

Dix règles d'or pour organiser un événement professionnel

Conférences, forums, colloques, conventions, séminaires... Les conseils clés pour réussir l'organisation d'un événement corporate, que ce soit en interne ou auprès de ses clients.

Organiser une conférence, une convention ou un colloque peut sembler assez simple. Pourtant, la réussite de tels événements implique de suivre des règles bien précises.

La première étape dans l'organisation d'un événement est la définition du public visé. On ne dit pas la même chose quand on s'adresse à ses clients, à ses partenaires ou à ses cadres en interne. Il faut ensuite trouver la thématique. "Trouver un bon sujet et un bon titre sont bien souvent la clé de la réussite d'un événement, insiste Arnaud du Moulin de Labarthète, responsable de l'organisation de conférences et colloques chez BNP Paribas et chez Demos et auteur de l'ouvrage "La Communication événementielle", paru aux éditions Demos. Pour cela, il ne faut pas chercher à traiter des thèmes déjà à la mode au moment de la préparation de l'événement mais s'efforcer de trouver les sujets qui vont monter en puissance dans les prochains mois."

Tout aussi important est le choix de l'intervenant. En général, pour un colloque en interne, il est conseillé de faire appel à une personne extérieure à l'entreprise, de préférence connue. A l'inverse, l'intervention d'une personne de la société est plus appropriée pour un événement à destination de ses clients. "Ce que les cadres préfèrent, ce sont les managers d'autres entreprises qui apportent un regard extérieur à leur organisation interne. C'est d'autant plus intéressant que faire appel à ces personnes est souvent moins onéreux que de solliciter un professeur ou un journaliste. Généralement, le dirigeant de l'entreprise invite un de ses homologues. A charge éventuellement pour lui d'intervenir à son tour par retour d'ascenseur", ajoute Arnaud du Moulin de Labarthète.

En parallèle de ces démarches, la sélection et la réservation d'une salle doit être effectuée le plus en amont possible. "Le choix du lieu de l'événement est primordial. A la limite, c'est le premier élément dont il faut s'occuper, voire même avant le choix du sujet. Car il faut s'assurer d'une salle bien proportionnée par rapport au public attendu et bien située, c'est-à-dire bien desservie par les transports et dans une zone adaptée au public visé", prévient Arnaud du Moulin de Labarthète. Le plus simple est naturellement de faire cela dans ses locaux si on dispose d'une salle adéquate. Sinon, il faut avoir recours à la location.

Autre élément à prendre en compte : le choix de la date. Il faut faire très attention au calendrier et proscrire absolument les périodes de vacances scolaires ainsi que certains jours de la semaine : le lundi et le vendredi, période de début ou de fin de semaine ainsi que le mercredi, jour des enfants. Cela laisse au final peu de disponibilités : le mardi ou le jeudi. Enfin, avant de poser une date, il faut penser à vérifier dans son environnement professionnel qu'aucun grand événement sectoriel ou événement similaire ne se déroule pendant ou autour de la période choisie. De même, une veille sur de possibles grèves des transports ou sur les prévisions météo est de bon aloi.

Les dix règles d'or de l'organisation d'un événement

1. Veiller à bien définir le public visé.
2. Choisir un thème porteur avec un bon titre.
3. Trouver un intervenant qui suscite l'intérêt (connu ou reconnu par le secteur).
4. Réserver une salle adaptée et ce, très en amont de l'événement.
5. Choisir une date et un horaire appropriés. Privilégier les mardi et jeudi. Pour une conférence de 1h30, préférer 18h-19h30. Si c'est en interne, un peu plus tôt : 17h30-18h.
6. Envoyer les invitations trois semaines à l'avance en tablant sur un ratio d'une personne présente sur 10. Effectuer une relance une semaine avant le jour J.
7. Procéder à une répétition quelques jours avant.
8. Badger les personnes présentes.
9. Organiser un cocktail au terme de l'événement pour faciliter les contacts.
10. Envoyer un compte-rendu par mail à l'ensemble des personnes qui étaient invitées et le mettre en ligne. Penser à y joindre une fiche d'appréciation.

Côté horaires, pour un événement qui dure 1h30, la fin d'après-midi est conseillée. Pour une conférence organisée avec des invités externes, le créneau de 18h à 19h30 est très approprié. Un cocktail sera le bienvenu car il pourra permettre aux personnes présentes de faire connaissance et de discuter. Pour un événement interne à l'entreprise, on peut avancer l'heure à 17h30. Attention aux décalages horaires si la réunion a lieu en conférence call avec des filiales internationales ou des clients étrangers.

Salle et date choisies, sujet défini, intervenant retenu... il ne reste plus qu'à lancer les invitations. Tout l'art est de savoir inviter ni trop tôt, ni trop tard. Pour un événement externe, il faut que la réception de l'invitation se fasse trois semaines avant le jour J. Pour un colloque interne, quinze jours suffisent. L'invitation peut être lancée par courrier mais le plus simple aujourd'hui est l'envoi par e-mail, avec un outil de gestion des contacts. Celui-ci permet de simplifier les envois en nombre, de le faire à moindre coût, de gérer les réponses et enfin, d'effectuer des relances si nécessaire dans les huit jours précédents l'événement.

Pour un événement gratuit qui a lieu à Paris, on retombe souvent sur les mêmes statistiques. Pour 3.000 personnes invitées, on aura 1.000 réponses dont 600 oui. Et, au final, pas plus de 300 personnes se déplaceront. Le ratio est donc en moyenne d'une personne présente pour dix invitées", explique Arnauld du Moulin de Labarthète.

Quelques jours avant l'événement, il est utile de procéder à une répétition, pour caler les derniers détails avec l'intervenant, tester le slide show et mettre en place les éventuels éléments techniques avec la régie (audio, vidéo...). Le jour même, il faut particulièrement prendre soin de badger les personnes présentes pour faciliter l'identification et d'ainsi entrer en contact plus aisément. Enfin, après la tenue de l'événement, il faut envoyer dans la semaine qui suit le compte-rendu de la journée par e-mail. Il est intéressant d'y joindre les slides présentés durant la conférence ainsi qu'une fiche d'appréciation (il est plus efficace de le faire quelques jours après l'événement plutôt que le jour même). L'ensemble de ces éléments sera également mis en ligne sur le site Internet de la société, à destination de tous, ou sur l'Intranet dans le cas d'un événement interne. Enfin, on peut ajouter à ces documents une courte interview de l'intervenant qui revient sur le sujet traité.

Côté coûts, il est très difficile de généraliser et d'établir une moyenne tant les facteurs peuvent varier d'un événement à l'autre. Les deux postes de dépenses les plus importants sont généralement la location de la salle et le buffet de clôture. Pour ce dernier, compter environ 20 à 25 euros par personne. On prendra soin de particulièrement le soigner pour un public extérieur à l'entreprise. Pour un colloque interne, un cocktail plus frugal peut suffire. Il faut aussi compter avec l'intervenant. Une rétribution allant de 1.000 à 2.000 euros est dans la moyenne. Une somme relativement peu élevée en comparaison du coût total.

Quant à l'organisation elle-même, elle peut tout à fait être assurée en interne. Un responsable assisté d'une autre personne suffisent. Le binôme se fera aider par une régie technique et le service des RH qui fournira la liste des personnes à inviter. Enfin, certains appels d'offre sont incontournables : traiteur, société en charge de la rédaction du compte-rendu, traducteur éventuel, recours à un outil de gestion électronique... On peut également faire appel à des prestataires externes pour la gestion des invitations par e-mail et la création d'une site dédié à l'événement et même pour déléguer quasi entièrement l'organisation de l'événement. Dans ce cas, il faut logiquement prévoir un budget supérieur.



Cyril Toutain / ORIGINIS

Le Quart des Près 03320 Lurcy-Lévis

Téléphone : 04 70 67 89 06 / Mobile : 06 75 39 17 37

cyril.toutain@originis.fr / www.originis.fr