir et valoriser vos événements

Marketing et Communication

Effective event communication

ou comment communiquer en anglais avec efficacité sur votre événement

OBJECTIFS

Pitcher votre événement en anglais d'une manière authentique, engageante et structurée
Rédiger des textes clairs et personnalisés pour établir de bons rapports avec vos clients, vos prestataires et/ou votre communauté digitale
Utiliser un vocabulaire courant de l'événementiel avec aisance et précision

PROGRAMME

1. Faire connaissance, faire la conversation avec confiance

- Dépoussiérer votre anglais et monter en compétences conversationnelles avec des activités « Get to Know You (GTKY) »

2. Elargir votre vocabulaire commercial, logistique, en marketing et communication ... Dessinez-moi votre métier

- Utiliser le sketchnoting (la prise de notes visuelle) pour parler de votre métier et de vos missions
- Elaborer un lexique : créer des cartes mémo numériques avec Quizlet et faire un quizz en mode collaboratif pour réviser le vocabulaire acquis
- Mettre en pratique le vocabulaire en fonction des réalités professionnelles, exemples :
 - Vendre un stand à un futur exposant
 - Négocier avec un exposant
 - Expliquer le plan de communication de mon événement...

3. Ecrire directement à vos interlocuteurs

- Ecrire des textes courts : atelier de microwriting :
Faciliter le flux d'idées et développer votre fluidité grâce au speedwriting
Créer une description d'un événement en groupe
- Mettre en application les techniques d'écriture
Travailler sur un texte professionnel (mail, posts...) ou rédiger un texte dont vous aurez besoin

4. Engager votre public avec votre pitch

- Préparer votre pitch :
Identifier votre message
Être clair et direct : choisir les mots clés
Adapter votre pitch à un autre interlocuteur
- Animer votre pitch :
Visualiser et mémoriser l'information clé : story mapping
Visualiser et mémoriser les mots clés : technique « La Montagne »
- Adapter votre pitch à un autre d'interlocuteur :
utilisation de la voix et du langage corporel
Présenter votre pitch puis feedback

1 - Concevoir et valoriser vos événements

Marketing et Communication

Effective event communication

ou comment communiquer en anglais avec efficacité sur votre événement

CODE MKT08

Public

Toute personne amenée à interagir en anglais

Pré-requis

Niveau A2 en anglais : niveau intermédiaire ou usuel

Démarche pédagogique

Approche créative, individualisée et interactive s'appuyant sur les arts visuels, les techniques de storytelling et les expériences terrain

Méthode d'évaluation

Ateliers avec mise en pratique
Enquête de satisfaction

Durée : 2 jours – présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 900 € HT
Non adhérent : 1.500 € HT
Tarif intra : nous consulter

Taux de satisfaction : 1ère session en 2023

Nbre de participants : 5 min – 10 max

Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

La formatrice : Diane TISDALL

Fondatrice et formatrice diplômée de Tisdallish, des formations en anglais spontané. Ces formations pratiques font appel à mes 20 ans d'expérience dans les industries créatives et culturelles (notamment la musique, le théâtre et le patrimoine) ainsi que la recherche à dimension internationale (Londres, Paris, Stockholm, Tokyo, Caroline du Nord et Nouvelle-Galles du Sud). Elle accompagne tout professionnel souhaitant consolider et développer son anglais. Ses clients récents et actuels sont une championne de France Cadette du 1500m, le dirigeant de l'e-commerce VetSécurité, un sommelier du Stade Marcel Michelin (ASM Rugby) ainsi que des futurs développeurs des projets ou établissements culturels et managers internationaux (Université Clermont Auvergne et ESC Clermont Business School).

↳ 2 - RSE



Évaluez et pilotez vos événements et vos sites avec Cleo, le calculateur de performance événementielle

OBJECTIFS

S'approprier le calculateur (méthodologie d'études et fonctionnalités) et exploiter ses résultats afin de construire les argumentaires stratégiques pour ses parties prenantes

PROGRAMME

1 - Cleo, un calculateur stratégique pour les événements

- a. Le calculateur un outil de filière
 - Objectif de l'outil et intérêt du calcul d'impact
 - Sa co-construction de filière
 - Principes d'utilisation
 - b. Reporting de performance, source d'argumentaires
 - Comprendre les indicateurs
 - Exploiter les indicateurs
 - Communiquer sur les indicateurs
- Focus site : cleo, un outil de relation client-organisateur

2 - Méthodologie d'étude et fonctionnalités

- a. Data, comment collecter les données ?
 - Comprendre les données d'entrée
 - Atelier : quel processus de collecte interne
 - Mettre en place des enquêtes participants
- b. Cleo, comment fonctionne l'outil web ?
 - Le site internet du calculateur
 - La plateforme de reporting

3 - Atelier pratique

- a. Créer son reporting
- b. Exploiter son reporting

CODE DD01

Public

Dirigeants, directeurs, collaborateur au sein d'entreprises organisatrices d'événements ou gestionnaires de lieux.

Pré-requis

Etre en charge du pilotage événementiel, du marketing, développement et relations commerciales, du reporting, de la RSE ou de la de la communication.

Démarche pédagogique

Présentation des enjeux du reporting, méthodologies d'études, ateliers pratiques.

Méthode d'évaluation

Quizz - Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures (2 modules de 3h30) à distance

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT.

Non adhérent : 1 000,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2022 : 86%

Nbre de participants (en inter) : 4 min - 10 max

Le Formateur : Quentin Balblanc

Quentin Balblanc est Responsable Développement Durable chez UNIMEV. Il accompagne les entreprises dans la prise en main de l'outil et dans la recherche et mise en oeuvre de solutions RSE pour le secteur événementiel



Eco-concevoir ses événements

OBJECTIFS

- S'approprier les enjeux de l'événementiel éco-responsable
- Découvrir les solutions et outils concrets
- Réaliser un autodiagnostic de ses pratiques
- Co-construire son plan d'action pour éco-concevoir ses événements

PROGRAMME

1. Arbre à objectifs

- Atelier de partage autour des objectifs de la formation

2. Enjeux clés et raisons de s'engager

- Définition et notions clés (développement durable, écoresponsabilités, RSO, économie circulaire, transition écologique, performance globale, impact positif et héritage...)
- Pourquoi s'engager ? Recherche de sens, maîtrise des risques, conquête de nouveaux marchés, acceptabilité sociétale
- Enjeux clés de l'événementiel responsable

3. Eco-conception illustrée et diagnostic

- Revue du sujet de l'éco-conception des événements sous le prisme de 3 niveaux d'engagement
- 7 thématiques clés : décoration, lieu et technique, transports, restauration, impressions, goodies, déchets
- Présentation des enjeux et illustration de ce que c'est d'être « initié », « engagé », « expert » + autoévaluation du niveau de son/ses événements.

4. Planification et mise en œuvre opérationnelle

- Décliner opérationnellement ses enjeux RSE pour concevoir un événement éco-responsable : évaluation des enjeux, hiérarchisation, traduction des objectifs RSE en mode opérationnel, planification / éléments clés du plan d'action

CODE DD02

Public

Responsables / professionnels / consultants développement durable / RSE / QSHE / RH
Dirigeants d'organisations, référents démarche RSE

Pré-requis : Pas de pré-requis

Démarche pédagogique

Pédagogie active, études de cas, simulations, travaux de groupe, voire jeux de rôles

Méthode d'évaluation

Etude de cas pratiques – quizz
Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures en distanciel ou présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT
Non adhérent : 800,00 € HT
Tarif intra : nous consulter

Taux de satisfaction : 1ère session en 2023

Nbre de participants (en inter) : 5 min – 10 max

Personne en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter).

Le Formateur : Marie-Liesse DOVERGNE / Ipama

Marie-Liesse DOVERGNE est titulaire d'un doctorat sur la RSE dans l'événementiel sportif. En tant que consultante, elle a conseillé et accompagné différentes organisations du monde du sport (administrations, associations, établissements publics) dans la conception et la mise en œuvre de stratégies RSE. Parallèlement, elle a participé à former des centaines d'étudiants et de professionnels au management, à la communication, ainsi qu'aux stratégies de développement intégrant les enjeux du développement durable.

Piloter la RSE dans son organisation selon l'ISO 20121

OBJECTIFS

Se familiariser avec les enjeux clés de la RSE et les principes des démarches qualité

Appréhender les éléments clés de la norme ISO 20121 «Management responsable appliqué à l'activité événementielle» : maîtriser les éléments de la planification et de la mise en œuvre d'une démarche RSE (plan – do), savoir évaluer et consolider son système de management responsable (check – act)

Vérifier, chapitre par chapitre, la bonne compréhension de l'ensemble des exigences de la norme et de leur interprétation

Approfondir et clarifier les points nécessaires

Echanger autour de l'application concrète des exigences de la norme au cas pratiques rencontrés

PROGRAMME

1. Développement durable, responsabilité sociétale et transition écologique et sociale, de quoi parle-t-on ?

- Définition et notions clés
- Contexte international (accords de Paris, ODD)
- Contexte national (agenda 2030 et déclinaisons sectorielles)

2. Les engagements du secteur événementiel : les réseaux, labels, normes et outils de reconnaissance, les organisateurs, les lieux, les prestataires, les sponsors...

- De l'éphémère au durable : les enjeux (transport, énergie, déchets, restauration, accessibilité, impact économique, insertion professionnelle...), réussites, difficultés
- Pourquoi s'engager ? Recherche de sens, maîtrise des risques, conquête de nouveaux marchés, acceptabilité

3. Les premiers pas : conditions clés et réalisation du diagnostic de ses activités

- Les conditions clés d'un engagement réussi
- Les principales étapes d'une démarche crédible : du diagnostic initial à l'amélioration continue
- Le PDCA

4. Introduction à l'ISO 20121 – Chapitre 4

- Contexte – revue des 5 points du chapitre (déclaration de mission et de valeurs, cartographie des processus...)

5. Réaliser le diagnostic de ses activités

- Le dialogue avec les parties prenantes pour s'adapter et avancer ensemble (co-construction, intelligence collective interne, nouvelles relations clients / fournisseurs)
- Analyse de la matérialité des enjeux RSO de son entreprise et de ses activités
- La formalisation de ses valeurs, de sa politique et de sa stratégie

Jour 2

1. Leadership

- Revue des 3 points du chapitre 5 de l'ISO 20121
- Focus sur les différentes expressions du leadership, le rôle du responsable du système de management responsable au sein de l'organisation

2. Planification

- Revue des 2 points du chapitre 6 de l'ISO 20121
- Focus sur l'analyse des risques et opportunités et son utilisation, l'évaluation périodique des enjeux, les objectifs, cibles et plans d'action
- Focus sur le suivi et la vérification des exigences légales

3. Soutien

- Revue des 5 points du chapitre 7 de l'ISO 20121
- Focus sur la gestion des compétences et la sensibilisation

Piloter la RSE dans son organisation selon l'ISO 20121 - Suite

Jour 3

1. Soutien

- Focus sur la communication
- Focus sur la gestion documentaire

2. Fonctionnement

- Revue des 3 points du chapitre 8 de l'ISO 20121
- Focus sur les achats responsables

3. Evaluation des performances et amélioration continue

- Revue des 6 points des chapitres 9 et 10 de l'ISO 20121
- Focus sur : la matrice de maturité comme outil d'évaluation – les méthodes et outils de surveillance et d'analyse – les audits internes et les revues de direction – l'identification et le traitement des non-conformités

4. Atelier collaboratif

- Co-construction de préconisations d'actions à mettre en place à la suite de la formation

CODE DD03

Public

Responsables / professionnels / consultants développement durable / RSE / QSHE / RH
Dirigeants d'organisations, référents démarche RSE

Pré-requis

Expérience en lien avec la RSE

Démarche pédagogique

Apports théoriques, échanges autour d'exemples issus l'expérience du formateur et du stagiaire, ateliers d'application et synthèse

Méthode d'évaluation

Exercices pratiques – quizz – questionnaire
Enquête de satisfaction

Durée : 21 heures (3 jours) en présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 1.500,00 € HT

Non adhérent : 2.400,00 € HT

Tarif intra : nous consulter

Taux de satisfaction : 1ère session en 2023

Nbre de participants (en inter) : 5 min – 10 max

Personne en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter).

Les Formateurs : Ipama

Caroline DURAND-GASSELIN : Titulaire d'un Master en Politiques de l'Environnement de Sciences Po Paris, formée à l'audit de systèmes de management et à la conduite de programmes organisationnels de changement en faveur de la responsabilité sociétale et experte de l'accompagnement à la certification ISO 20121.

Matthieu JOUBERT : Titulaire d'un Master en management des organisations sportives et formé à l'audit de systèmes de management et compétent dans la mise en œuvre de plusieurs normes et référentiels de développement durable.

Laetitia ZAPPELLA : Titulaire d'un diplôme d'ingénieure en Aménagement du Territoire et d'un Master en Administration des Entreprises et formée à la mise en œuvre de prestations Bilan carbone®.

OBJECTIFS

- Expérimenter et s'approprier les étapes et les outils du management d'une démarche RSE pour être capable de sensibiliser, inspirer et engager
- Clarifier les enjeux liés à la fonction RSE
- Comprendre les différents contextes d'exercice de la fonction et leurs conséquences sur les modalités d'exercice
- Connaître les 3 leviers de la fonction RSE : organisation, missions, expertise/compétences
- Partager les bonnes pratiques

PROGRAMME

1. Manager une démarche RSE

- La vision, le sens, pourquoi s'engager dans une démarche RSE : connaître les données clés à partager pour sensibiliser
- Des solutions et des outils pour illustrer les modalités de mises en œuvre concrètes : partager des outils et des cas concrets pour inspirer
- Le pilotage et l'animation de la démarche RSE : expérimenter et s'approprier les outils d'animation de la démarche RSE

2. La fonction RSE

- Les points forts et les inconvénients de la fonction RSE, quel titre dans l'organisation
- La fonction RSE dans l'organigramme : positionnement et perception de la fonction
- Les missions liées à la fonction RSE : évolution de la fonction, la valeur ajoutée, les perspectives d'évolution
- Les compétences liées à la fonction RSE (hard skills, soft skills, 3 éléments clés, un profil type ?), construction d'une fiche de poste idéale
- Les difficultés rencontrées : pistes d'action, synthèse des 6 choses à faire pour bien (re)commencer

CODE DD04

Public

Responsables / professionnels / consultants développement durable / RSE / QSHE / RH
Dirigeants d'organisations, référents démarche RSE

Pré-requis

Connaissance de bases du développement durable et de la RSE
Connaissance de la stratégie RSE de votre organisation

Démarche pédagogique

Apports théoriques, échanges autour d'exemples issus l'expérience du formateur et du stagiaire, ateliers d'application et synthèse

Méthode d'évaluation

Etude de cas pratiques – quizz - questionnaire
Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures (2 demi-journées) en distanciel

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT
Non adhérent : 800,00 € HT
Tarif intra : nous consulter

Taux de satisfaction : 1ère session en 2023

Nbre de participants (en inter) : 5 min – 10 max

Personne en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter).

La Formatrice : Marie-Liesse DOVERGNE / Ipama

Marie-Liesse DOVERGNE est titulaire d'un doctorat sur la RSE dans l'événementiel sportif. En tant que consultante, elle a conseillé et accompagné différentes organisations du monde du sport (administrations, associations, établissements publics) dans la conception et la mise en œuvre de stratégies RSE. Parallèlement, elle a participé à former des centaines d'étudiants et de professionnels au management, à la communication, ainsi qu'aux stratégies de développement intégrant les enjeux du développement durable.

Développer la RSE grâce à la santé et sécurité au travail

OBJECTIFS

Situer les enjeux et obligations en santé et sécurité au travail sur un événement

Être en mesure d'engager les démarches en santé et sécurité au travail lors de l'organisation d'un événement

PROGRAMME

1. Identifier les enjeux de la santé sécurité

- Place de la santé sécurité au travail dans les normes et référentiels RSE et QVT
- Travail en groupe sur les enjeux humains, financiers, juridiques, économiques et organisationnels et mise en commun

2. Bases légales

- Obligations de l'employeur, du salarié
- Evaluation des risques
- Principes généraux de prévention
- Informations et formations

3. Etude de cas

- Organisation d'un événement : quelles démarches en santé et sécurité enclencher et comment intégrer la RSE ?

4. Documentation

- Système documentaire autour de la santé et la sécurité au travail pour un événement : vigilance, prévention des risques (attestations, plan de prévention, vérifications...)

CODE DD05

Public

Référents RSE / Développement durable / QHSE
Responsables Ressources Humaines
Dirigeants d'organisations

Pré-requis

Aucun

Démarche pédagogique

Apports théoriques : exposé de la réglementation, analyse de la réglementation appliquée aux événements, études de cas

Méthode d'évaluation

Etude de cas pratiques – questionnaire
Enquête de satisfaction

Durée : 3,5 heures en présentiel ou distanciel

Tarif inter par personne

Adhérent : 300,00 € HT
Non adhérent : 500,00 € HT
Tarif intra : nous consulter

Taux de satisfaction : 1ère session en 2023

Nbre de participants (en inter) : 5 min – 10 max

Personne en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter).

Le Formateur : Philippe MAGNIEZ / Ipama

Philippe MAGNIEZ est titulaire d'un Mastère Spécialisé en Qualité, Sécurité, Environnement, intervenant en Prévention des Risques Professionnels (IPRP IDF / 2021 / 01) et formateur Santé, Sécurité au Travail. Depuis 2021, à la tête de l'entreprise Prévenscène, il accompagne les professionnels de l'audiovisuel, du spectacle et de l'événementiel pour conjuguer Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) et santé et sécurité au travail.

Alimentation événementielle responsable

OBJECTIFS

Comprendre et s'approprier les enjeux environnementaux et sociaux liés à l'alimentation dans l'organisation d'événements

Comprendre les étapes méthodologiques pour développer une offre alimentaire durable

Comprendre les enjeux liés à la communication de ses engagements et actions auprès du public et de l'ensemble de ses parties prenantes

Mettre en pratique de façon concrète les enseignements de la journée

PROGRAMME

1. Remise en contexte globale sur les enjeux de transition dans l'événementiel

- Approche cycle de vie de l'événementiel : énergie, déchets, transport, alimentation
- Remise en contexte dans les grands enjeux : changement climatique et GES, biodiversité, enjeux sociaux et sociétaux

2. Présentation des enjeux RSE et bonnes pratiques spécifiques à l'alimentation

- Pratiques agricoles dans les filières : usage des produits phytosanitaires et intrants, biodiversité, bien-être animal
- Empreinte carbone et ressources : circuits courts, emballages et déchets, gaspillage et pertes, modèle alimentaire, eau...
- Répartition de la valeur : commerce équitable, accompagnement à la transition écologique...
- Engagement des consommateurs : communication responsable et transparence, enjeux des labels, démarches de progrès...

3. Cadre de travail pour la construction d'un cahier des charges d'alimentation et restauration durable

- Présentation des axes méthodologiques stratégiques : diagnostic des enjeux, définition des ambitions, dialogue avec les parties prenantes, structuration du cahier des charges et indicateurs, architecture de communication responsable, conception de l'animation de la démarche

4. Mise en pratique : atelier collaboratif

- Prototypage d'un cahier des charges pour une offre alimentaire et de restauration durable

CODE DD06

Public

Responsables / professionnels / consultants développement durable / RSE / QSHE / restauration événementielle

Dirigeants d'organisations, référents démarche RSE

Pré-requis

Connaissance de bases du développement durable et de la RSE

Connaissance de la stratégie RSE de votre organisation

Démarche pédagogique

Apports théoriques, échanges autour d'exemples issus l'expérience du formateur et du stagiaire, ateliers d'application et synthèse

Méthode d'évaluation

Etude de cas pratiques – quizz - questionnaire

Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures (2 demi-journées) en distanciel

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT

Non adhérent : 800,00 € HT

Tarif intra : nous consulter

Taux de satisfaction : 1ère session en 2023

Nbre de participants (en inter) : 5 min – 10 max

Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter).

Le Formateur : Arthur LECERCLE / Ipama

Arthur LECERCLE, est titulaire d'un double diplôme de l'Ecole Polytechnique et d'AgroParisTech, il s'est spécialisé au cours de ses études sur les enjeux écologiques et environnementaux. En 2014, il rejoint le pôle Alimentation et Consommation Responsables chez Utopies, cabinet pionnier de la RSE en France, au sein duquel il met ses compétences scientifiques au service de missions de conseil en stratégie RSE pour les entreprises du secteur agro-alimentaire.

Sobriété énergétique

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux de la sobriété énergétique selon les secteurs (organismes, sites, prestataires)
- Identifier les facteurs d'influence selon les parties prenantes internes
- Interagir avec les parties prenantes externes
- Acquérir une méthodologie d'optimisation énergétique en concertation

Programme

1. Module 1 : Théorie, ordre de grandeur et cadrage réglementaire

- Référentiels par secteurs
- Plan de sobriété
- Ordres de grandeur eq co2 et types d'énergie
- Management responsable
- Le modèle Paris 2024

2. Module 2 : Interactions entre les différents secteurs et les bonnes pratiques

- Les différents secteurs : organismes, prestataires, lieux
- Les grandes familles de métiers consommateurs d'énergie
- Etude de cas

3. Module 3 : Indicateurs de « sobriété énergétique »

- Les indicateurs au service de la démarche d'amélioration continue
- Les variables du bilan de puissance
- Etude de cas
- Mise en pratique

4. Module 4 : Optimisation et suivi des performances

- Impératifs de sécurité et de conformité
- Fiche de besoin
- Analyse de fiches de besoin
- Sensibiliser ses parties prenantes

CODE DD07

Public

Gestionnaires de sites / Consultants Développement Durable / RSE / QSHE / Directeurs techniques / Dirigeants d'organisations et référents de la démarche RSE / Organismes d'événements
Participants issus d'organisations engagées dans une démarche de certification ISO 20121 ou de labellisation BCorp

Pré-requis : Connaissances de base en matière de développement durable et de RSE / Connaissance du plan de sobriété de son organisation (le cas échéant)

Démarche pédagogique

Apports théoriques, études de cas, simulations, travaux de groupes voire jeux de rôles

Méthode d'évaluation

Mises en pratiques – quizz - Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures en présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT
Non adhérent : 800,00 € HT
Tarif intra : nous consulter

Taux de satisfaction : 1ère session en 2023

Nbre de participants (en inter) : 5 min – 10 max

Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter).

Le Formateur : Jérémie JOURDAIN / Ipama

Chargé d'affaires audiovisuel pendant 8 ans, ainsi qu'en charge du secteur événementiel chez un loueur d'énergie électrique et thermique d'envergure pendant 7 ans, il s'implique activement pour le développement de solutions innovantes et éco-responsables sur le secteur événementiel. Diplômé en management de la RSE à l'Institut Léonard de Vinci, il accompagne depuis 2022 les organisations pour leur permettre de faire face aux enjeux actuels de sobriété énergétique sur un secteur particulièrement exposé avec une offre de conseil indépendante de dimensionnement du besoin énergétique couplant une supervision des usages et l'optimisation par la data.

Solutions et passage à l'acte d'un événement responsable

OBJECTIFS

Comprendre les principes et enjeux du développement durable appliqués à l'événementiel

Aller plus loin dans l'organisation d'un événement responsable par des mises en application sur des sujets incontournables

Acquérir de nouvelles compétences pour accueillir et concevoir des événements : zéro déchet, zéro net carbone, inclusifs, responsables sur la restauration

Acquérir une méthodologie fiable pour minimiser les impacts négatifs de ses événements et maximiser les impacts positifs

PROGRAMME

1. Introduction au développement durable et à la formation / modules 1 à 4 (3 heures / module)

M 1 - Vers des événements zéro net carbone

M 2 - Vers des événements zéro net déchets

M 3 - Vers des événements à impact social positif

M 4 - Vers une alimentation responsable

- Introduction
- Comprendre les enjeux (contexte, chiffres clés), la démarche
- Connaître la réglementation
- Maîtriser les étapes clés : identifier les postes sensibles, impliquer les parties prenantes, identifier les leviers et construire un plan d'actions, activer les filières pour agir

2. Bilan et évaluation / module 5 (2 heures)

- Retour sur les travaux issus des ateliers
- Finalisation du plan d'actions
- Evaluation

CODE DD08

Public

Responsables / professionnels / consultants développement durable / RSE
Dirigeants d'organisations, référents démarche RSE

Pré-requis

Connaissances de bases du développement durable et de la RSE

Démarche pédagogique

Apports théoriques, positionnement par introduction individuelle, ateliers participatifs, pédagogie inversée

Méthode d'évaluation

Etude de cas pratiques – quizz
Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures (5 demi-journées) en distanciel

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT
Non adhérent : 900,00 € HT
Tarif intra : nous consulter

Taux de satisfaction : 1ère session en 2023

Nbre de participants (en inter) : 5 min – 10 max

Personne en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter).

La formatrice : Béatrice MAZEROLLES / Green Evénements

Béatrice MAZEROLLES est titulaire d'un master Développement durable des organisations de Dauphine et d'un Bachelor of Art in Business Administration (UWE, Bristol). Référente Qualiopi chez Green Evénements, elle a formé un grand nombre de personnes sur des modules sur mesure ou au catalogue. Elle intervient sur plusieurs formations et accompagne les acteurs de l'événementiel dans leur démarche RSE et leur certification ISO.

Développement durable

Mise en place d'un système de management responsable (SMR) : ISO 20121

OBJECTIFS

Mise en place d'un système de management responsable conforme à la norme ISO 20121 en vue de la certification :
Comprendre comment mettre en œuvre un système de management responsable
Maîtriser les enjeux du développement durable spécifiques à l'activité événementielle
Savoir engager les parties prenantes
Acquérir une méthodologie d'évaluation et de suivi du plan d'actions
Répondre aux exigences de la norme ISO 20121 par la mise en place de processus de management responsable et la formalisation d'un système documentaire
Evaluer dans une logique d'amélioration continue

Programme

Module 1 : Le système de management et la norme ISO 20121 (1 x 7 h)

1. Introduction à la norme ISO 20121
 - Introduction au développement durable ; présentation des grands enjeux de développement durable pour la filière événementielle
 - Présentation de la norme ISO 20121 : définitions, fonctionnement d'un système de management responsable appliqué à l'activité événementielle, le principe de l'amélioration continue
 - Planification du projet
 - Démarrage du diagnostic stratégique : définition Du périmètre de certification, définition des objectifs stratégiques et analyser son contexte d'entreprise (matrice SWOT), présentation de la consultation des parties-prenantes, méthode et présentation de la matrice de matérialité
2. Travaux à réaliser en autonomie
 - Identifier les valeurs de l'entreprise, les objectifs stratégiques et le contexte (matrice SWOT)
 - Identifier l'impact des enjeux de développement durable sur les objectifs stratégiques de l'entreprise
 - Identifier les parties prenantes
 - Planifier et débiter les écoutes des parties prenantes

Module 2 : Diagnostic et définition des enjeux prioritaires (2 x 3 h 30)

1. Partie théorique
 - Revue des travaux du module 1 pour validation
 - Hiérarchisation des enjeux selon les objectifs stratégiques de l'entreprise
 - Savoir utiliser la matrice de matérialité - Exercices pratiques
 - Mener les écoutes des parties prenantes sélectionnées
2. Travaux à réaliser en autonomie
 - Poursuivre la programmation des écoutes avec les parties prenantes
 - Définir les actions associées à son contexte d'entreprise
 - Se familiariser avec les trames d'écoutes pour se les approprier

Module 3 : Objectifs de développement durable et documents cadres (2 x 3 h 30)

1. Partie théorique
 - Revue des travaux du module 2 pour validation
 - Décliner les enjeux prioritaires en objectifs, indicateurs et cibles
 - Présentation du Manuel SMR
 - Rédiger sa politique de développement durable
 - Expliquer son fonctionnement à travers sa cartographie des processus
 - Bâtir son plan d'actions
 - Exercices pratiques
2. Travaux à réaliser en autonomie
 - Construire le plan d'actions et le tableau de bord (indicateurs, cibles, échéances de mise en œuvre)
 - Etablir sa cartographie des processus
 - Rédiger sa politique de développement durable
 - Rédiger son manuel SMR

Mise en place d'un système de management responsable (SMR) : ISO 20121 - Suite

Module 4 : S'approprier les exigences de la norme et rédiger les procédures (2 x 3 h 30)

1. Partie théorique

- Revue des travaux du module 3 pour validation
- S'approprier les exigences de la norme
- Savoir comment rédiger les procédures clés de son système de management
- Le guide de mise en œuvre, répondant aux exigences de la norme ISO 20121
- Présentation des exigences liées à la stratégie et à la communication
- Faire vivre son plan d'actions et impliquer les pilotes
- Exercices pratiques

2. Travaux à réaliser en autonomie

- Continuer à faire vivre son plan d'actions
- Poursuivre la rédaction des documents cadres
- Rédiger sa procédure sur la stratégie et l'identification des enjeux DD
- Identifier les pilotes des procédures clés
- Collecter les informations pour pouvoir aider à la rédaction des procédures clés, notamment celle sur la communication avec ses parties prenantes

Module 5 : Rédaction des procédures achats responsables, non-conformités et communication (2 x 3 h 30)

1. Partie théorique

- Revue des travaux du module 4 pour validation
- Savoir comment rédiger la procédures Achats Responsables
- Savoir comment rédiger la procédure Communiquer avec ses parties prenantes
- Savoir comment rédiger la procédure Traitement des non-conformités
- Continuer à faire vivre son plan d'actions en impliquant l'ensemble des collaborateurs
- Exercices pratiques

2. Travaux à réaliser en autonomie

- Continuer à faire vivre son plan d'actions
- Poursuivre la rédaction des documents cadres
- Identifier les pilotes et collecter les informations pour pouvoir rédiger les procédures Achats responsables et traitement des non-conformités
- Rédiger les procédures Achats responsables, Communication et Traitement des non-conformités

Module 6 : Rédaction des procédures exigences légales et maîtrise des risques – Evaluation de sa démarche (audit interne) (2 x 3 h 30)

1. Partie théorique

- Revue des travaux du module 5 pour validation
- Savoir comment rédiger la procédure sur la prévention des risques et la maîtrise des situations d'urgence
- Savoir comment rédiger la procédure sur les exigences légales et volontaires
- Se préparer à l'audit interne : présentation de la conduite d'un audit interne (posture de l'auditeur, élaborer un programme d'audits internes, déroulement)
- Savoir comment rédiger la procédure Audits internes
- Exercices pratiques

2. Travaux à réaliser en autonomie

- Continuer à faire vivre son plan d'actions
- Poursuivre la rédaction des documents cadres
- Identifier les pilotes et collecter les informations pour pouvoir rédiger les procédures Exigences légales et Gestion des Risques
- Rédiger les procédures Exigences légales et Gestion des Risques
- Mobiliser tous les acteurs et les préparer à l'audit interne et de certification
- Planifier l'audit interne et l'audit de certification

2 - RSE

Développement durable

Mise en place d'un système de management responsable (SMR) : ISO 20121 - Suite

Module 7 : Animer, évaluer et faire le bilan de sa démarche (1 x 7 h)

1. Partie théorique

- Revue des travaux du module 6 pour validation
- Se projeter sur la finalisation du système de management responsable
- Planification des audits
- Faire le bilan et initier l'amélioration continue – préparer sa revue de direction
- Animer sa démarche dans le temps
- Exercices pratiques

2. Travaux à réaliser en autonomie

- Finaliser la rédaction du Manuel SMR
- Mettre à jour le plan d'actions et faire le bilan de certaines actions
- Préparer ses équipes à passer l'audit interne et la revue de direction
- Animer sa démarche dans le temps

NB : Prévoir la réalisation d'un audit interne et d'une revue de direction

CODE DD09

Public

Toute structure souhaitant s'emparer des questions de RSE par la certification ISO 20121

Pré-requis

Expérience en lien avec la RSE

La mobilisation de toute l'entreprise : la démarche ISO 20121 impacte l'ensemble de l'entreprise et nécessite la participation de tous et en particulier de la Direction. Être présent sur l'ensemble des modules
Effectuer les travaux demandés entre chaque session

Démarche pédagogique

Alternance apports théoriques et cas pratiques

Travaux pratiques entre chaque séance, ateliers participatifs

Méthode d'évaluation

Ateliers avec mise en situation – jeux de rôle – quizz et tests / Questionnaires d'évaluation / Enquête de satisfaction

Durée : 49 heures – distanciel

Tarif inter par personne

Adhérent : 6.500 € HT

Non adhérent : 7.500 € HT

Tarif intra : nous consulter

Taux de satisfaction : 1ère session en 2023

Nbre de participants (en inter) : 5 min – 10 max

Personne en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

La formatrice : Pauline FROST / Green Événements

Directrice conseil chez Green Événements depuis 2021, Pauline Frost a passé plus de 10 ans au sein d'agences événementielles en France, tant sur des missions de production que projets. Titulaire d'un Bachelor de gestion, Pauline conseille les acteurs de la filière à réaliser des événements plus durables, tout en les accompagnant dans la mise en place de leur stratégie RSE et dans la construction de leur système de management responsable (ISO 20121).

Développement durable

Concevoir un événement responsable compatible avec le LEAD (Label des Evénements à Ambition Durable)

OBJECTIFS

Introduction au Développement durable appliqué à l'événementiel

Comprendre les exigences du label LEAD

Aller plus loin dans l'organisation d'un événement responsable par des mises en application sur des sujets incontournables

Acquérir de nouvelles compétences pour accueillir et concevoir des événements : zéro déchets, zéro net carbone, inclusifs, responsables sur la restauration

Acquérir une méthodologie fiable pour répondre aux ambitions du LEAD

Module 1 : Comprendre les exigences d'un événement à Ambition Durable (1 x 3,5 h)

1. Introduction au développement durable appliqué au secteur de l'événementiel

- Introduction au développement durable ; présentation des grands enjeux de développement durable pour la filière événementielle (avec ateliers sur la plateforme Mural)

2. LEAD (Label à Ambition Durable) : exigences et solutions

- Présentation du label (les protagonistes, le référentiel, le système de notation, le planning de l'audit)
- Revue des exigences des 13 mesures du label (description, indicateur et éléments de preuves)
 - Vers des événements zéro net carbone
 - Vers des événements zéro déchet
 - Vers des événements à impact social positif
- BONUS : communiquer sur les enjeux du LEAD

3. Travaux à réaliser en autonomie pour le module 2

- Cartographier : les entrants de l'événement et leur mode valorisation prévu
- S'approprier le référentiel et ses exigences
- Déterminer quelle médaille vous envisageriez pour votre événement. Quels critères sont les plus difficiles selon vous à mettre en place ? Pourquoi ? Quels critères vous paraissent les plus faciles ? Pourquoi ?
- Faire le module de e-learning Climeet (optionnel)

CODE DD10

Public

Toute structure souhaitant créer un événement responsable et/ou labeliser son événement avec le label LEAD

Pré-requis

Des convictions sur les attendus d'un événement responsable et le développement durable.

Il est préférable que cette formation ait lieu 3 mois avant l'événement au minimum, afin que l'organisateur ait plus de flexibilité sur la construction de son événement
Des travaux seront demandés entre les deux modules (prévoir au minimum 0,5 jour du temps du stagiaire)

Démarche pédagogique

Alternance apports théoriques et cas pratiques
Travaux pratiques entre chaque séance, ateliers participatifs

Méthode d'évaluation

Ateliers avec mise en situation – quizz et tests / Questionnaires d'évaluation / Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures – présentiel ou distanciel

Tarif inter par personne

Adhérent : 500 € HT

Non adhérent : 900 € HT

Tarif intra : nous consulter

Taux de satisfaction : 1ère session en 2023

Nbre de participants (en inter) : 5 min – 10 max

Personne en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Développement durable

Concevoir un événement responsable compatible avec le LEAD (Label des Evénements à Ambition Durable) - Suite

Module 2 : Application / construction d'un plan d'actions LEAD sur votre événement (1 x 3,5 h)

1. Ambition de l'événement et échanges sur les exigences LEAD

- Revue des travaux du module 1 pour répondre aux interrogations éventuelles sur les exigences du label et valider l'ambition de l'événement (Bronze/argent/or)

2. Construction d'un plan d'action LEAD sur votre événement

- Cartographie des parties prenantes
- Plan d'actions à zéro déchet (réponse à la mesure 1.1 « Eco-concevoir votre événement »). Revue du travail effectué par le stagiaire pour le module 2.
- Plan d'actions LEAD :

Savoir comment construire un plan d'action LEAD

Compléter le tableur Excel par des actions spécifiques pour votre événement responsable

Travail sur un outil Excel rassemblant sur plusieurs onglets toutes les exigences, actions et les templates permettant de répondre aux exigences du LEAD. Cet outil sera complété au fur et à mesure de ce Module 2 afin que le stagiaire puisse repartir avec une base de documentation et un plan d'actions détaillé pour son événement responsable

Les formatrices :

Solen DE KERVASDOUE / Green Evénements

Solen DE KERVASDOUE est titulaire d'un master of science International Sustainability Management/ University of Birmingham – Bsc Economics & Geography. Elle est référente LEAD pour Green Evénement et accompagne les acteurs de l'événementiel dans leur démarche RSE et leur certification ISO

Laurence BOURGUIGNON / Green Evénements

Laurence BOURGUIGNON est titulaire d'un Master management DD et qualité. Elle a été formée à la méthodologie Bilan Carbone et accompagne les acteurs de l'événementiel dans leur démarche RSE, labélisation LEAD et leur certification ISO

↳ 3 - Développer
vos talents



2 - Développer vos talents

Management

Le burn-out ou syndrome d'épuisement professionnel

OBJECTIFS

Savoir prévenir ou gérer des situations de burn-out, avec le salarié concerné et le reste de l'équipe.

PROGRAMME

1 - RETOUR D'EXPERIENCES (REX)

2 - COMPRENDRE LE BURN-OUT, POUR MIEUX AGIR :

Enjeux d'une prévention du burn-out

- Principaux facteurs de RPS
- Coûts et bénéfices de la santé au travail
- En quoi le management est-il concerné ?
- Enjeux d'une responsabilité civile et pénale des dirigeants

La définition la plus largement utilisée

- Un risque psychosocial
- Les facteurs du burn-out : individuels et organisationnels
- Le processus : les trois étapes menant au burn-out
- Les symptômes constitutifs du burn-out

Diagnostic différentiel

- Surmenage, dépression, instrumentalisation...
- Burn-out, bore-out, brown-out

3 - INTERVENIR PRECOCEMENT : PREVENIR LE BURN-OUT ET ACCOMPAGNER LES SALARIES

Détecter le burn-out - signaux individuels et collectifs

- La détection précoce des signaux d'alerte
- L'évaluation des risques de burn-out pour soi-même

Accompagner le burn-out à différents niveaux

- Prise en charge individuelle
- Passer d'une situation individuelle à un questionnement collectif et organisationnel

4 - ETUDE DE SITUATIONS CONCRETES

Partage de difficultés et de bonnes pratiques selon la méthode du Co-développement

CODE QVT01

Public

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

Pré-requis

Encadrer une équipe.

Démarche pédagogique

Formation associant les aspects théoriques et implication pratiques (échanges, exemples concrets).

Méthode d'évaluation

QCM
Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures en présentiel ou à distance
(2 modules de 3h30)

Tarif inter par personne

Adhérent : 450,00 € HT.
Non adhérent : 900,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction : Nouveau programme

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Les formatrices : Cabinet AlterAlliance

Valérie SCHEGIN

Médiatrice, Valérie a commencé par travailler en milieu industriel. Consultante associée, elle est intervenante en Prévention des Risques Professionnels (IPRP). Sa connaissance terrain de l'entreprise lui permet d'être au plus proche des attentes des organisations.



Vanessa BOISSARD

Psychologue Sociale, Vanessa intervient depuis 15 ans sur des missions qui requièrent de fortes capacités de diagnostic, organisationnel et managérial. Consultante associée, elle est aussi intervenante en Prévention des Risques Professionnels (IPRP) et enseignante (Université de Paris).



Développer son leadership

OBJECTIFS

Développer son leadership relationnel
Potentialiser l'énergie collective au sein de son équipe
Accroître la performance de son équipe

PROGRAMME

1 - Le leader charismatique

- Clarifier son positionnement dans la structure : rôle, pouvoirs responsabilités, besoins.
- Identifier ses talents de leader (compétences personnelles et relationnelles)
- Les composantes du leadership relationnel
- Mettre en cohérence son système de valeurs avec son propre style de leadership :
 - Connaitre son type de personnalité et de leadership associé
 - Identifier ses points forts et ses points faibles
 - Identifier les comportements à modifier et comment le faire

2 - L'analyse de la structure de son équipe et des dynamiques existantes

- Cartographie de l'équipe (fonctions, rôles, personnalité, besoins, attentes, niveau d'autonomie)
- L'impact de la culture interne sur le mode de communication
- Nature des processus relationnels au sein de mon groupe
- Les dysfonctionnements et les sources de conflit interpersonnel :
 - Savoir où et comment intervenir

CODE MAN01

Public

Dirigeants, Directeurs, Responsables de services et Managers.

Pré-requis : Encadrer une équipe.

Démarche pédagogique

Apport théorique, transposition en situation de travail, confrontation d'expériences et de points de vue. consolidation théorique et accompagnement à la conduite du changement au sein de son groupe

Méthode d'évaluation : Entretien personnel pré-formation (évaluation des acquis, auto-évaluation de son type de leadership et définition objectifs) et post formation (atteinte des objectifs et acquis). Enquête de satisfaction

Durée : 17,5 heures :

14 heures (2 jours) en inter et en présentiel
3,5h en individuel à distance

Tarif inter par personne

Adhérent : 2 000,00 € HT.
Non adhérent : 4 000,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction : Nouveau programme

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Développer son leadership - Suite

PROGRAMME - la suite

3 - La gestion des processus relationnels contreproductifs

- Les moteurs sous-jacents d'un conflit
- Les modes opératoires du conflit (transactions cachées + amorce de jeux psychologiques)
- Les attitudes et transactions nécessaires à une communication efficace : -
Savoir anticiper les risques de conflit et intervenir avec efficacité

4 - Développer un esprit d'équipe contributif à une gestion performante de l'activité

- Les facteurs de résistances au changement
- Les leviers de motivation individuelle et collective
- Les conditions de la coopération entre les membres de l'équipe en lien du leader
- Les clés de l'autonomie de chacun de ses collaborateurs
 - Savoir comment prendre appui sur le modèle de conduite du changement
« Emerging Change »

La Formatrice : Anne-Caroline FEIST

Directrice de Anne-Caroline Feist-Consulting
Experte en management d'équipes, en communication interpersonnelle et en conduite du changement, Anne-Caroline intervient auprès des directions et des managers depuis plus de 20 ans et depuis plus de 10 ans comme formatrice auprès d'Unimev avec pour objectifs majeurs l'optimisation de la dynamique d'équipe et l'efficacité managériale. Toutes ses actions de formations sont réalisées sur mesure.



Diagnostiquer la dynamique de son équipe

OBJECTIFS

- Etablir le diagnostic de son groupe à l'aide d'outils d'analyse
- Conduire les changements opérationnels de son équipe
- Développer la performance de son équipe

PROGRAMME

1 - Diagnostic de la structure du groupe hiérarchique

- Les types de groupe
- Identification des frontières existantes au sein de son groupe (environnement du groupe, leader et membres)
- Les besoins de l'environnement
- L'autorité du groupe (leadership, canon)
- Les membres du groupe (structure organisationnelle et individuelle)
- Les positions relatives
- Les modes de structuration du temps relationnel
- Le niveau de travail effectif du groupe

2 - Diagnostic de la dynamique existante au sein du groupe

- Type de groupes : groupe en configuration d'activité, groupe de combat et groupe de processus internes
- Analyse des pressions existantes au sein de son groupe
 - Les processus externes (environnement/groupe)
 - Les processus internes (leader/équipe, au sein des équipes et entre les équipes)

3 - Interventions

- Elaboration des options de changements à mettre en oeuvre au sein de son équipe

CODE MAN02

Public

Dirigeants, Managers, Responsable RH

Pré-requis : Encadrer une équipe.

Démarche pédagogique

Active et participative. Transmission et utilisation individuelle des outils de diagnostic de son groupe (diagrammes spatial, structural, dynamique, des images et de l'autorité du groupe)

Méthode d'évaluation : Entretien personnel pré-formation (évaluation des acquis et définition objectifs) et post formation (atteinte des objectifs et acquis). Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures (1 jour).
En présentiel ou à distance

Tarif inter par personne

Adhérent : 1 000,00 € HT.
Non adhérent : 2 000,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction : Nouveau programme

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

La Formatrice : Anne-Caroline FEIST

Directrice de Anne-Caroline Feist-Consulting
Experte en management d'équipes, en communication interpersonnelle et en conduite du changement, Anne-Caroline intervient auprès des directions et des managers depuis plus de 20 ans et depuis plus de 10 ans comme formatrice auprès d'Unimev avec pour objectifs majeurs l'optimisation de la dynamique d'équipe et l'efficacité managériale. Toutes ses actions de formations sont réalisées sur mesure.



Communiquer et influencer positivement

OBJECTIFS

- Améliorer son aisance relationnelle
- Faciliter la cohésion et la coopération au sein de son groupe
- Gagner en bien-être personnel et collectif

PROGRAMME

1 - Attitudes et modes de communication

- Les attitudes en communication et les positions relatives (soi/ autre)
- Les effets produits sur la relation de travail et la possible coopération
- Les éléments de la confiance réciproque
- La communication corporelle, verbale, non verbale
- Identifier ses points d'appui et ses points de vigilances
- Les modes de structuration du temps en situation relationnelle
- Anticiper les risques de jeux psychologiques, de mésentente et de conflit

2 - Communication et outils de diagnostic

- Les attitudes recensées par E.Porter
- Le tableau des méconnaissances
- Le diagramme des transactions (E.Berne)

3 - Communication et modes opératoires

- Le métamodèle
- L'écoute active
- Les transactions adaptées
- La gestion des signes de reconnaissance appropriés
- La métacommunication
- La médiation

CODE MAN03

Public

Dirigeants, Managers, Responsable RH

Pré-requis : Encadrer une équipe.

Démarche pédagogique

Participative et active.
Apport théorique et intégration en situations concrètes. Métacommunication pour faciliter l'apprentissage.

Méthode d'évaluation : Entretien personnel pré-formation (évaluation des acquis et définition objectifs) et post formation (atteinte des objectifs et acquis). Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures (2 jours).
En présentiel ou à distance
Option : 2h d'entretien personnel

Tarif inter par personne

Adhérent : 1 800,00 € HT.
Non adhérent : 3 600,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction : Nouveau programme

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Communiquer et influencer positivement - Suite

PROGRAMME - la suite

3 - Communication et gestion de ses émotions

- Les sentiments de base et les sentiments parasites ou rackets
- Les élastiques émotionnels
- La communication non violente

4 - Communication et dynamique du groupe

- La culture du groupe et ses effets
- Groupe en configuration d'activité, de combat ou de processus internes
- Type et nature des frontières entre les différentes zones
- Diagnostiquer la dynamique de son groupe en utilisant les diagrammes des transactions, spatial, structural, des imagos et de l'autorité du groupe

La Formatrice : Anne-Caroline FEIST

Directrice de Anne-Caroline Feist-Consulting
Experte en management d'équipes, en communication interpersonnelle et en conduite du changement, Anne-Caroline intervient auprès des directions et des managers depuis plus de 20 ans et depuis plus de 10 ans comme formatrice auprès d'Unimev avec pour objectifs majeurs l'optimisation de la dynamique d'équipe et l'efficacité managériale. Toutes ses actions de formations sont réalisées sur mesure.



3 - Développer vos talents

Commercialisation d'un événement

La négociation commerciale

OBJECTIFS

- Préparer et réussir un entretien de vente
- Savoir conclure la négociation au bon moment
- Savoir gérer la relation client

PROGRAMME

1 - Mener une négociation commerciale et réussir la vente

- Identifier et maîtriser les différentes étapes d'un entretien commercial
- Gagner en crédibilité dès la phase de contact
- Structurer l'entretien pour s'en assurer la maîtrise
- Répondre et traiter les objections de votre client
- Détecter et analyser les signaux d'achat
- Convaincre par l'écoute et l'art de la négociation
- Se différencier de vos concurrents et prouver votre valeur ajoutée

2 - S'affirmer en négociation commerciale

- L'importance de la communication verbale et non verbale
- Garder la maîtrise de soi et la maîtrise du déroulement de l'entretien
- Gérer les situations de stress et de blocage
- Oser s'affirmer dans la relation commerciale et poser ses limites

3 - Savoir conclure au bon moment

- Les conditions pour conclure
- Les principaux feux verts
- Les techniques de conclusion
- Comment terminer l'entretien
- Analyse de la négociation post-visite

CODE TEC01

Public

Equipes commerciales des organisateurs de foires et salons.

Pré-requis

Pratiquer la commercialisation des foires et salons.

Démarche pédagogique

Méthode active pour provoquer et structurer des échanges. Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques.

Méthode d'évaluation

Etude de cas pratique - mise en situation
Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1 800,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2021 : 90%

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Le Formateur : Emmanuel MELOT

17 années passées chez un des leaders de l'événementiel, au sein du département Industrie (salons professionnels Alliance, STIM, Industrie Lyon et Paris), dont 6 ans dans le département Grand Public (Foire de Lyon, Living...), m'ont permis d'acquérir des compétences dans l'argumentation des événements, la relation client-exposant et renforcé ma passion pour votre métier.



3 - Développer vos talents

Commercialisation d'un événement

Vendre et commercialiser un congrès / une offre MICE / 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 prospects (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

- Connaissance des différents services impliqués dans les foires, salons et congrès
- 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 TEC02

Public

Equipes commerciales des organisateurs de foires et salons / congrès / MICE.

Pré-requis

Pratiquer la commercialisation des foires et salons / congrès / MICE.

Démarche pédagogique

Méthode active pour provoquer et structurer des échanges. Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques.

Méthode d'évaluation

Etude de cas pratique - mise en situation
Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1 800,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2021 : 98,4%

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Le Formateur : Emmanuel MELOT

17 années passées chez un des leaders de l'événementiel, au sein du département Industrie (salons professionnels Alliance, STIM, Industrie Lyon et Paris), dont 6 ans dans le département Grand Public (Foire de Lyon, Living...), m'ont permis d'acquérir des compétences dans l'argumentation des événements, la relation client-exposant et renforcé ma passion pour votre métier.



3 - Développer vos talents

Commercialisation d'un événement

Comment prospecter et fidéliser ses clients

OBJECTIFS

Faire monter en compétences les équipes commerciales
Maîtriser son marché /connaître les tendances et évolutions du secteur
Acquérir les techniques de vente propres à l'événementiel
Maintenir la relation commerciale

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 prospects (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 - Gestion de la relation client

- Rassurer et maintenir la confiance de vos clients
- L'utilisation des réseaux sociaux pour communiquer
- Conclure vos ventes en situation difficile

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 TEC03

Public

Responsables commerciaux, commerciaux, chargés de projet...

Pré-requis

Pratiquer la commercialisation des foires et salons

Démarche pédagogique

Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques

Modalités d'évaluation

Evaluation sur mise en situation
Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1800,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2021 : 91.2%

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Le Formateur : Emmanuel Melot

17 années passées chez un des leaders de l'événementiel, au sein du département Industrie (salons professionnels Alliance, STIM, Industrie Lyon et Paris), dont 6 ans dans le département Grand Public (Foire de Lyon, Living...), m'ont permis d'acquérir des compétences dans l'argumentation des événements, la relation client-exposant et renforcé ma passion pour votre métier.



3 - Développer vos talents

Commercialisation d'un événement

Commercialisation d'une manifestation : process, outils et plan d'action

OBJECTIFS

- Faire prendre conscience des enjeux commerciaux
- Acquérir les pratiques spécifiques liées à la commercialisation d'une manifestation
- Faire monter en compétences vos équipes commerciales

PROGRAMME

1 - L'enjeu commercial : conquérir et fidéliser des exposants

- L'offre salons : répondre à des raisons d'exposer
- La gestion du plan du salon : choisir des exposants intéressants
- Adapter les process de commercialisation aux cibles et typologies d'exposants

2 - Les process de commercialisation de la manifestation

- Les outils de commercialisation : dossiers d'inscription, documents de promotion, Internet
- Les actions de commercialisation
- Les démultiplicateurs

3 - Le timing pour la commercialisation d'une manifestation

- Les contraintes et les freins des exposants ; les choix budgétaires
- Les impératifs de la manifestation : le retro-planning
- Les boosters pour accélérer et concrétiser les inscriptions

4 - Plan d'action commercial et tableau de bord de la manifestation

- Les rendements attendus
- Le tableau de bord commercial : rétro-planning/points de passage
- Anticiper et planifier l'effort commercial pour garantir la réalisation de l'objectif

CODE TEC04

Public

Equipes commerciales des organisateurs de foires et salons (Juniors et seniors).

Pré-requis

Pratiquer la commercialisation de Foires et salons

Démarche pédagogique

Méthode active pour provoquer et structurer des échanges. Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques.

Méthode d'évaluation

Etude de cas pratique - mise en situation
Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1 800,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction : Nouveau programme

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Le Formateur : Emmanuel MELOT

17 années passées chez un des leaders de l'événementiel, au sein du département Industrie (salons professionnels Alliance, STIM, Industrie Lyon et Paris), dont 6 ans dans le département Grand Public (Foire de Lyon, Living...), m'ont permis d'acquérir des compétences dans l'argumentation des événements, la relation client-exposant et renforcé ma passion pour votre métier.



↳ 4 - Maîtriser
votre environnement



4 - Maîtriser votre environnement

Juridique et management

Tout savoir sur les nouvelles dispositions de la Convention Collective des Bureaux d'Etudes Techniques

OBJECTIFS

Connaître les nouvelles dispositions de la Convention Collective des Bureaux d'Etudes Techniques

PROGRAMME

1. Champ d'application

2. Contrat de travail

- Période d'essai
- Préavis
- Licenciement
- Départ à la retraite
- Salaires, primes, indemnités

3. Temps de travail

- Congés et jours fériés
- Durée du travail : forfaits jours, travail de nuit, du dimanche, dispositions spécifiques foires / salons / congrès
- Télétravail

4. Absences

- Maladie
- Accident du travail
- Maternité, parentalité

5. Déplacements

6. Inventions des salariés

CODE JUMA01

Public

Dirigeants, RRH, DRH, managers.

Pré-requis

Encadrer une équipe.

Démarche pédagogique

Exposé et cas pratiques.

Méthode d'évaluation

Quizz et corrigé
Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures en présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 600,00 € HT
Non adhérent : 1.200,00 € HT
Tarif intra : nous consulter

Taux de satisfaction : 1ère session en 2023

Nbre de participants (en inter) : 5 min – 10 max

Personne en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter).

Les Formatrices : Géraldine Françon et Sophie Trincéa

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



4 - Maîtriser votre environnement

Juridique et social

Droit Social : maîtriser les nouvelles dispositions réglementaires et jurisprudentielles

OBJECTIFS

Maîtriser les nouvelles dispositions juridiques, réglementaires, jurisprudentielles et conventionnelles

PROGRAMME

1 - Lois et règlements

2 - Jurisprudences

Programme qui évolue en fonction de l'actualité.
-> Demander à Unimev pour recevoir les sujets d'actualité

CODE SOC01

Public

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

Pré-requis

Avoir une expérience de gestion du personnel.

Démarche pédagogique

Cas pratiques.

Méthode d'évaluation

QCM
Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures en présentiel ou à distance
(2 modules de 3h30)

Tarif inter par personne

Adhérent : 550 € HT
Non adhérent : 1 100 € HT

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2021: 100%

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 12 max

Les Formatrices : Géraldine Françon et Sophie Trincéa

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



4 - Maitriser votre environnement

Juridique et management

Les bases légales du management

OBJECTIFS

Connaitre les règles à appliquer en droit du travail
Savoir manager au regard des contraintes en droit du travail

PROGRAMME

1 - 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 responsabilités civiles et pénales et délégation de pouvoir

2 - 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
- Contrat intérim
- La sous traitance
- Les spécificités des stagiaires

3 - 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)

4 - Le pouvoir disciplinaire

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

CODE SOC2

Public

Dirigeants, DRH, RRH,
Manager, Chef d'équipe

Pré-requis : Encadrer une équipe.

Démarche pédagogique

Aspects théoriques et implication pratiques.
Remise d'un dossier technique spécialement conçu.

Méthode d'évaluation

QCM
Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures en présentiel ou à distance
(2 modules de 3h30)

Tarif inter par personne

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

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2019 : 96%

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 12 max

La Formatrice : Sophie TRINCÉA

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



4 - Maîtriser votre environnement

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

1 - Les règles fondamentales de la TVA

- Les opérations soumises à TVA
- La localisation des opérations
- La notion de redevable
- L'exigibilité de la TVA
- Les principales obligations comptables et déclaratives
- La déduction de la TVA

2 - Les spécificités du secteur événementiel

- Droits d'accès et événements hybrides
- Les événements virtuels
- Taux normal ou taux intermédiaire de 10% ?
- Déclaratif : le guichet unique (BtoC)
- Le régime TVA de la marge
- Les formations et activités connexes

3 - Points d'attention liés à l'actualité

- Facturation électronique et transmission des données comptables
- Exigibilité (acomptes)
- Importations et autoliquidation

4 - Illustrations et cas pratiques

CODE SOC03

Public

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

Pré-requis

Connaître les notions comptables de base.

Démarche pédagogique

Base théorique et cas pratiques

Méthode d'évaluation

QCM - Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures en présentiel ou à distance
(2 modules de 3h30)

Tarif inter par personne

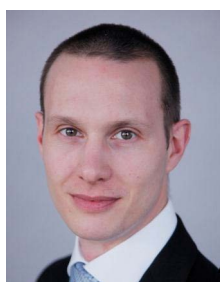
Adhérent : 600,00 € HT.

Non adhérent : 1 200,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction : Nouveau programme

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 12 max



Alexandre Savary, Senior VAT Manager TEVEA International

Les Formateurs : Cyrille KONTER et Alexandre SAVARY

Cyrille Konter, Directeur Général Délégué TEVEA International

TEVEA INTERNATIONAL est une société de représentation fiscale spécialisée sur les problématiques de TVA européenne pour une clientèle internationale - service de récupération de TVA - partenaire d'organisateur de salons.



Conditions générales de vente

1. ADHÉSION DE PRINCIPE

Toute action de formation implique, pour le Client, une adhésion sans réserve et une acceptation pleine et entière aux présentes conditions générales de vente.

2. DOCUMENTS CONTRACTUELS

Les documents contractuels sont le devis, la convention de formation, les présentes conditions générales de vente et la facture.

3. OBLIGATIONS D'UNIMEV

UNIMEV s'engage sur une obligation de moyens et fait diligence pour mettre tout son art et son savoir-faire pour atteindre les objectifs fixés.

A l'issue de la session, UNIMEV remet au client une attestation de fin de formation pour chacun des participants.

4. OBLIGATIONS DU CLIENT

Dès sa demande d'inscription, UNIMEV fait parvenir au Client un devis. A réception du devis signé, une convention de formation sera établie et envoyée par mail. Le Client s'engage à retourner à UNIMEV un exemplaire de la convention, signé, dans les plus brefs délais. Si un OPCO règle tout ou partie de la facture, le Client s'engage à effectuer les démarches nécessaires et à fournir à UNIMEV l'accord de prise en charge.

Conformément à l'article L.6353-5 du Code du Travail, le Client dispose d'un délai de rétractation d'une durée de 10 jours après l'édition de la Convention.

En cas de formation sur le site du client, le Client met à la disposition d'UNIMEV l'équipement adéquat pour accueillir la formation, notamment une pièce équipée permettant d'accueillir l'ensemble des participants dans des conditions adaptées. Il fait lui-même son affaire de la convocation des participants, sauf accord avec UNIMEV, et s'assure de leur présence.

5. PRIX, FACTURATION ET RÈGLEMENT

Le prix, indiqué HT, comprend : le coût pédagogique et technique et les supports de cours. Il ne comprend pas les frais de déplacement, d'hébergement et de repas éventuels des stagiaires.

La facturation est établie à l'issue de la prestation de formation. Le règlement est immédiatement exigible.

Toute somme non payée à l'échéance donnera lieu au paiement par le client de pénalités de retard fixées à trois fois le taux d'intérêt légal (Code du Commerce Art. L. 441-6 al. 3). Ces pénalités sont exigibles de plein droit dès réception de l'avis informant le Client qu'elles ont été portées à son débit. En cas de non-paiement intégral d'une facture venue à échéance, après mise en demeure restée sans effet dans les 5 jours ouvrables, UNIMEV se réserve la faculté de suspendre toute formation en cours et/ou à venir et d'en demander le règlement par tout moyen légal.

6. RÈGLEMENT PAR UN OPCO

Il appartient au Client de faire les démarches nécessaires pour la prise en charge et le paiement de la formation par l'OPCO dont il dépend. En cas de différence entre le coût de prise en charge de l'OPCO et le coût de formation, le Client s'engage à payer le reste à charge.

7. ANNULATION DE LA SESSION DE FORMATION PAR UNIMEV

UNIMEV se réserve la possibilité d'annuler toute session de formation si le nombre d'inscriptions fermes n'atteint pas 5 participants 8 jours francs avant le début de la session de formation.

8- RÉTRACTATION DU CLIENT DANS LES 10 JOURS DE L'INSCRIPTION

À compter de la date de signature du présent contrat, le Client dispose d'un délai de 10 jours pour se rétracter. Cette rétractation doit être notifiée par écrit. Dans ce cas, aucune somme ne peut être exigée.

9. DÉSISTEMENT DU BÉNÉFICIAIRE AVANT LE DÉBUT DE LA SESSION DE FORMATION

Tout désistement doit être notifié à UNIMEV par écrit.

Pour tout désistement notifié :

Conditions générales de vente

- plus de 10 jours francs avant le 1er jour de la formation, 50% du montant de la participation reste exigible à titre d'indemnité forfaitaire ;
- moins de 10 jours francs avant le 1er jour de la formation, 100% du montant de la participation reste exigible à titre d'indemnité forfaitaire.

Etant entendu, dans l'un et l'autre cas, que les sommes acquittées par le Client, qui présentent le caractère d'un dédommagement permettant à UNIMEV de maintenir la session sans surcoût pour les autres participants, ne peuvent être imputées sur la participation au développement de la formation professionnelle, ni être prises en charge par un organisme collecteur agréé.

Exceptionnellement, la possibilité d'un report de participation à une session ultérieure pourrait être examinée si UNIMEV organisait une nouvelle session dans les 3 mois sur le même sujet, et s'il restait des inscriptions disponibles.

10. ABANDON DU BÉNÉFICIAIRE EN COURS DE SESSION DE FORMATION

En cas d'abandon en cours de session de formation, le montant acquitté par le client reste dû au prorata de la durée de présence effective du bénéficiaire par rapport à la durée totale prévue pour la session.

11. PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES

11.1- Intérêt légitime

UNIMEV collecte des données personnelles relatives aux participants en vue de la bonne organisation des sessions de formation. La collecte de ces données permettra aux participants inscrits d'obtenir les modalités d'accès à l'événement par internet et de participer à l'ensemble des sessions organisées.

Les informations personnelles portées sur le formulaire d'inscription sont donc recueillies sur la base de l'intérêt légitime et enregistrées dans un fichier informatisé par UNIMEV - 11 rue Friant 75014 Paris.

Ces données peuvent être utilisées en conformité avec la Politique de confidentialité d'UNIMEV. Elles sont conservées aussi longtemps que nécessaire pour permettre de participer à l'événement SYT dans les meilleures conditions et répondre à vos demandes.

11.2 Droit d'accès, de rectification et d'effacement

Conformément au Règlement Européen pour la protection des données personnelles (UE) 2016/679 – RGPD et autres réglementations de protection des données, les participants disposent d'un droit accès à leurs données, de rectification et d'effacement, ainsi que d'un droit de limitation, de portabilité et d'un droit d'opposition.

Les participants disposent également du droit de définir les directives relatives au sort de leurs données à caractère personnel après leur mort. Pour exercer ces droits, le Client peut contacter UNIMEV à l'adresse rgpd@unimev.fr.

12. PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Le Client, UNIMEV et le formateur gardent la pleine propriété intellectuelle de leur propre documentation. Ni l'une ni l'autre des parties, ni l'un des acteurs de l'opération, ne peut l'utiliser autrement que pour l'application faisant l'objet même de l'opération. Cette documentation ne peut être utilisée qu'après accord de la partie propriétaire. Toutefois, UNIMEV et le formateur se réservent le droit d'utiliser pour une autre opération les documents qu'ils ont produit sans identification de destinataires précédents.

13. RÉCLAMATIONS

Toute réclamation devra être formulée par écrit et envoyée à formation@unimev.fr - UNIMEV s'engage à y répondre sous 72 heures.

14. LOI APPLICABLE ET ATTRIBUTION DE COMPÉTENCE JURIDICTIONNELLE

Les présentes conditions générales et tous les rapports entre UNIMEV et le Client relèvent de la Loi française. Le fait pour UNIMEV de ne pas se prévaloir à un moment donné de l'une quelconque des clauses des présentes ne peut valoir renonciation à se prévaloir ultérieurement de ces mêmes clauses.

Tout litige qui ne pourrait être réglé à l'amiable sera de la compétence exclusive du tribunal de commerce de Paris, quel que soit le siège ou la résidence du client nonobstant pluralité de défendeurs ou appel en garantie. La présente clause est stipulée dans l'intérêt d'UNIMEV qui se réserve le droit d'y renoncer si bon lui semble.

unimev[®]

UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENT

11 RUE FRIANT - 75014 PARIS
FORMATION@UNIMEV.FR
01 53 90 20 00

WWW.UNIMEV.FR

