

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation : Chef de projets événementiels

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
Bloc 1 : CONCEPTION DE L'EVENEMENT ET DE LA COMMUNICATION ASSOCIEE			
A1. Analyse du besoin et de la demande du commanditaire	<p>CA.A.1 Traduire la problématique client</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyser un appel d'offres lancé par un client externe ou en accompagnant le client dans la formulation de ses objectifs lors de la prise de brief, ▪ Analyser les moyens du client (ressources internes, budgets) au regard de ses ambitions, ▪ Définir les enjeux, les contraintes et le périmètre du projet. ▪ Etablir les deadlines relatifs à la réponse à l'appel d'offres <p>Pour concevoir et proposer une solution de communication événementielle pertinente.</p>	<p>Etude de cas en mode projet : reformulation du brief</p> <p>ME A1.1 Production du tableau synoptique de l'événement</p> <p>ME A1.2 Elaboration d'une note de synthèse interne et/ou externe de la problématique client des objectifs et des contraintes suite aux réponses du commanditaire à un nombre déterminé des questions posées. Formulation des étapes de la réponse à appel d'offres.</p> <p>Livrables : Note de synthèse et tableau synoptique</p>	<p>Critères</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ CRA.1.a. Il identifie les carences d'informations et les informations parasites ou inutiles fournies par le brief ▪ CRA.1.b. Il couvre l'ensemble des points essentiels nécessaires à l'élaboration d'une future proposition sans se perdre dans du détail superflu, ▪ CRA.1.c. Il formule ses questions avec précision pour éviter des réponses ambiguës, ▪ CRA.1.d. Il formule ses questions sans jargon métier pour être compréhensible de son commanditaire, ▪ CRA.1.e. Il rédige ses questions dans un français correct et adapté

			au registre de l'échange commercial.
A.2 Conception de la recommandation client	<p>CA.A.2 Concevoir l'événement et la communication associées</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Intégrer les spécificités de la (des) cible(s), ▪ Mobiliser sa veille pour identifier les stratégies événementielles des concurrents du commanditaire ainsi que les tendances et nouveautés en termes d'évènementiel sur son marché, ▪ Opérer des choix de prestations en adéquation avec le concept imaginé pour l'événement, ▪ Optimiser le format de l'événement en privilégiant des solutions digitales et innovantes, ▪ Briefer les services graphistes/ créatifs/web internes ou externes en vue de la réalisation des éléments de communication autour de l'événement : Teasers/Save the Date/Invitations/Web/Animation des réseaux sociaux, ▪ En agence, effectuer un benchmark de l'offre des agences concurrentes, <p>Pour bâtir une recommandation client actuelle, innovante, réaliste et source de différenciation.</p>	<p>Etude de cas en mode projet : sélection des prestations de la recommandation</p> <p>ME A2.1 Rédaction d'un SWOT présentant les préconisations envisagées à faire valider par sa hiérarchie</p> <p>ME A2.2 Production d'une synthèse des prestataires présélectionnés et du synoptique enrichi pour validation auprès de sa hiérarchie</p> <p>ME A2.3 Production d'un brief à l'attention des services graphistes/créatifs/web/ Community Managers internes ou externes</p> <p>Livrables : Note de synthèse + tableau synoptique enrichi Brief à l'attention de l'équipe « créa »</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CRA.2.a. Le positionnement de l'évènement répond aux objectifs du client et est conforme à l'image que ce dernier souhaite véhiculer, ▪ CRA.2.b. Il satisfait les contraintes du client, ▪ CRA.2.c. Il prend en compte les tendances du marché, ▪ CRA.2.d. Les outils de veille sont multiples (web, réseau, événements de la profession, études...), ▪ CRA.2.e. Le choix du concept et les prestations associées (destination, hébergement, site événementiel, restauration, animations, utilisation des solutions digitales...) sont cohérents au regard de l'identité du commanditaire,
A.3 Montage du budget et de la présentation	CA.A.3 Bâtir les supports de la recommandation	Mise en situation professionnelle en mode projet : « Reco » client	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CRA.3.a. La proposition répond, le cas échéant, au format exigé par le commanditaire,

destinée au commanditaire	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valoriser les points forts de la proposition et sa valeur ajoutée en réponse à la demande du client ▪ Ventiler les moyens budgétaires, action par action en dégagant une marge satisfaisante ▪ Formater, en cas d'appel d'offres, sa réponse selon les exigences du commanditaire <p>Pour présenter au commanditaire (ou faire présenter par sa hiérarchie) une solution pertinente et attractive.</p>	<p>ME A3.1 Production d'un dossier détaillé de sa proposition à l'attention du commanditaire</p> <p>ME A3.2 Production d'un support de présentation orale (PPT, Prezi...), outils de validation du projet</p> <p>ME A.3 Réalisation d'un budget poste par poste répondant à la fois aux exigences du client et aux impératifs de vente de sa structure</p> <p>Livrables :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Dossier de présentation -Support de présentation orale type PPT -Budget détaillé poste par poste, TVA apparente et partie ACHAT/VENTE 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CRA.3.b. Elle met en avant et justifie les choix artistiques, organisationnels et logistiques, ▪ CR.A3.c. Les choix de prestations sont argumentés au regard des objectifs et de(s) cibles(s), ▪ CRA.3.d. Les points forts de la proposition sont valorisés, ▪ CRA.3.e. Le budget est formulé poste par poste. La TVA, variable selon la nature des prestations, est ressorti. ▪ CRA.3.f. Le budget comporte une partie achat et une partie vente : la marge est calculée et assure la rentabilité de l'opération
----------------------------------	---	--	---

Bloc 2 : PRODUCTION DE L'ÉVÈNEMENT

B1 Préparation et conduite des opérations de repérage	<p>CA.B.1 Préparer et mener les opérations de repérage de l'évènement</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Répertorier les prestations à affiner ▪ Organiser, en concertation avec son commanditaire et les différents prestataires (commerciaux hôtels, site, régisseurs techniques, restaurateurs, etc..) les visites nécessaires ▪ Mener le repérage en vue de la validation finale des prestations et du déroulé de l'évènement 	<p>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle, visite d'un site événementiel afin de mener un "mini-repérage"</p> <p>ME B1.1 Rédaction d'un carnet de repérage reprenant tous les aspects à étudier sur le terrain</p> <p>ME B1.2 Rédaction d'un compte rendu de repérage</p> <p>Livrables :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CRB.1.a. La liste des prestataires à auditer est exhaustive ▪ CRB.1.b. Les aspects logistiques et techniques à valider sont détaillés et complets dans le soucis du timing et des impératifs du déroulé de l'évènement ▪ CRB.1.c. Le carnet de repérage est décliné en deux versions : une pour le chef de projet, une pour le commanditaire
--	---	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Garantir la qualité des prestations en conformité avec la demande et budget du commanditaires par des négociations affinées avec les prestataires ▪ Prévoir des solutions de back-up en cas de défaillance d'un prestataire ou d'un individu, ▪ Couvrir l'ensemble des points de sécurisation des biens et des personnes, <p>Pour sécuriser le déroulé et la qualité de l'évènement tout en limitant les risques.</p>	<p>-Carnet de repérage AGENCE/CLIENT -Compte-rendu de repérage AGENCE/CLIENT</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CR.B.1.d. Le compte-rendu de repérage est le plus exhaustif possible afin de garantir la qualité et bon déroulé de l'évènement ▪ CRB.1.e. Le client est valorisé afin de créer de favoriser la fidélisation
<p>B2 Rédaction du dossier technique détaillé de l'évènement</p>	<p>CA.B.2 Rédiger le dossier technique détaillé du projet</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Découper le projet par lots selon éléments validés lors du repérage, ▪ Elaborer le contrat de prestation client et les factures d'acomptes correspondantes, ▪ Définir les outils de suivi du projet : rétro-planning, suivi administratif, réglementaire et budgétaire, reporting interne et reporting client, satisfaction de(s) cible(s), ▪ Affecter leurs missions aux différents acteurs : Assistant Chef de Projets/Chargé de projets, équipe créative, etc... (internes) ou prestataires (externes), dans le respect du rétroplanning ▪ Assurer le suivi et la gestion des participants avec le(s) chargé(s) de projet ainsi que la réactualisation régulière des tableaux de bord dédiés à l'évènement ▪ S'assurer du règlement des acomptes client 	<p>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle : les outils de suivi du projet</p> <p>ME B2.1 Elaboration d'un retroplanning du projet reprenant l'ensemble des deadlines liées à la logistique et aux aspects administratifs</p> <p>ME B2.2 Elaboration de matrices des listes de suivi logistique du projet (participants, rooming-list, listes restauration, transports...)</p> <p>ME B2.3 Production du synoptique définitif</p> <p>ME B2.4 Elaboration des bases du conducteur "fil rouge" du projet qui sera nourri au fil de l'eau</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CRB.2.a. La structure du dossier détaille clairement les composantes du projet, ▪ CRB2.b. Le découpage par lots est cohérent et l'articulation entre les lots est précisée, ▪ CRB2.c. Le rétro-planning global (événement + plan de communication), présenté sous forme de GANTT ou à l'aide d'un progiciel dédié, est réaliste, ▪ CRB2.d. Les ressources humaines, matérielles et logistiques sont affectées lot par lot, ▪ CRB2.g. Le budget est affecté lot par lot, et réactualisé au fur et à mesure de l'avancement de la production de l'évènement

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ S'assurer du règlement des acomptes prestataires <p>Pour assurer le bon déroulement de la production de l'événement dans le respect des délais et contraintes budgétaires définis avec le client.</p>	<p>ME B2.5 Production d'un budget réactualisé</p> <p>Livrables :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le rétroplanning de l'opération - la matrice liste de participants correspondant au projet - la matrice du conducteur reprenant les grandes lignes du projet - budget réactualisé 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CRB2.e. Les responsabilités et périmètres des acteurs ont été clairement définis pour action, ▪ CRB2.f. La réglementation et les obligations administratives sont prises en compte, ▪ CRB2.h. Les règles de suivi d'avancement du projet et les modalités de reporting interne et externe ont été formalisées, ▪ CRB2.i. Les tableaux de bord sont mis à jour au fil de l'eau et analysés régulièrement par le CPE pour réajuster les prestations et limiter les risques ▪ CRB2.j. Les outils d'évaluation de la satisfaction de la(les) cibles sont mis en place.
<p>B3 Finalisation du projet</p>	<p>CA.B.3 Finaliser les détails de l'événement</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Arrêter les quotas de participants auprès des prestataires (hébergement, transport, transferts, restauration, etc.) ▪ Mettre à jour les prestations selon les dernières modifications requises par le commanditaire ou selon impondérables survenus durant le suivi de l'opération ▪ Editer les éléments finaux à destination des équipes « on site » (qui assurent le bon déroulé de l'événement sur place) 	<p>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle</p> <p>ME B3.1 Simulation d'une réunion de filage avec l'équipe projet (chargés de projets, prestataires, accompagnateurs...)</p> <p>Livrables :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ordre du jour - CR de réunion 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CRB.3.a. Des solutions de back-up ont été prévues, internes ou externes. ▪ CRB.3.b. Les solutions retenues pour la sécurisation des biens et des personnes sont explicites et couvrent l'ensemble des risques. ▪ CRB.3.c. Le briefing final des acteurs du projet est mené afin de rappeler les points de vigilances du déroulement du

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Briefer les équipes terrain sur le timing précis du projet et les responsabilités de chacun ▪ Remettre un dossier technique complet aux acteurs principaux de l'évènement (chargés de projets, prestataires dont "accompagnateurs" freelance au cas échéant) comprenant synoptique, conducteur, listes finales, ▪ Préparer les derniers éléments matériels à emporter sur place <p>Afin d'anticiper les aléas du projet et garantir la réussite de l'opération.</p>		projet et bien ancrer les timings et responsabilités de chacun
--	--	--	--

Bloc 3 COORDINATION DE L'EVENEMENT

<p>C1 Encadrement du déroulement de l'évènement</p>	<p>CA.C.1 Superviser le déroulement de l'évènement</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vérifier la coordination entre les acteurs et la circulation de l'information en temps réel, ▪ Traiter les aléas humains ou matériels : imprévus, conflits, défaillances, sécurité ▪ S'assurer, le cas échéant, de la perception / satisfaction de(s) la(les) cibles au cours de l'évènement <p>Pour assurer la qualité de la prestation réalisée pour le client</p>	<p>Dans le cadre d'un cas réel</p> <p>ME C.1.1 Elaboration du conducteur/feuille de route d'un évènement simple</p> <p>Livrables : Conducteur/feuille de route détaillé(e)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CRC.1.a. Les outils de communication (signalétique, scénographie, plaquettes, flyers, affiches, objets web) concomitants à l'évènement ont été produits et vérifiés, ▪ CRC.1.b. Les tâches confiées au(x) chargé(s) de projet et aux acteurs ont été coordonnées et contrôlées, ▪ CRC.1.c. Le reporting en temps réel a permis de traiter les aléas, ▪ CRC.1.d. Les éventuels outils d'évaluation de l'adhésion et de la satisfaction de la(les) cible(s) ont été mis en place.
--	---	---	--

C2 Suivi de la mise en œuvre des actions de communication	CA.C.2 Superviser la mise en œuvre des actions de communication <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vérifier la réalisation des actions programmées, ▪ Suivre les indicateurs quantitatifs et qualitatifs (taux de réponses à invitations, taux de trafic internet, relais sur les blogs, communautés etc.), ▪ Réajuster la communication virale en temps réel Pour assurer une bonne visibilité à l'évènement.	Cf : ME C.1.1	Cf : de CRC.1.a à CRC.1.d
Bloc 4 CLOTURE ET BILAN DE L'EVENEMENT			
D1 Clôture de la facturation de l'opération	CA.D.1 Clôturer le volet financier de l'opération <ul style="list-style-type: none"> ▪ Récouter et valider les factures finales de l'ensemble des prestataires ▪ Mettre à jour le budget en vue de la production des éléments de facturation à destination du client ▪ Optimiser sa marge ▪ Présenter les éléments de facturation et la facture finale au client Pour garantir la rentabilité de l'évènement	Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle ME D.1.1 Business case Budget et Audit avec note d'analyse des choix effectuées	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CRD.1.a. Le budget doit être réalisé poste par poste ▪ CRD.1.b. Le budget fait ressortir la TVA ▪ CRD.1.c. Le budget est réactualisé en vue d'optimiser le pourcentage de marge de l'opération ▪ CRD.1.d. Le ROI est calculé
D2 Rédaction du bilan de l'évènement	CA.D.2 Etablir le bilan de l'opération selon les critères de performance prédéfinis avec le client	Dans le cadre d'un cas réel tiré de l'expérience professionnelle	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CRD.2.a. L'impact des actions de communication amont, pendant l'évènement et a

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyser les résultats comme taux de participation, retombées, satisfaction des participants ▪ Analyser le déroulement de l'événement ▪ Mesurer la satisfaction du commanditaire <p>Pour capitaliser les bonnes pratiques et améliorer les performances d'un futur projet similaire.</p>	<p>ME D.2.1 Rédaction d'un bilan détaillé de l'opération mettant en lumière les axes d'amélioration</p> <p>Livrable : Rédaction d'un bilan de l'opération</p>	<p>posteriori et l'impact de l'événement sont analysés et commentés,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ CRD.2.b. Le débriefing de l'événement et de sa communication a été organisé avec les acteurs internes du projet, ▪ CRD.2.c. Le déroulement de l'événement fait l'objet d'un compte rendu interne précis ▪ CRD.2.d. Les points forts du projet sont formalisés, ▪ CRD.2.e. Le débriefing a été réalisé avec le commanditaire et les conclusions ont été validées par celui-ci, ▪ CRD.2.f. Les insuffisances et les aléas ont été identifiés et font l'objet de préconisations exploitables, ▪ CRD.2.g. Les bonnes pratiques ont été recensées et formalisées.
--	---	---	--