

Manager opérationnel en hôtellerie de luxe

Etat : Renouvellement
Niveau de qualification : 6
Certificateur : Luxury Hotelschool

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>Identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
BLOC I : MANAGEMENT DES EQUIPES AVEC UN STYLE ADAPTE A L'UNIVERS DU LUXE			
<p>A.1 Mise en œuvre d'un style de management au sein d'un service opérationnel.</p> <p>A1.1. Application d'un style de management.</p> <p>A1.2. Adaptation de son style de management.</p> <p>A1.3. Gestion des conflits. Techniques de résolution des problèmes.</p>	<p>Après avoir examiné la nature complexe du management, dans un environnement en constante évolution.</p> <p>C1. Appliquer un style de management selon la culture de l'entreprise et les objectifs « des différents services » définis par la direction et l'adapter en tenant compte des spécificités multiculturelles, intergénérationnelles, d'inclusion, des besoins spécifiques de ses collaborateurs et en sollicitant les compétences de ses collaborateurs pour développer la réactivité, responsabiliser, inspirer et motiver les membres de son équipe pour répondre aux attendus de l'entreprise.</p> <p>C2. Gérer les conflits en adoptant les techniques de résolution de problèmes afin de maintenir un climat socioprofessionnel propice à l'amélioration des conditions de travail et à une meilleure qualité de vie au travail.</p>	<p>Etude de cas individuelle</p> <p>Face à une problématique définie sur une situation de management dans le secteur de l'hôtellerie de luxe, le candidat apporte :</p> <p>Évaluation des compétences de C1, C3, C4, C5, C6, C7</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Une analyse critique du style de management identifié. 2. Élaboration des recommandations en corrélation avec l'analyse. 3. Proposition de missions pour élaborer les fiches de postes des collaborateurs. 4. Construire un schéma d'animation pour un atelier de formation. 5. Une proposition des moyens de fidélisation des collaborateurs. 6. Une proposition d'un KIT d'accueil d'intégration. 7. Communiquer et planifier les entretiens d'évaluation. 	<p>C1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le problème du style de management est identifié avec une analyse des points positifs et négatifs. - Les recommandations corrigent les points négatifs. <p>C2 <u>Atelier</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Les différentes sources de conflits sont identifiées. - La stratégie de résolution des conflits est proposée. - Les techniques de résolution de conflit sont appliquées.

<p>A2 Contribuer au recrutement et intégrer le personnel dans un service opérationnel.</p> <p>A2.1. Identification des besoins en recrutement.</p> <p>A2.2. Fixation des critères de sélection.</p> <p>A2.3. Intégration du salarié.</p> <p>A2.4. Fidélisation du personnel.</p>	<p>C3. Identifier les besoins en recrutement à transmettre au service dédié (RH ou recrutement), les exprimer en missions / tâches selon les valeurs de l'hôtellerie de luxe et fixer les critères de sélection en prenant en compte l'inclusion, afin de fiabiliser et de créer une équité dans le recrutement des collaborateurs.</p> <p>C4. Intégrer des salariés dans le service y compris les salariés en situation de handicap en adaptant l'espace de travail à leurs besoins spécifiques le cas échéant, selon les conditions et les modalités d'accueil propres à l'entreprise et en utilisant les outils mis à disposition par les services dédiés (RH, recrutement) afin d'assurer une meilleure prise de fonction et leur permettre de devenir des membres à part entière de l'équipe.</p> <p>C5. Sur la base des recommandations du département des ressources humaines, mettre en œuvre les moyens tels que les réunions d'équipe, les débriefings, les procédures ou toutes autres initiatives et outils mis à disposition par l'entreprise en étant attentif aux besoins des équipes et en étant force de proposition créative afin de fidéliser le personnel dans son service.</p>	<p>Ateliers de mise en situation individuelle</p> <p>Mise en situation sous forme d'ateliers sur la base de scénarii, amenant le candidat à faire des propositions et prendre des décisions. Évaluation des compétences C2, C6 et C7</p> <p><i>Durée</i> : 30 minutes (15 min mise en situation + 10 min questions) <i>C2</i> : <i>Gérer un conflit</i> <i>C6</i> : <i>Jeu de rôle - Organiser une évaluation périodique</i> <i>C8</i> : <i>Animer l'atelier de formation proposée</i></p>	<p>C3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les besoins en recrutement spécifiques à l'hôtellerie de luxe sont clairement identifiés. - Les besoins sont traduits en missions concrètes. - L'accessibilité et l'inclusion sont pris en compte dans les critères de sélection du candidat. <p>C4</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sous forme de note de service ou mail, l'information sur le profil et les missions du nouveau salarié sont indiquées à l'ensemble des collaborateurs. - Kit d'intégration opérationnel est proposé. - L'aménagement de l'espace de travail d'un salarié en situation d'handicap respecte les normes selon le besoin spécifique. <p>C5</p> <ul style="list-style-type: none"> - La proposition pour entretenir l'expérience collaborateur tient compte des contraintes du métier. - La proposition prend en compte les attentes des nouveaux entrants sur le marché du travail en termes d'organisation du travail (télétravail, QVT (Qualité de la vie au travail), temps de travail...).
---	--	---	--

<p>A3 Accroître la performance et la satisfaction des équipes opérationnelles.</p> <p>A3.1. Valorisation des équipes.</p> <p>A3.2. Mesure de la performance.</p> <p>A3.3. Développement la montée en compétence des individus.</p>	<p>C6. Suivre l'évolution du salarié en menant des évaluations périodiques sur la base des outils mis à disposition par l'entreprise, en prenant en compte les spécificités liées au handicap afin de développer la montée en compétence des équipes.</p> <p>C7. Développer les compétences individuelles et collectives de son équipe, y compris les personnes en situation d'handicap, en organisant l'animation de sessions de formation, d'information et toutes autres activités pour permettre au(x) salarié(s) de mener à bien leurs missions tout en les accompagnant dans leur évolution professionnelle.</p>		<p>C6. <u>Etude de cas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Planifie et informe les évaluations des collaborateurs. - La grille est fournie au collaborateur au préalable. <p><u>Atelier</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le candidat utilise la grille prévue pour évaluer le collaborateur. - Il mène l'entretien d'évaluation. - Prend en compte les spécificités des salariés en situation d'handicap. - Restitue les axes positifs et d'amélioration du salarié. - Indique les besoins en formation identifiés. <p>C7. <u>Etude de cas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le schéma d'animation du scénario est construit. - Le scénario prend en compte les situations d'handicap. <p><u>Atelier</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le candidat démontre ses capacités à communiquer et transmettre. - Le candidat s'assure de la bonne compréhension en répétant et faisant reformuler par les participants. - Le candidat fait son auto-évaluation de sa prestation.
---	--	--	--

BLOC II : MANAGER LE MARKETING DES SERVICES DE L'HÔTELLERIE DE LUXE

<p>A1 Mise en œuvre de la stratégie de l'entreprise dans le marketing opérationnel du luxe.</p> <p>A1.1. Réalisation d'une veille marketing.</p> <p>A1.2. Proposition de recommandations issues des analyses internes et externes de l'entreprise.</p> <p>A1.3. Définition d'un produit innovant et technologique.</p>	<p>Dans le cadre d'un développement stratégique, le manager met en œuvre la stratégie de la direction.</p> <p>C8. Assurer la veille marketing en utilisant des outils d'analyses permettant de déterminer les capacités internes et externes de l'entreprise et les facteurs clés du succès, y compris les impératifs environnementaux (identification d'un nouveau segment de clientèle, des actions marketing pour les différentes typologies de clientèles, ...) pour contribuer à la mise en place du plan d'action du marketing opérationnel.</p> <p>C9. Réaliser une veille sur l'innovation technologique en recherchant les nouveautés qui répondent aux nouvelles tendances de consommation et l'évolution des besoins des clients, afin d'établir un cahier des charges et faire évoluer le produit par rapport à la demande du marché.</p>	<p>Etude de cas individuelle</p> <p>Analyse du marché et création d'un plan d'actions dans le secteur de l'hôtellerie de luxe tenant compte des problématiques RSE.</p> <p>Evaluation des compétences C8 et C9.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Assurer une veille marketing en utilisant les outils d'analyse. - Faire un comparatif des technologies digitales et des pratiques. - Réaliser une étude de segmentation. - Piloter un benchmark. - Synthétiser l'analyse des données et des recherches. <p>Evaluation des compétences C10.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir l'offre à travers le marketing mix. - Planifier un plan d'action. 	<p>C8</p> <ul style="list-style-type: none"> - La veille est réalisée avec des sources en lien avec le secteur de l'hôtellerie de luxe. - L'analyse macro de l'environnement tient compte de tous les paramètres. - Les analyses internes et externes sont fournies. - Les facteurs clés de succès sont identifiés. - La capacité stratégique (forces et faiblesses) de l'entreprise à répondre aux objectifs est définie. - Le segment de clientèle est profitable à l'établissement de luxe. - Qualité de l'analyse concurrentielle. <p>C9</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualité de recherche d'information sur les nouveautés et tendances éco-responsables et technologiques. - Niveau d'analyse interne et externe de l'entreprise est pertinente. - Justesse des recommandations et réalismes des propositions.
<p>A2 Développer ou adapter le produit de service hôtelier premium.</p> <p>A2.1. Analyse du marketing mix (plan de marchéage) de l'entreprise.</p> <p>A2.2. Anticipation des tendances de durabilité du produit.</p> <p>A.2.3. Intégration des objectifs RSE au produit.</p>	<p>C10. Réaliser un marketing mix en analysant les différents axes (Prix, produit, promotion, place) afin de mieux positionner son service haut de gamme qui répond aux besoins du marché du luxe en incluant les impératifs RSE, d'inclusion et d'éco-responsabilité.</p>		<p>C10</p> <p><u>Prix</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La stratégie tarifaire et le positionnement sont déterminés par rapport au marché. <p><u>Produit</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le produits (service) intègre les éléments RSE. <p><u>Promotion</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les éléments de communication de l'offre sont présentés au travers des différents canaux. <p><u>Place</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les réseaux de distribution prennent en comptes les contraintes RSE. - Les actions retenues sont planifiées et programmées dans le temps.

<p>A3 Déployer la politique commerciale du parcours client.</p> <p>A2.1. Identification d'un parcours client.</p> <p>A2.2. Amélioration de l'expérience client.</p> <p>A2.3. Accroissement de la notoriété et de la croissance.</p>	<p>En adoptant un point de vue client afin de faire évoluer les pratiques de l'établissement de luxe et d'améliorer l'expérience client, en incluant les clients en situation d'handicap et autres besoins spécifiques.</p> <p>C11. Analyser les étapes du parcours client à haut revenu en comparant les habitudes et attentes des clients avec les services offerts par l'établissement pour préconiser des actions d'amélioration de l'Expérience client.</p> <p>C12. Promouvoir le programme de fidélisation de la marque ou de l'hôtel en faisant notamment contribuer les clients à la communication numérique afin qu'ils soient des relais de croissance et renouvellent leur acte d'achat.</p>	<p>Mise en situation professionnelle individuelle</p> <p>A partir d'un sujet choisi par le jury, le candidat doit améliorer un parcours client.</p> <p>Evaluation des compétences C11 et C12.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyser et présenter un parcours client en se servant du concept de servuction. (Etude des 3P). - Proposer un programme de fidélisation. - Être force de proposition pour la mise en place de nouveaux services ou d'amélioration. 	<p>C11 <u>Processus</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inventorier les différents points clés du parcours client. - Les processus sont en adéquations avec les attentes de la clientèle et l'organisation interne de l'entreprise. - Les technologies digitales et innovantes sont intégrées. <p><u>Personnel</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les collaborateurs ont le niveau attendu pour la prestation de services. - Les services back office ont été pris en compte. <p><u>Environnement physique</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les propositions des éléments physiques de l'entreprise sont en adéquation avec les standards et l'image de la marque. - Prise en compte des besoins spécifiques pour le client. <p>C12</p> <ul style="list-style-type: none"> - Justesse des propositions d'adaptation de système de suivi des clients (CRM). - Conformité du projet d'un plan d'amélioration d'une présence numérique en ligne. - L'argumentaire du programme de fidélité respecte les contraintes de l'entreprise et de la RSE (éco-responsabilité et inclusivité).
--	---	---	---

BLOC III : MANAGEMENT DE LA QUALITE DANS L'UNIVERS DU LUXE

<p>A1 Diriger les opérations d'un service dans une démarche qualité.</p> <p>A1.1. Identification des étapes d'un service opérationnel pour un diagnostic.</p> <p>A1.2. Organiser une démarche qualité dans un service.</p> <p>A1.3. Planification opérationnelle de son service.</p>	<p>Afin d'assurer le pilotage opérationnel de la gestion de la qualité dans l'univers de l'hôtellerie de luxe.</p> <p>C13. Mesurer la gestion de la qualité au sein du service opérationnel en réalisant des enquêtes permettant d'obtenir des informations qualitatives et quantitatives sur le produit et l'offre, afin d'élaborer des plans d'actions correctives et répondre aux orientations stratégiques de l'organisation.</p> <p>C14. Bâtir un plan d'amélioration continue adapté aux codes de l'univers du luxe, en impliquant l'ensemble du personnel, par la mise en place d'outils et techniques en adéquation avec la culture, les valeurs, la stratégie et les orientations de développement de l'organisation afin d'augmenter le rendement et l'efficacité de son département par le suivi et le déploiement de processus.</p> <p>C15. Gérer le temps et l'organisation du travail de son équipe en utilisant les outils de gestion des tâches, de planification, de communication et de suivi, en fonction des contraintes du service afin d'assurer un fonctionnement optimum répondant aux standards de qualité.</p>	<p>Etude de cas individuelle</p> <p>Construire une démarche qualité suite à une problématique dans un département opérationnel.</p> <p>Evaluation des compétences C13 à C15.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyser la production dans un service opérationnel. - Proposer des points d'amélioration aux dysfonctionnements observés. - Création de procédure. - Gestion du suivi des process. - Planifier le travail des collaborateurs. 	<p>C13</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les points de dysfonctionnement sont identifiés. - Des mesures correctives proposées sont applicables et réalisables. - Le processus d'amélioration continue est proposé. <p>C14</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les étapes du processus de production sont identifiées et détaillées. - Les procédures sont claires, précises et adaptées aux besoins. - Le système de circulation de l'information est clairement défini. <p>C15</p> <ul style="list-style-type: none"> - La gestion des équipes répond aux attentes qualitatives de la gestion opérationnelle du service. <ul style="list-style-type: none"> • Effectifs du service ; • Planification des ressources ; • Qualification des ressources. - L'outil de planification est utilisé.
---	---	---	---

<p>A2 Évaluer la qualité de gestion du projet et mise en place de l'amélioration continue.</p> <p>A2.1. Conception des outils de contrôle.</p> <p>A2.2. Elaboration d'un guide PCA opérationnel.</p>	<p>Après avoir structuré le projet :</p> <p>C16. Concevoir les outils de gestion des risques en définissant les indicateurs de contrôle et de mesure de performances en vue de bâtir des plans d'amélioration, réduire le taux d'échec, accroître la satisfaction client et garantir la qualité des services</p> <p>C17. Construire le PCA (Plan de Continuité d'Activité) au niveau du service en élaborant des propositions adaptées permettant le déclenchement rapide et efficace des procédures afin de pérenniser l'activité de l'entreprise en situation d'urgence.</p>	<p>Présentation orale individuelle</p> <p>Sur la base d'un événement exceptionnel, choisi par le jury, présentez un plan de continuité des activités de son département.</p> <p>Evaluation des compétences C16 et C17.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluer les risques pour chacun des départements. - Proposer un plan de continuité d'activités par typologie de risques. 	<p>C16</p> <ul style="list-style-type: none"> - La matrice des risques défini les niveaux de gravité et de probabilité d'occurrence pouvant avoir un impact sur la gestion opérationnelle des départements. - Les niveaux de risques (faible, moyen et élevé) sont explicités. <p>C17</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les propositions du guide sont réalistes et permettent le déclenchement rapide et efficace de la procédure de continuité des activités.
---	--	--	---

BLOC IV : CONDUIRE LA GESTION DES DEPARTEMENTS OPERATIONNELS D'UN ETABLISSEMENT HOTELIER

<p>A1 Diriger les opérations financières de son département.</p> <p>A1.1. Conception d'un montage financier de son département.</p> <p>A1.2. Prévisions des ventes</p>	<p>C18. Elaborer des prévisions de ventes mensuelles et annuelles en tenant compte des spécificités opérationnelles en vue de réévaluer régulièrement sur la base des éléments du marché, la performance du département au travers des décisions stratégiques</p> <p>C19. Budgétiser le fonctionnement de son département opérationnel grâce aux prévisions du chiffre d'affaires, des coûts de production et d'exploitation par rapport au N-1 pour définir les objectifs en termes de chiffre d'affaires.</p>	<p>Etude de cas individuel</p> <p>Construire un budget prévisionnel. Evaluation des compétences C18 et C19.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser les prévisions financières de son département. - Déterminer des coûts en mettant en évidence les types / la nature des coûts, le calcul de ces coûts et la méthode adoptée. 	<p>C18</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les éléments du marché sont collectés - Les projections du chiffre d'affaires sont effectuées - Les projections des coûts sont identifiées - Les besoins opérationnels pour faire face à la projection sont identifiés <p>C19</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le budget prévisionnel présente le détail des postes de charges. - Le budget prévisionnel présente le détail du chiffre d'affaires.
<p>A2 Suivre et contrôler la performance de son département.</p> <p>A2.1 Identification des indicateurs de performance de son service</p> <p>A2.2 Réalisation du suivi des objectifs du montage financier de son département.</p>	<p>C20. Analyser les KPI (Indicateurs de performance) de son département par rapport à ses objectifs en identifiant les variations et en les mesurant par rapport aux années précédentes (N et N-1) et à la concurrence afin d'évaluer la performance de son département.</p> <p>C21. Analyser l'évolution de son activité par rapport à son budget en surveillant l'évolution des ventes entre le prévisionnel et le réalisé en vue de s'assurer l'atteinte des objectifs fixés.</p>	<p>Etude de cas individuel</p> <p>Contrôler la performance des activités Evaluation des compétences C20 et C21.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier et mesurer des KPI. - Comparer les KPI au CompSet - Analyser les écarts et apporter des solutions correctives - Analyser et suivre les comptes de résultats. - Utiliser les outils de gestion analytique (tableaux de bord, ratios...) - Suivre les besoins en capex et le besoin en trésorerie. 	<p>C20</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les KPI sont identifiés. - Les KPI sont mesurés. - Les KPI sont comparés avec la concurrence. - Des actions correctives sont décidées. <p>C21</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'analyse du compte de résultat intègre une méthode de suivi. - Le compte de résultat atteint les objectifs fixés. - Définition des capex et du besoin en trésorerie

BLOC V : MANAGER LES PROJETS ÉVÉNEMENTIELS DANS UN ÉTABLISSEMENT DE LUXE

<p>A1 Analyser l'industrie de l'évènementiel.</p> <p>A1.1. Réalisation d'une veille concurrentielle</p> <p>A1.2. Analyse des pratiques</p> <p>A12.3.</p>	<p>C22. Mener une veille concurrentielle sur l'industrie de l'évènementiel en hôtellerie en collectant des informations sur les revues et articles spécialisées, les événements réalisés par les acteurs en vue de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - cartographier les typologies d'évènements pouvant être mis en place ; - analyser les bonnes et mauvaises pratiques en matière de gestion d'un événement ; - identifier les phases et techniques majeures de gestion d'un événement ayant un impact sur la qualité et la satisfaction des clients. 	<p>Présentation orale individuelle</p> <p>A partir d'un sujet choisi par le jury, le candidat doit présenter une veille concurrentielle sur l'évènement à promouvoir.</p> <p>Evaluation de la compétence C22.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir le produit - Réaliser un benchmark des offres du marché - Elaborer un story-telling - Réaliser un CompSet 	<p>C22</p> <ul style="list-style-type: none"> - La description ou la définition du produit est conforme aux critères de connaissance du produit. - La création du storytelling fait ressortir le caractère authentique de l'établissement. - Le CompSet (étude des concurrents) est clairement défini avec trois concurrents. - L'impact de la taille des concurrents sur l'activité et le potentiel de différenciation de l'offre produit/ service est bien spécifié dans le benchmark.
<p>A2 Planifier un évènement.</p> <p>A2.1. Analyse des attentes clients.</p> <p>A2.2. Balisage du projet (cartographie, planification, priorité des actions).</p> <p>A2.3. Pilotage d'un projet.</p>	<p>C23. Cartographier la production d'un évènement et son implémentation grâce aux outils de gestion de projet pour en assurer une compréhension globale par l'ensemble du personnel impliqué et en suivre l'évolution de façon continue.</p> <p>C24. Planifier de manière efficace l'organisation d'un évènement et son implantation en prenant en compte tous les éléments nécessaires (ressources, moyens, matériels, outils) et en utilisant de manière appropriée les outils de la gestion de projet (méthodologie PMI) pour en assurer le bon déroulement.</p>	<p>Etude de cas individuelle</p> <p>Organisation d'un événement réel ou fictif basé sur la méthodologie PMI.</p> <p>Evaluation de la compétence C23 à C26.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hiérarchiser les activités. - Planifier le projet. - Expliquer les modalités de mise en place. 	<p>C23</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une préanalyse est menée en identifiant les points à traiter pour atteindre les objectifs fixés et les attentes du client. - La rédaction de l'EnquiryForm répond aux besoins spécifiques et techniques de l'évènement à promouvoir. - L'outil organigramme des tâches du projet (WBS) est bien organisé tant par son contenu que sur l'aspect visuel. <p>C24</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'outil de planification et de suivi des activités (diagramme de Gantt) reprend les principales tâches du projet évènementiel. (Élaboration de l'échéancier et du suivi des phases du cycle de vie du projet) - Correspondance entre les personnes en charge et les tâches. - Correspondance des dates et délais d'exécution des tâches.

	<p>C25. Prioriser les actions à mener pour l'exécution du projet événementiel en les hiérarchisant par niveaux et en définissant des activités, des tâches, des détails, afin de prendre les décisions stratégiques en cas de besoin dans la gestion du projet.</p> <p>C26. Préparer le pilotage du projet en mettant l'accent sur le collectif et le travail de groupe en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définissant les moyens, le rôle de chaque collaborateur dans le projet ; - Organisant le travail des équipes concernées et s'assurant de la bonne coordination interservices ; <p>Afin de garantir la réussite du projet.</p>		<p>C25</p> <ul style="list-style-type: none"> - La budgétisation est faite sur la base d'une estimation réaliste des coûts et des recettes prévisionnelles. - La budgétisation tient compte de tous les besoins du projet événementiel, dans la mesure où ces besoins doivent tous être chiffrés. <p>C26</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'outil d'attribution des responsabilités (matrice RACI) met bien en évidence les rôles de chacun des membres de l'équipe du projet. - La matrice de communication spécifie clairement les canaux et les moyens de communication entre les différents membres de l'équipe. - La matrice des parties prenantes met en évidence les acteurs prenants part au projet événementiel en spécifiant leur influence et leur implication dans le projet.
--	---	--	--