



UNE MARQUE D'AVANCE



Communication PUBLIQUE



synap



Chef de projet événementiel

Famille métier : Conseil en communication

Domaine d'intervention : Événementiel

En entreprise / organisation – En agence

Autres appellations : Chargé(e) de communication événementielle,
Chargé(e) de projets événementiels

Définition du métier

Le chef de projet événementiel s'inscrit dans la stratégie de communication globale de l'entité, de l'entreprise ou de l'institution.

Il gère non seulement la conception, la mise en place et la mesure de « l'événement », mais aussi l'ensemble des moyens et des actions permettant de l'inscrire en cohérence avec les autres actions de communication de l'entreprise.

Missions

Le chef de projet événementiel est avant tout à l'écoute de ses clients externes (en agence) ou internes, qui sont alors sa propre hiérarchie ou les autres directions.

Il préconise la meilleure offre événementielle interne et/ou externe, ainsi que les outils et moyens pour accompagner cette offre.

Il prend en charge la coordination des événements, récurrents ou exceptionnels, de l'organisation. En charge des contours de l'événement, il peut proposer un plan de communication événementielle prenant en compte l'ensemble des aspects opérationnels de la communication : édition d'invitations, de plaquettes, rédaction d'articles, gestion des bases de données des invités, choix des prestataires internes et externes, choix du lieu...

Selon son périmètre, il est garant de la cohérence des contenus ou apporte uniquement une prestation logistique et coordonne les différents prestataires externes.

Le chef de projet événementiel s'adapte aux exigences des prises de parole, timing et répétitions, ainsi qu'aux contraintes techniques et logistiques.

Il participe à la négociation budgétaire de ses dossiers.

Il contribue à élaborer les moyens de mesure de l'impact des événements. A ce titre, il pourra mettre en place des outils de mesure et sera en charge en relation avec le commanditaire de l'analyse des résultats.

Domaine et périmètre d'intervention

En entreprise, le chef de projet événementiel est rattaché de façon hiérarchique au responsable de communication ou directement au directeur de la communication.

Il intervient sur l'ensemble des champs de la communication et est en relation avec les différentes directions fonctionnelles et opérationnelles.

Le chef de projet événementiel se retrouve également au sein des administrations, collectivités et établissements public. Dans ce cadre, il doit avoir une parfaite connaissance du contexte administratif et public. Il maîtrise les procédures d'achat public dans le champ de la communication et des prestations événementielles.

Le chef de projet événementiel peut exercer son métier en agence et est alors au service de plusieurs projets et clients.

Activités et tâches

Activité 1 : Détermine le besoin et préconise

- Tâches :
- Identifie et recense le besoin de communication événementielle, à travers notamment l'élaboration d'un questionnaire *ad hoc*
 - Préconise et rédige un plan de communication, un budget et un rétro-planning
 - Détermine les outils (édition, web, intranet) et les moyens nécessaires (prestataires, salles, traiteurs, animation)

Activité 2 : Conçoit et organise l'événement

- Tâches :
- Gère la relation avec le(s) public(s) cible(s)
 - Participe à la conception et à la mise en forme du contenu (intervenants, présentations, vidéos, musique...)
 - Choisit et coordonne les prestataires
 - Gère le rétro-planning et le budget
 - Supervise les aspects scéniques et techniques
 - Organise la sécurité, l'accueil, les transports

Activité 3 : Gère les intervenants internes et externes

- Tâches :
- Anime les équipes internes et externes impliquées dans le projet
 - Met en place un fonctionnement en mode projet
 - Gère les interlocuteurs de tous niveaux, de l'agence de communication événementielle à l'orateur extérieur de prestige
 - Rédige les cahiers des charges des différents intervenants

Activité 4 : Mesure et suit les actions de communication

- Tâches :
- Établit des outils de mesure d'impact de l'événement et assure la restitution auprès des prestataires et intervenants
 - Élabore et gère des enquêtes quali/quantitative
 - Analyse les enquêtes et débriefs
 - Communique les résultats de cet événement
 - Suit et mesure le post-événement

Compétences

SAVOIRS

Connaissance de l'entreprise, ses produits / ses métiers, sa culture / son identité, son histoire, ses concurrents

Compréhension de l'ensemble de la communication (interne, externe, messages, valeurs, visions, ambition)

Connaissance des stratégies de communication et de l'élaboration de plans de communication

Connaissance des procédures d'appel d'offres (achat public)

Maîtrise des principes généraux du droit de la communication

SAVOIR-FAIRE

Compétences requises :

Maîtriser parfaitement les techniques événementielles

Avoir une bonne pratique et expérience rédactionnelle

Avoir une sensibilité à l'ensemble de la communication (interne et externe)

Savoir travailler en équipe projet

Avoir une pratique courante des logiciels de bureautique

Compétences souhaitées :

Avoir un intérêt et une sensibilité à la sociologie de groupe (bonne compréhension des cibles)

Savoir utiliser des logiciels spécifiques (ex : access)

Maîtriser une langue étrangère

SAVOIR-ÊTRE

Compétences requises :

Rigueur

Organisation

Capacité de résistance au stress

Aptitude à l'animation

Créativité

Sens de l'écoute

Empathie

Goût pour l'échange

Bonne compréhension et reformulation des besoins

Curiosité

Compétences souhaitées :

Intérêt pour les techniques scéniques

Aptitude à la persuasion