

A1 - Soutenir le fonctionnement et le développement de la PME

Activité 2 – Organisation des activités de la PME

Chapitre 7 – Organisation d'événements internes ou externes

Problématique

L'organisation d'un événement, qu'il soit interne (à destination du personnel) ou externe (à destination des partenaires de l'entreprise) engage toujours l'image de l'entreprise et la réputation des organisateurs.

Un événement réussi est un événement dont les participants repartent satisfaits.

Les événements peuvent être très variés : réunions, assemblée générale, cérémonies, foires et salons, séminaires, conférence, visites, fête, portes ouvertes, remise de médailles, formation, etc. Pour chaque événement il y a lieu d'en comprendre les différentes implications afin de répondre aux objectifs, aux besoins, à la cible, au budget et aux attentes de la direction et des participants.

L'organisation exige une démarche en 5 phases.



Sommaire (6 h + 2 h)		
Problématique	1	
Introduction		
QCM	2	10'
Réflexion 1 : organiser un événement	3	20'
Réflexion 2 : booster la cohésion d'une équipe	4	20'
Missions professionnelles		
1. Justifier et chiffrer un événement prévisionnel	5	30'
2. Créer un outil de contrôle	6	40'
3. Réaliser des tâches liées à un événement	7	40'
4. Organiser un jeu sur Instagram	9	1 h 00'
5. Organiser la participation à un salon (Expert) – GanttProject ou MS Project	10	1 h 00'
6. Chiffrer et organiser une activité (entraînement à l'épreuve e6)	12	1 h 20'
7. Organiser un événement (ouvrage D5 communication, chapitre 5 mission 5)		2 h 00'
Ressources		
1. Définir le projet	15	
2. Organiser l'événement	16	
3. Réaliser l'événement	16	
4. Analyser l'événement	16	
5. Assurer le suivi post-événement	16	
Bilan de compétences	17	

Introduction

Chapitre 7 – Organisation d'événements QCM

Questions	Avant	Réponses	Après
Question 1 Un événement impacte	<input type="checkbox"/>	L'image de l'entreprise	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	La réputation des organisateurs	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Les résultats de l'entreprise	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	L'ambiance de travail dans une équipe	<input type="checkbox"/>
Question 2 L'organisation d'un événement exige une démarche	<input type="checkbox"/>	Financière	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Commerciale	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Sociale	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	De projet	<input type="checkbox"/>
Question 3 Les organisateurs doivent s'adapter	<input type="checkbox"/>	Aux attentes de la direction	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Aux attentes des administrations	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Aux attentes des participants (cible)	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Aux attentes des salariés	<input type="checkbox"/>
Question 4 Le plus important au début de l'organisation est de	<input type="checkbox"/>	Prévoir la météo	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Informers les administrations	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Réserver la date	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Réserver le lieu	<input type="checkbox"/>
Question 5 L'événement le plus adapté pour remercier exceptionnellement de bons clients consiste à	<input type="checkbox"/>	Leurs accorder une ristourne	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Les remercier par un courrier	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Les inviter à une fête	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Diminuer les tarifs	<input type="checkbox"/>
Question 6 Pour éviter les dérapages il faut impérativement créer	<input type="checkbox"/>	Un outil d'organisation de l'événement	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Un outil de suivi des tâches	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Un outil de contrôle des tâches	<input type="checkbox"/>
Question 7 Les objectifs et contraintes d'un événement sont synthétisés dans	<input type="checkbox"/>	Le bilan prévisionnel de l'événement	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Le livret événementiel	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Le cahier des charges	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Le cahier des objectifs	<input type="checkbox"/>
Question 8 Une bonne organisation doit	<input type="checkbox"/>	Laisser de la place à l'imprévu c'est plus fun	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Laisser de la place à l'imprévu pour surprendre	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Ne pas laisser de place à l'imprévu	<input type="checkbox"/>
Question 9 L'analyse d'un événement doit porter sur les éléments	<input type="checkbox"/>	Sociaux	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Economiques	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Quantitatifs	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Qualitatifs	<input type="checkbox"/>
Question 10 Dans les semaines qui suivent un salon ou une foire, commercialement, il est important	<input type="checkbox"/>	De mettre à jour le fichier des prospects	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	De recontacter les clients	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	De remercier les organisateurs	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	De mettre au courant les absents	<input type="checkbox"/>

Réflexion 1 – Organiser un évènement		
Durée : 20'	 ou	Source

Travail à faire

Après avoir lu le **document** et à partir votre réflexion, répondez aux questions suivantes :

1. Quel est l'élément le plus important en ce qui concerne le choix du type d'évènement ?
2. Dans quel cas l'entreprise a intérêt à organiser l'évènement en externe ?
3. Qu'est-ce qu'une base de données qualifiée ?
4. Quel est le rôle d'un questionnaire d'évaluation ?
5. Que faut-il faire après l'évènement ?

Doc. 1 Organiser un évènement : les clés du succès ?

Source condensée : <https://www.actuentreprise.com/>

Réaliser un évènement nécessite un investissement financier et humain et véhicule l'image de marque de la société. L'enjeu est donc de taille. Nous vous proposons ainsi quelques conseils pour réussir vos évènements.

1. Bien définir sa cible et ses objectifs. L'évènement doit être intégré dans la stratégie globale de communication. Définissez donc quel est votre but : séduire de nouveaux prospects ? Fidéliser des clients ? Lancer un produit ?

2. Type d'évènement : Il existe de nombreux types d'évènements : séminaire, petit-déjeuner, conférence, atelier technique, exposition, salon, soirée, évènement VIP, team building, journée portes ouvertes.... Choisissez le moyen le plus adapté à votre objectif et à votre cible. Pour remotiver vos salariés, optez plutôt pour une journée de team building à l'extérieur de l'entreprise. Pour former votre réseau de revendeurs, préférez un atelier technique. Pour remercier vos meilleurs clients, invitez-les à une soirée VIP...

3. La date : étudiez les évènements organisés dans votre région sur la même cible pour éviter les interactions. Préférez les mardi et jeudi, évitez les vacances scolaires et les périodes de forte activité du secteur visé.

4. Le lieu : Vous pouvez réaliser votre manifestation dans vos locaux, dans une salle de séminaire, dans un lieu décalé... le choix se fera en fonction du message que vous souhaitez faire passer, de l'image que vous souhaitez véhiculer (haut de gamme, moderne, écologique...) et du ton que vous voulez donner à votre évènement.

5. Interne ou externe ? Avez-vous les compétences et les ressources nécessaires à la gestion de l'évènement ? Ou souhaitez-vous le déléguer à une agence événementielle ? Si tel est le cas, il vous faudra donner à l'agence un cahier des charges afin qu'elle puisse faire plusieurs propositions. Dès accord entre les parties, l'agence prendra en charge toute l'organisation de la manifestation.

6. La communication : Si la cible est réduite, envoyez une invitation (électronique, « carton » pour les VIP, SMS...) à une base de données qualifiée. Pour une cible nouvelle, communiquez dans les médias touchants celle-ci (presse spécialisée, radio, sites web spécialisés, newsletters...) bien en amont de l'évènement.

7. Le jour J : soignez la signalétique, l'accueil (badges, café d'accueil), l'animation, respectez l'agenda prévu et laissez une trace aux visiteurs (goodies, documentation...). Préparez et administrez un questionnaire d'évaluation auprès des participants. Informez un compte rendu aux absents.

8. Mesure et exploitation des résultats : mesurez le nombre de présents et le comparer aux objectifs ? Recontactez les participants et suivre les projets à court terme. Entrez les nouveaux contacts dans la base clients et si vous pouvez, inscrivez cet évènement dans la continuité (créez des cycles, d'autres types d'évènements sur le même thème ou sur des solutions complémentaires, une newsletter pour cette communauté...).

Pour réussir son évènement B to B, il est donc impératif de définir sa cible et son objectif, de s'y prendre bien en amont, de respecter un rétro planning, de communiquer un maximum pour créer du trafic et d'exploiter toutes les données récoltées le jour même.

Réflexion 2 – Booster la cohésion d'équipe

Durée : 20'		Source
-------------	---	--------

Travail à faire

Après avoir lu le **document**, répondez aux questions suivantes :

1. Quel est l'objectif de ce concept ?
2. Quels sont les moments clés du team building ?
3. Quels sont les points intéressants apportés par le team building ?

Doc. Booster la cohésion d'équipe avec le Team Building

Source : <https://www.manager-go.com/>

Apparu au début des années 1980, le concept de team building (littéralement "construction d'une équipe", en anglais) a pour optique première de resserrer les liens au sein d'un groupe de collaborateurs, d'un service ou d'une entreprise. Toutefois, il peut s'avérer un levier efficace bien plus large : améliorer la communication, désamorcer les conflits, décupler la motivation et l'esprit d'appartenance à une entité, **etc.**

À partir de défis collectifs, les collaborateurs membres d'un même groupe (équipe, service, établissement, firme...) apprennent à mieux se connaître, se faire confiance et se coordonner dans une situation donnée hors du contexte de l'entreprise. Ils donnent de leur personne et se mettent au service du collectif. Un comportement que les dirigeants d'entreprise espèrent voir au quotidien dans leur entreprise.

Quels sont les objectifs du team building ?

En général, une session de Team building s'articule autour de 3 moments essentiels :

- **exercices, jeux, jeux de rôles** : c'est le moment pendant lequel, à travers le jeu ou les exercices à mener collectivement, les dysfonctionnements ou blocages vont apparaître "naturellement".
- **partage et écoute** : chacun expose ses points de vue quant aux éventuels blocages et autres situations inconfortables, ses expériences, ses doutes, mais aussi ses attentes - parfois partagées alors qu'on pense le contraire, etc. Le but est de parler et **écouter activement** sans juger.
- **ouverture** : un moment de l'inattendu où chacun pourra découvrir ou mettre en avant un potentiel, un talent jusque alors plus ou moins endormi. Il s'agit ici de surprendre, bousculer, déstabiliser pour pousser le collectif à penser différemment, voire innover.

Si l'objectif ultime est de solidifier les liens entre les salariés, il n'en demeure pas moins que la démarche peut s'avérer fort intéressante dans bien des domaines !

- ❖ **Créer/renforcer la cohésion de groupe.** Par des défis collectifs, des expériences communes, des sensations, des émotions éprouvées en groupe, l'esprit d'appartenance au groupe est décuplé.
- ❖ **Développer l'intelligence collective.** Permettre à chacun de s'exprimer individuellement, mais au service du groupe.
- ❖ **Intégrer les nouveaux collaborateurs.** Une façon pertinente de rendre un nouveau salarié efficace et à l'aise au sein de l'entreprise.
- ❖ **Désamorcer les conflits.** En abordant les choses de façon ludique ou par des jeux de rôles, tout en apprenant à se connaître en dehors des positions hiérarchiques et des relations intra-entreprises, non seulement on favorise le dialogue, mais on permet également un regard décalé et une communication libérée. Se mettre à la place de l'autre induit une meilleure compréhension de la personne en tant que telle et ainsi un comportement adapté et une meilleure communication.
- ❖ **Booster la motivation individuelle et collective.** Via des challenges, chacun devra se dépasser et mettre sa motivation personnelle au service de celle du groupe.
- ❖ **Communiquer autrement.** Les activités partagées en dehors de l'entreprise - ou tout du moins de l'environnement habituel - induisent une communication différente : plus de hiérarchie, l'humain en tant que tel est placé au centre de l'attention. Par ailleurs, cela peut également, pour l'entreprise, être le moyen de communiquer ses valeurs, sa culture auprès de ses salariés de manière plus subtile, mais tout aussi efficace - voire plus si le team building est pertinent !

Missions professionnelles

Mission 1 – Justifier et chiffrer un événement prévisionnel		
Durée : 30'		

Contexte professionnel

Sacardi SA est une société de fabrication de maroquinerie de luxe. Elle a été créée en 1989 à Bourg-en-Bresse par Gilles Sacardi. À ce jour, elle emploie 45 personnes. La société est reconnue pour l'originalité et la qualité de ses produits.

La clientèle est constituée de grossistes qui possèdent des chaînes de magasins et de détaillants. M. Sacardi a remarqué un fléchissement des ventes auprès des grossistes et une baisse de dynamisme des 4 représentants. Par ailleurs, les commerciaux travaillent sur des secteurs différents et se rencontrent rarement, ce qui ne leur permet pas de partager leurs expériences et leurs bonnes pratiques.

M. Sacardi propose d'organiser une animation commune pour améliorer la situation et stimuler les représentants. Il vous confie le soin d'organiser un séminaire à l'extérieur, dans un gîte en montagne avec des activités sportives (escalade, rafting, randonnée).

Travail à faire

1. À partir de vos connaissances, indiquez l'objectif de ce séminaire.
2. Précisez l'impact que peut avoir l'animation sur la motivation de l'équipe commerciale.
3. A l'aide du **document**, calculez le budget prévisionnel de cet événement.

Doc. Plan d'animation

Éléments de coût

- Préparation du projet : 5 jours de travail évalué à 150 euros la journée.
- Organisation d'entretiens avec les 4 représentants : ½ journée par personne ; coût moyen d'une journée : 80 €.
- Rédaction d'un document définitif : 3 jours de travail de M. Sacardi à 150 € la journée, édition : 60 €.

Remarque : vous ne tiendrez pas compte de votre temps passé.

Informations concernant le séminaire à l'extérieur

Il se déroulera le dimanche et le lundi (jours de fermeture de l'unité commerciale)

Postes de dépenses	Montants
- Location du gîte	350 €
- Déplacement (bus)	300 €
- Restauration et hébergement	600 €
- Activités diverses	470 €
- Location de matériel pour les réunions	150 €
- Rémunération des salariés	1 510 €

Mission 2 – Créer un outil de contrôle		
Durée : 40'	 ou 	Source

Contexte professionnel

La société Sacardi participera pour la première fois au salon international de la maroquinerie à Paris. Ce salon destiné aux professionnels, se déroulera du 16 au 20 novembre inclus. A la suite des discussions avec M. Sacardi et de la consultation d'articles de presse relatant le précédent salon, vous avez retenu un certain nombre d'informations.

Vous êtes chargé de suivre le bon déroulement du dossier relatif à la participation au salon.

Travail à faire

Établissez une liste de contrôle destinée à faciliter votre travail à partir des informations qui vous sont remises dans le **document**.

1. Listez les tâches à réaliser et les ordonnancer de façon chronologique.
2. Concevez un outil de contrôle qui vous permettent de suivre le bon déroulement des tâches et le respecte des dates et échéances.

Doc. Informations concernant la participation au salon de la maroquinerie

Un catalogue général de tous les exposants est édité à l'occasion de cette manifestation ainsi qu'un catalogue spécial « produits nouveaux ». Le texte destiné au catalogue général doit parvenir aux organisateurs du salon au plus tard le 15 septembre.

Pour figurer sur le catalogue spécial « produits nouveaux ». Il faut retourner le questionnaire spécifique, fourni avec le dossier d'inscription avant le 31 juillet.

350 cartons d'invitation seront envoyés au client avec une lettre d'accompagnement 3 semaines avant la date d'ouverture du salon. 50 cartes sont fournies automatiquement et gratuitement par les organisateurs du salon les autres doivent être commandées 5 mois avant le début du salon. Le délai de réception des cartes est de 2 mois à dater de la commande.

Le bon de commande des prestations techniques (branchement électrique, téléphonique, eau...), fourni dans le dossier d'inscription, doit être retourné au plus tard le 1^{er} septembre.

La demande d'admission est à envoyer avant le 23 janvier, date impérative afin de bénéficier d'une remise de 13 % sur le prix du m² nu. Cette demande doit parvenir au secrétariat général du salon avant le 15 décembre accompagné d'un acompte calculé sur la base de 500 € le m² réservé (le stand fera 30 m²).

La conception et la réalisation du stand seront confiées à un décorateur spécialisé. Les premières études doivent être soumises 20 semaines avant le début de l'installation du stand (durée 3 jours). Elle sera réalisée par le personnel de l'entreprise.

Le personnel commercial chargé d'accueillir les clients sur le stand et les 2 techniciens de démonstration doivent être contactés avant la fin du mois de juin

Le transport des éléments de décoration, des brochures et prospectus, ainsi que des spécimens et échantillons sera confié à la société Dunand, spécialiste du transfert industriel. Pour s'assurer d'un enlèvement 4 jours avant le salon, il convient de contacter ce transporteur 6 mois avant cette date le même transporteur sera chargé d'effectuer le retour du matériel le lendemain de la fin du salon.

La facture finale sera adressée par le commissariat général de l'exposition, fin juin, le solde est à régler impérativement avant le 30 septembre.

Le choix de l'implantation du stand se fera courant avril pour bénéficier d'un maximum de possibilités.

Il convient par ailleurs de ne pas omettre d'effectuer les réservations nécessaires pour le personnel présent sur le salon :

- réservation des billets TGV (tarif affaire j – 30).
- réservation des chambres d'hôtel 4 mois à l'avance.

Mission 3 - Réaliser des tâches liées à un événement		
Durée : 40'	 ou 	Source

Contexte professionnel

La société S.I.-Tech est peu présente dans le Cloud et M. Larrieux souhaite proposer des solutions adaptées et sécurisantes à notre clientèle qui est constituée de petites et moyennes entreprises.

Dans ce contexte, il souhaite rencontrer les représentants de Microsoft qui propose une solution clé en mains en Cloud, appelée **Azure**. Par ailleurs, Microsoft vient de s'associer à la société Oracle pour proposer des solutions encore plus performantes en Cloud. Cette association de deux grands comptes est susceptible de rassurer les PME qui restent encore frileuses face à ces solutions par crainte du manque de sécurité et de confidentialité.

Le salon **Cloud et IT Expo** qui se tiendra Porte de Versailles à Paris la semaine prochaine, sera l'occasion pour M. Larrieux de nouer des contacts avec les représentants de Microsoft. Il a regardé le programme des conférences de Microsoft et souhaite participer à une présentation de la solution Azure PME qui débutera à 9 h 15.

Il envisage de rester sur le salon jusqu'à 13 h puis il mangera sur place au restaurant du salon (prévoir 1 heure).

Il profitera de ce voyage pour rencontrer le directeur informatique du groupe Efibel qui est une mutuelle santé. Ce groupe envisage d'installer le PGI Sage X3 dans ces différentes filiales afin d'uniformiser le parc informatique du groupe. Il pourrait travailler avec notre société pour l'installation et la maintenance de toutes les agences de la région Sud-Est.

La Siège social de la société Efibel est situé 99 rue Monge à Paris dans le V^e arrondissement. Le directeur informatique de la société Efibel, M. Bertrand, sera disponible à partir de 15 h. La réunion devrait durer 2 heures.

Remarque : il faut prévoir : 40 minutes pour aller de la gare de Lyon à la Porte de Versailles ; 1 h pour revenir de la Porte de Versailles à la rue Monge ; 45 minutes de la rue Monge à la Gare de Lyon.

Travail à faire

1. Trouvez un TGV pour l'allé et le retour.
2. Envoyez une demande d'invitation par courriel à la société Microsoft pour l'entrée au salon Cloud et IT Expo et réservez une place pour la présentation de la solution Azure PME. (adresse de la demande : **itexpo@microsoft.com**).
3. Confirmez le rendez-vous par courriel avec M Bertrand, (adresse : **di-bertrand@efibel.com**).
4. Mettez à jour l'agenda de M. Larrieux.

Doc. 1 Cloud & IT Expo : le salon

Le salon **Cloud & IT Expo** est le rendez-vous annuel dédié aux **nouvelles technologies de l'information**. Le Cloud Computing est clairement le secteur le plus dynamique et le plus innovant de l'IT aujourd'hui

Il est devenu sans conteste l'un des plus importants sujets d'actualité de ces dix dernières années et pourrait changer en profondeur le visage de l'IT, bien plus que tout autre développement technologique récent.

Toutefois, il soulève également beaucoup de questions auprès des décideurs

Cloud & IT Expo donne envie à toutes les entreprises de repenser leur système informatique. et si elles savent pourquoi elles n'ont pas les réponses aux comment et avec quel partenaire le faire.

Le Salon ouvre ses portes à 9 h et ferme à 18 h.

Doc. 2 Horaires des trains

SÉLECTIONNEZ VOTRE ALLER

Aller entre le 08/04/2024 et le 09/04/2024 à 07h34 – Prix total pour 1 passager

	Mer 8 Avr.	Jeu 9 Avr.						
Départ	21h37	06h04	06h34	06h52	07h05	07h05	07h16	07h34
A partir de	25.00 €	72.00 €	42.00 €	50.00 €	97.00 €	97.00 €	65.60 €	42.00 €
Durée	01h53 Direct	02h09 Direct	01h58 Direct	02h00 Direct	01h57 Direct	01h57 Direct	05h06 Direct	01h59 Direct
Voyagez avec	TGV 100% PREM'S	TGV	TGV	TGV	TGV	TGV	TER	TGV

SÉLECTIONNEZ VOTRE RETOUR

Retour le 09/04/2024 entre 17h53 et 20h58 – Prix total pour 1 passager

	Jeu 9 Avr.						
Départ	17h53	18h41	18h57	19h28	19h58	20h58	
A partir de	50.00 €	80.00 €	42.00 €	50.00 €	72.00 €	57.00 €	
Durée	02h03 Direct	02h03 Direct	01h59 Direct	01h58 Direct	02h05 Direct	01h58 Direct	
Voyagez avec	TGV	TGV	TGV	TGV	TGV	TGV	

Courriel 1	Courriel 2
De : À : Objet :	De : À : Objet :

Agenda M. Larrieux : page jeudi

Heures	RDV	Heures	RDV
01:00		13:00	
01:30		13:30	
02:00		14:00	
02:30		14:30	
03:00		15:00	
03:30		15:30	
04:00		16:00	
04:30		16:30	
05:00		17:00	
05:30		17:30	
06:00		18:00	
06:30		18:30	
07:00		19:00	
07:30		19:30	
08:00		20:00	
08:30		20:30	
09:00		21:00	
09:30		21:30	
10:00		22:00	
10:30		22:30	
11:00		23:00	
11:30		23:30	
12:00		00:00	

Mission 04 – Organiser un jeu sur Instagram		<i>Made - Style</i>
Durée : 1 h	 ou 	Source

Contexte professionnel

Made-Style conçoit des vêtements, des accessoires et des panneaux muraux décoratifs tricotés. Elle crée ses modèles dans ses locaux de Paris puis les fait fabriquer par des entreprises spécialisées en France et en Italie. La qualité des produits et les prix pratiqués font que sa clientèle est principalement constituée de clients faisant partie des catégories sociales supérieures.

M. Waits souhaite rajeunir la clientèle et toucher plus particulièrement les millenials. Il envisage d'organiser un jeu-concours sur le site Instagram de l'entreprise destiné à inciter les jeunes qui portent des vêtements Made-Style à poster des photos de leurs tenues mis en scène dans leur vie quotidienne. L'idée est de montrer que ces vêtements sont pour tout le monde et qu'ils enrichissent la personnalité de celui qui le porte en y apportant de la fantaisie.

M. Waits vous confie l'organisation du projet fin octobre. Le concours sera mis en ligne du 1^{er} décembre au 28 février. La remise des prix est prévue vers le 15 avril.

Vous devez planifier toutes les tâches d'organisation et de suivi du jeu-concours.

Travail à faire

Présentez la liste des tâches à accomplir (en les regroupant par sous-ensembles cohérents) et les dates à respecter (en vous aidant des **documents 1 et 2**).

Doc. 1 Prise de notes sur la logistique du jeu-concours

- Établir le budget.
- Les prestations des intervenants extérieurs seront réglées à la fin de l'opération.

Réalisation des pages Internet et Instagram

- Penser à tester la page concours, les liens et l'extraction des données.
- Penser à modérer chaque jours les photos mises en ligne pour éviter les dérapages.
- Le lendemain de la clôture du concours, actualiser la page d'accueil et supprimer les pages concours.
- Juste après la promulgation des résultats, publier la photo primée sur le site.

Le gagnant

- Nous préviendrons par mél le gagnant qui nous enverra ses coordonnées en retour. Nous l'inviterons une journée, tous frais payés, à une cérémonie de remise du prix ainsi qu'à une visite de l'entreprise.

Le jury

- Le jury sera composé de 7 personnes sélectionnées parmi des partenaires de l'entreprise.
- Le jury sera invité à une réunion de coordination en décembre pour choisir les critères d'évaluation des photos, et pour concevoir la fiche d'évaluation des photos.
- M. Waits et les membre du jury seront invités à la remise du prix au gagnant.
- La photo primée et une sélection de photos seront conservées dans un dossier pour la mise à jour du presse book.

Doc. 2 Consignes données par M. Waits sur le jeu-concours

Je souhaite que le règlement du jeu-concours soit consultable en ligne. La participation au concours ne sera possible que sur Instagram.

3 photos par compte Instagram seront autorisées sur la durée du concours. Prévoyez également l'affichage automatique de la date de saisie.

Seules les photos montrant nos vêtements sont recevables. Il me paraît souhaitable également que le gagnant accepte à titre gracieux l'utilisation de son nom et de sa photo par notre société, sans réserve et sans que cela lui confère un droit ou un avantage autre que l'attribution du gain.

Pour sélectionner le gagnant, nous réunirons le jury dans les locaux de notre entreprise. Je prévois de mettre en valeurs les gagnants par une communication sur notre site Web et sur nos différents comptes Internet (Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn et X-Twitter).

Mission 5 - Planifier la participation à un salon (Expert) (Microsoft Project ou GanttProject)		
Durée : 50'	 ou	Source

Contexte professionnel

Lors du salon des télécommunications et des nouvelles technologies qui se déroulera au Hall des expositions de Bordeaux du 15 au 20 avril. M. Larrieux veut mettre en évidence les solutions de sécurité concernant les serveurs et les réseaux. Le stand montrera un serveur relié à Internet avec plusieurs postes connectés. Des panneaux détailleront les systèmes de sécurité commercialisés par la société.

Travail à faire

1. M. Larrieux vous remet le bordereau d'inscription le 2 janvier. Il vous demande de prendre en charge l'organisation du stand et de planifier les tâches à réaliser (**document**).
2. Programmez les tâches à réaliser sur une application de gestion de projet (MS Project ou GanttProject).

Doc. Liste des tâches

Inscription

- Dans un premier temps, vous devez, compléter et retourner avec le paiement la réservation du stand. La confirmation d'inscription est faite sous 72 heures par les organisateurs.

Préparer le stand

- Le stand sera composé d'un serveur et de plusieurs postes reliés en réseaux. Ils serviront à montrer les failles de sécurité et les protections commercialisées par la société. En partenariat avec M. Larrieux, le responsable commercial et le responsable technique, vous devez prévoir l'installation technique informatique. Comptez environ 2 jours pour mettre au point l'organisation matérielle et 2 jours supplémentaires pour tester le matériel. Ce travail sera fait par le responsable commercial et par le responsable technique au mois de mars.
- Vous devrez réaliser le plan et prévoir l'aménagement du stand avec l'équipe commerciale (prévoyez 2 jours), puis choisir les décorations, les meubles (toujours avec le responsable commercial).
- Des panneaux de grand format (1 m x 2 m) seront affichés contre les parois du stand pour expliquer les solutions proposées. Vous devrez réaliser les contenus de ces panneaux sur Word (compter 2 jours de travail avec le responsable commercial). La création des panneaux sera confiée à la société Infotech (comptez 3 semaines de délai pour la fabrication des panneaux).
- L'installation du matériel sur le stand (serveur et réseau) devrait prendre 2 jours au responsable technique de la société.

Installer et décorer le stand

- L'installation et la décoration du stand devraient prendre 3 jours. Elles seront réalisées par la société DAE (décoration et agencement d'entreprise) qui devra également nettoyer le stand la veille de l'ouverture.

Invitation, inauguration, buffet

- M. Larrieux souhaite envoyer deux invitations à tous les clients professionnels du département. Les invitations doivent être envoyées au minimum 4 semaines avant l'ouverture du salon par vos soins.
- Les invitations sont éditées par les organisateurs du salon. Vous devez les commander aux minimums 3 semaines avant l'ouverture du salon.
- Chaque invité qui se présentera sur le stand recevra en cadeau une clé USB. Vous devez les commander à une société spécialisée au minimum 2 semaines avant le début du salon.
- Vous devez organiser un buffet d'inauguration le soir du premier jour avec le personnel de la société sur le stand.

Mission 6 – Chiffrer et organiser une journée portes ouvertes (entraînement à l'épreuve e6)		
Durée : 1 h 20'		Source

Contexte professionnel

La société **DEMETER** est une SA dirigée par Eliane Combaz. Son siège social est situé à Valence dans la région Rhône-Alpes. Elle est spécialisée dans l'achat vente de produits alimentaires issus de l'agriculture biologique ou raisonnée. Le siège social est situé à Valences (7 rue des Bornettes, 26000 Valences - 06 75 65 23 56 - www.demeter.com – info@demeter.com).

Ses fournisseurs sont essentiellement des producteurs locaux qui répondent à une charte éthique stricte. Elle commercialise ses produits dans 10 magasins ouverts dans différentes villes de la région depuis 2 ans. Elle projette d'en ouvrir cinq par an dans les années à venir.

La société vient d'ouvrir son plus grand magasin à Grenoble (1 300 m², sur la place Stendhal) et pour le faire connaître elle souhaite organiser une journée portes ouvertes à laquelle serait conviée les producteurs qui sont distribués dans le magasin. Ces derniers pourraient présenter leurs produits à l'intérieur du magasin et assurer des dégustations. Mais il ne sera pas possible de tous les recevoir à l'intérieur. M^{me} Combaz propose à ceux qui le souhaitent, de s'installer sur des stands sur le parking de 20 places, afin de présenter une plus large gamme de produits.



La direction du magasin souhaite donner à cette événement un côté festif avec des animations (orchestre ou un groupe musical, animation, food-truck...). M^{me} Combaz propose de nommer cette événement « La fête des producteurs locaux »

Vous êtes associé à l'organisation de cet événement. Vous travaillerez en étroite collaboration avec la responsable du magasin, Pierrette Long et la directrice de la société Demeter M^{me} Combaz.

Travail à faire

1. Calculez le budget prévisionnel de l'organisation de cette journée.
2. Élaborez un support permettant le suivi de l'organisation de la journée (le décompte des jours doit être fait en jours calendaires, si une tâche tombe un dimanche l'avancer ou la reculer d'une journée).
3. Proposez le communiqué de presse informant de l'événement.

Doc. 1 Extrait de la page d'accueil du site web

DEMETER, c'est la **promesse** d'un grand marché gourmand réunissant au même endroit des produits bio, plein de fraîcheurs et **sélectionnés** avec goût. **DEMETER**, c'est aussi le choix de travailler avec des partenaires **locaux** pour privilégier le développement de notre territoire.

DEMETER c'est :

UNE BOUFFÉE D'AIR BIO AVEC UN GRAND MARCHÉ DE FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

- Des fruits et légumes livrés quotidiennement, parce que chez nous, la fraîcheur est toujours de saison.
- Des produits testés et approuvés par nos épicurieux du goût.
- Des circuits les plus courts possibles pour un max de fraîcheur : nos salades passent du champ à l'assiette en 24h.

LE CHOIX DU BIO : UNE SÉLECTION GÉNÉREUSE DE PRODUITS FRAIS ET VARIÉS

- Tous les goûts sont dans la nature et plus 8 000 produits sont chez **DEMETER**, alors régaliez-vous !
- La simplicité de faire toutes ses courses au même endroit.
- Une sélection pointue de produits qui sortent de l'ordinaire pour réenchanter votre quotidien.

UNE HISTOIRE ET DES PARTENAIRES LOCAUX : ON AIME LES GENS DU COIN, ET ILS NOUS LE RENDENT BIEN

- Producteurs, affineurs, vigneron, prestataires... nos partenaires, on les connaît et on en prend soin.
- Des prix juste toute l'année pour nos producteurs et pour vous.

DES SPÉCIALISTES BIO, PASSIONNÉS POUR DE FRAIS

- Naturopathes, cavistes et primeurs sont présents au quotidien pour vous conseiller tout simplement.
- Les spécialistes DEMETER sont des épicurieux et connaissent leurs produits sur le bout des doigts.

Doc. 2 Dépenses prévisionnelles

- **Animation musicale** : 650 € pour 2 musiciens et pour la journée (payé en droit d'auteur et dispensé de TVA)
- **Location 3 barnums** de 3 m par 6 m et de 9 stands : 200 € HT l'un par journée et 60 € les 3 stands par barnum.
- **Food Truck** : 100 € par Food-Truck par jour pour couvrir les frais de transport et d'installation, les recettes sont intégralement pour le Food-Truck.
- **Assurance** : Pour une couverture temporaire, le prix est de 3 % du coût HT de l'évènement hors coûts salariaux internes.
- **Installation électrique et sonore** : le coût pour la fourniture et l'installation des raccords électriques des stands et de la sonorisation est de 600 €. La même société assure le montage et le démontage des barnums et des stands (400 € HT).
- **Animation enfants** (stand de maquillage) : 400 € HT pour la journée. Le prix inclus l'animatrice et la fourniture des produits de maquillage. L'animatrice vient avec son stand et son matériel.
- **Communication** : elle sera mise en œuvre par la société 38Event sous la forme d'une campagne d'affichage pet d'une campagne radio au cours de la semaines qui précèdera l'évènement. Le budget sera de 3 800 €. Le coût des flyers est estimé à 50 € (papier, encre et amortissement imprimante)
- **Service de sécurité** : de 8 h 30 à 19 h 30 : 40 € de l'heure par agent de sécurité. Prévoir 2 personnes.
- **Responsable maintenance matériel** : de 7 h à 19 h 30 (Cette tâche sera assurée par le responsables de la maintenance du magasin. Il sera présent toute la journée de 7 h à 19 h. (salaire brut 2 300 €, charges patronales 40 %)
- **Temps préparé attaché de gestion** 14 h (salaire brut 2 200 €, charges patronales 40 %).



Doc. 3 Planning prévisionnelle de la journée des producteurs du 28 septembre

- de 7 h à 9 h : installation des stands et présentoirs à l'intérieur et à l'extérieur du magasin.
- de 9 h à 19 h : ouverture des stands et accueil des clients.
- de 9 h à 10 h 30 : installation des 2 Food Trucks.
- de 10 h 30 à 16 h : service de repas auprès des Food Trucks.
- de 12 h à 14 h : repas offert par la société **DEMETER** auprès des Food Trucks à tous les exposants.
- à 19 heures : fermetures du magasin et des stands.
- à 19 h 30 : un pot de clôture et remerciements des exposants producteurs.

Doc. 4 Liste des tâches recensées pour l'organisation de la journée

J-60	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Déclarer à la mairie l'évènement (lequel ne nécessite pas d'autorisation mais une simple information dans la mesure où il est organisé sur un espace privé), ➤ Demander au SDIS (service départemental d'incendie et de secours) les obligations en matière de sécurité. ➤ Informer les chefs de services de l'organisation de l'évènement afin de mobiliser les salariés.
J-45	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contacter les producteurs locaux pour leur proposer de participer à cette journée d'action. ➤ Lister des employés qui seront présents lors de cette journée ➤ Réaliser un appel d'offres auprès des groupes de musique et des Food-Truck
J-30	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Faire le point sur les producteurs présents, ➤ Sélectionner l'animation musicale et les Food-Trucks ➤ Faire la planification du personnel présent ➤ Diffuser le planning au personnel ➤ Informer le groupe musical et les Food Trucks du choix de l'entreprise ➤ Transmettre les informations à la société 38Event qui assurera la communication de l'évènement
J-20	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planifier l'organisation matérielle : horaire, implantation, Food Truck, animation musicale, ➤ Rédiger le communiqué de presse. ➤ Créer un flyer qui annonce l'évènement
J-15	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Commander à l'imprimeur les flyers qui seront placés dans le magasin. ➤ Prévenir l'assureur, par courrier avec accusé de réception, en demandant une extension temporaire du contrat, pour assurer les producteurs et les clients aux risques liés à leur présence.
J-10	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Réceptionner les flyers ➤ Diffuser le communiqué de presse auprès de la presse locale. ➤ Placer les flyers dans le magasin
J-7	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recontacter les intervenants pour un rappel des consignes
J-1	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fermer l'accès au Parking et faire retirer les véhicules. ➤ Préparer le pot de clôture

Doc. 5 Calendrier 2024

2024

JANVIER

S	Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
1	2	3	4	5	6	7	
8	9	10	11	12	13	14	
15	16	17	18	19	20	21	
22	23	24	25	26	27	28	
29	30	31					

FÉVRIER

S	Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
				1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11	
12	13	14	15	16	17	18	
19	20	21	22	23	24	25	
26	27	28	29				

MARS

S	Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
					1	2	3
4	5	6	7	8	9	10	
11	12	13	14	15	16	17	
18	19	20	21	22	23	24	
25	26	27	28	29	30	31	

AVRIL

S	Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
1	2	3	4	5	6	7	
8	9	10	11	12	13	14	
15	16	17	18	19	20	21	
22	23	24	25	26	27	28	
29	30						

MAI

S	Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
			1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12	
13	14	15	16	17	18	19	
20	21	22	23	24	25	26	
27	28	29	30	31			

JUIN

S	Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
						1	2
3	4	5	6	7	8	9	
10	11	12	13	14	15	16	
17	18	19	20	21	22	23	
24	25	26	27	28	29	30	

JUILLET

S	Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
1	2	3	4	5	6	7	
8	9	10	11	12	13	14	
15	16	17	18	19	20	21	
22	23	24	25	26	27	28	
29	30	31					

AOÛT

S	Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
				1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11	
12	13	14	15	16	17	18	
19	20	21	22	23	24	25	
26	27	28	29	30	31		

SEPTEMBRE

S	Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
							1
2	3	4	5	6	7	8	
9	10	11	12	13	14	15	
16	17	18	19	20	21	22	
23	24	25	26	27	28	29	
30							

OCTOBRE

S	Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
		1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13	
14	15	16	17	18	19	20	
21	22	23	24	25	26	27	
28	29	30	31				

NOVEMBRE

S	Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
						1	2
3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	
18	19	20	21	22	23	24	
25	26	27	28	29	30		

DÉCEMBRE

S	Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
							1
2	3	4	5	6	7	8	
9	10	11	12	13	14	15	
16	17	18	19	20	21	22	
23	24	25	26	27	28	29	
30	31						

- Le magasin est ouvert tous les jours de la semaines à l'exception du dimanche.

Ressources

L'attaché de gestion est amené à organiser ou à participer à l'organisation d'événements internes ou externes. Ces événements sont variés : réunions, assemblée générale, cérémonies, foires et salons, séminaires, visites, fête, portes ouvertes, remise de médailles, fête de Noël, etc.

Pour chaque événement il y a lieu de s'adapter aux attentes de la direction, aux objectifs de l'événement, à la cible, au budget et aux attentes des participants. À la différence des procédures habituelles qui peuvent entraîner une forme de routine sécurisante. L'organisation d'un événement fait plus appel aux capacités d'analyse et d'organisation des personnes en charge de l'événement.

Tout événement impacte directement l'image de l'entreprise et des organisateurs. Ceux-ci doivent en avoir conscience car un échec ou une organisation défailante a toujours des conséquences difficiles à gérer pour les organisateurs qui n'ont pas été à la hauteur. Conséquences vis à vis de la direction, des collègues et partenaires, des clients, des fournisseurs...

L'organisation d'un événement impose une démarche de projet et une organisation en 5 phases : définir l'objectif et le contenu, organiser l'événement, réaliser l'événement, analyser l'événement, assurer le suivi post-événement.

1. Définir le projet

- Définir le but et les objectifs (pourquoi)** : c'est la raison d'être (le pourquoi) de l'événement. Il faut définir très concrètement l'objectif à atteindre, les résultats attendus. Il est difficile d'atteindre un objectif s'il n'est pas clairement défini. Plus il sera précis et plus l'organisation en sera facilitée.
- Préciser la nature de l'élément à organiser (quoi, comment, qui)** : il doit être adapté au public visé. Ce peut être un repas, une conférence, un séminaire, une présentation, un voyage, etc. Lorsque la nature de l'événement est définie il est possible d'ébaucher les grandes lignes de l'organisation : en interne ou sous-traité auprès d'une société spécialisée mais plus coûteuse, mise en place d'une équipe dédiée à l'événement. Identifier les autorisations éventuelles (préfecture, mairie, etc.) si l'événement est sur le domaine public.
- Définir la taille de l'événement (combien)**. Chiffrer le nombre de personnes concernées par l'événement ou le nombre d'invités.
- Fixer la date et le lieu (quand, où)** : il faut s'assurer de la disponibilité du lieu et de la date choisie.
La date doit être suffisamment éloignée pour laisser le temps d'organiser l'événement. Elle doit convenir à la cible : attention aux week-ends (vendredi soir compris), aux ponts et aux vacances scolaires. Vérifiez que la date ne coïncide pas avec un autre événement semblable.
Le lieu doit être réservé plusieurs mois à l'avance selon la nature de l'événement et la disponibilité du lieu. Il faut vérifier la qualité des locaux et des installations qui doivent être visités avant pour éviter les surprises. Il doit être adapté à l'événement (ni trop grand, ni trop petit) et aux publics et animations prévues. Sélectionner un lieu qui valorise l'image de l'entreprise. Il ne doit pas être trop éloigné et facile d'accès et penser au parking.
- Définir le budget (combien)**. Il doit être réaliste et adapté à la dimension de l'événement afin de d'atteindre les objectifs.
- Prévoir la communication** : il est **essentiel** de communiquer autour d'un événement, qu'il soit interne ou externe, son succès en dépend. Il faut informer la cible suffisamment tôt pour qu'elle réserve la date. Soigner les invitations, créer des affiches et utiliser tous les moyens disponibles en privilégiant les supports les plus adaptés au public concerné : courrier, mél, réseaux sociaux, presse, etc.
- Rédiger le cahier des charges** : Il synthétise les 6 étapes précédentes. Il décrit de façon précise les objectifs, les résultats attendus, les contraintes de l'événement. C'est en quelque sorte une feuille de route qui est remise à toutes les personnes qui interviendront dans l'organisation. Il sert de référence aux acteurs du projet, plus il est détaillé et plus les risques d'interprétations et d'erreurs sont réduits.

Rubriques	Contenu
Objectifs	Décrit le but recherché par l'action et la cible.
Nature de l'événement	Conférence, fête, soirée, formation, etc.
Taille de l'événement	Nombre de personnes prévisionnel.
Date et lieu	Indique les dates et les échéances éventuelles.
Communication	Décrit les informations à utiliser, les accroches, les messages.
Budget	Indique les limites financières de l'action.

2. Organiser l'événement

Cette étape dure plusieurs semaines voir plusieurs mois. Elle doit débiter suffisamment tôt pour disposer du temps nécessaire à la préparation de l'événement sans précipitation et sans pression excessive.

Planifier les tâches. Cette étape consiste à organiser et à répartir les tâches entre les personnes. Ce travail est essentiel pour garantir une bonne organisation et respecter les délais (voir également chap. 5).

- Lister les moyens à mettre en œuvre (matériels, humains, financiers) ;
- Lister les tâches à réaliser pour atteindre l'objectif en étant exhaustif ;
- Affecter les tâches aux personnes concernées et compétentes ;
- Ordonnancer les tâches de façon rationnelle.

Il est important de mettre en place des **outils de contrôles** qui résument les tâches, les échéances et qui permettent de voir rapidement les problèmes, les retards de façon à pouvoir corriger l'organisation le plus vite possible, avant qu'il ne soit trop tard.

Il est possible de recourir à un **logiciel de gestion de projets** pour ordonnancer les tâches.

Exemple de tableau de suivi des tâches

N°	Tâches à réaliser	Durée	Tâches antérieures	Ressource	Date début	Date fin	Date début réelle	Date fin réelle	Écarts
A	Commander le serveur.	1 jour		Pierre	01/06	01/06	01/06	01/06	0
B	Préparer des locaux.	1 jour		Louise	10/06	10/06	09/06	10/06	+1
C	Délai de livraison matériels.	7 jours	B		01/06	10/06	01/06	09/06	0
D	Installer, paramétrer matériel.	3 jours	C	Louise	11/06	13/06	11/06	12/06	-1

3. Réaliser l'événement

C'est le jour J. Si l'organisation a bien été faite et si les organisateurs ont pensé à tout, alors tout devrait bien se passer. Une bonne organisation ne laisse pas de place à l'imprévu.

Cependant il ne faut jamais oublier la loi de Murphy : « **Tout ce qui est susceptible d'aller mal, ira mal** ».

Avant de commencer, contrôler les éléments suivants :

- le fléchage de l'accès à l'événement et le fléchage des locaux,
- l'organisation de la salle, la disposition des tables, le nombre de chaises,
- les sorties de sécurité sont ouvertes et accessibles,
- tous les matériels qui doivent être utilisés sont en place, accessibles et fonctionnent,
- les installations audios et vidéos utilisées doivent être testées.
- les problèmes météorologiques ont été anticipés.

Durant l'événement, il faut respecter le planning et les horaires des animations ou des interventions

4. Analyser l'événement

L'événement est passé il faut penser à remercier les organisateurs et les participants. Il faut également faire le bilan de l'événement. Voir ce qui a marché (points positifs), ce qui n'a pas marché (points négatifs) afin de pouvoir corriger l'organisation si ce même type d'événement doit être réorganisé.

Il est possible d'administrer un questionnaire d'évaluation. L'évaluation doit être faite en termes quantitatifs et qualitatifs.

Coûts de l'événement	Résultats de l'événement
<ul style="list-style-type: none"> • Le budget • Le temps de travail 	<p>Quantitatif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre de participants, • Nombre de contrats signés, nombre de rendez-vous, • Nombre d'articles publiés ou de citation, <p>Qualitatif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Taux de satisfaction, • Amélioration de l'image.

5. Assurer le suivi post-événement

Lorsque l'événement est de nature commerciale (foire, salon, etc.) il y a lieu de reprendre contact avec les personnes qui ont laissées leurs coordonnées pour faire des propositions commerciales, établir des devis, etc.

Chapitre 7 – Organisation d'événements			
Bilan de compétences			
Compétences	Non acquis	Partiellement acquis	Acquis
Je connais les phases d'organisation d'un événement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je connais l'enchaînement des tâches à réaliser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je connais les contrôles à réaliser avant le début de l'événement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le sais faire un cahier des charge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je connais le contenu d'un cahier des charge événementiel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais planifier les tâches	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais mettre en place un outil de contrôle de la réalisation des tâches	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais comment analyser le résultat d'un événement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>