

La gestion d'une entreprise d'évènementiel

## Description

Une entreprise d'évènementiel, qu'il s'agisse d'[une start-up](#) ou d'une grosse société, doit posséder toutes les qualifications requises pour garantir le succès d'une campagne promotionnelle, car **la communication évènementielle se place au cœur de toute stratégie marketing**. La création d'une société spécialisée dans ce domaine exige de réunir des moyens indispensables à sa réussite.

[Créez votre entreprise en ligne](#)

## Quels sont les outils pour lancer une entreprise d'évènementiel ?

[La création d'une entreprise](#) d'évènementiel passe inéluctablement par **une phase d'étude de faisabilité**. Celle-ci requiert que l'on ait réussi à analyser la viabilité du projet et à en estimer la rentabilité.

## Construction d'un projet viable

L'analyse de viabilité est la phase pendant laquelle une réalisation d'enquêtes est requise **pour évaluer l'éventuel succès ou échec d'un projet**. L'étude de faisabilité d'un projet comprend deux étapes incontournables :

- Analyse du marché ;
- Dressage du plan d'affaires.

## Étude de marché

Même si un prestataire d'évènementiel peut prétendre connaître son marché, il lui est indispensable d'**en mesurer l'ampleur réelle**. La seule façon d'y parvenir consiste à l'analyser en menant une enquête approfondie.

L'étude de marché n'a pas seulement pour but d'analyser la concurrence et de détecter les opportunités d'affaires. Elle consiste surtout à **mesurer les risques pour pouvoir les minimiser**.

## Business plan

Bien plus qu'un moyen destiné à convaincre les investisseurs, le business plan a plusieurs utilités :

- Servir de feuille de route pour mener un projet à sa réussite ;
- Définir les objectifs du projet, les procédés à adopter et les délais d'accomplissement nécessaires ;
- Témoigner de la pertinence du projet, de sa faisabilité, de sa rentabilité et de sa viabilité ;
- Servir d'instrument de repère susceptible d'actualisation durant tout le cycle d'évolution du projet.

## Le choix du statut juridique

Cette étape est déterminante, car elle **conditionne la survie d'un projet d'entreprise**. Pour une nouvelle société, [le choix du statut juridique](#) occupe une grande importance en matière fiscale, patrimoniale et stratégique.

Un choix judicieux peut faire profiter d'un régime fiscal bénéfique aux activités d'une entreprise et à sa rentrée financière. En optant pour le statut adéquat, celle-ci obtient **le privilège d'une imposition avantageuse et adaptée à sa situation**.

**À noter** : du point de vue patrimonial, ce choix influence la limitation de la responsabilité aux apports en entreprise. Certains statuts confèrent plus de sûreté en cas d'endettement professionnel tandis que d'autres exposent le patrimoine individuel à des risques.

Un bon choix **permet également de bénéficier d'une marge de liberté plus large** en fonction de ses perspectives ou de ses orientations stratégiques :

- Levée de capitaux auprès d'investisseurs ;
- Possibilités de diversifier ses activités ou d'en exercer d'autres.

**Bon à savoir** : pour réussir à faire le bon choix, il est recommandé de solliciter

l'expertise d'un cabinet de conseil spécialisé.

## Autorisation administrative

Une fois le statut juridique choisi, il convient de déclarer et [immatriculer l'entreprise](#) d'évènementiel. Pour ce faire, il faut :

- Enregistrer son état civil auprès de l'Insee ;
- S'inscrire au [Registre du commerce et des sociétés](#) (RCS).

Cette étape est primordiale pour **faire connaître l'existence d'une société auprès des autorités fiscales** et des caisses de retraite et d'assurance maladie.

Pour simplifier les démarches, il est préférable de s'adresser au Centre de formalités des entreprises. Ce guichet unique centralise les dossiers de création d'entreprise pour pouvoir facilement les transmettre aux autorités concernées.

## Quelles sont les compétences clés d'une agence dans l'évènementiel ?

La réussite d'une société d'organisation évènementielle repose sur trois compétences clés :

- Une communication efficace et percutante ;
- Un marquage d'identité visuelle valorisant et démarquant ;
- Une gestion de campagne maîtrisée, optimisée et mesurée.

## La communication

Aussi importante que l'aspect organisationnel, **la communication détermine la réussite d'une campagne d'évènementiel**. Il faut ainsi déployer différents moyens pour faire aboutir cette action.

## Importance du site web

La présence digitale devient maintenant incontournable. Le web confère les outils et moyens indispensables **pour accroître la visibilité et pouvoir se démarquer**, mais il

ne permet pas uniquement d'élargir sa clientèle.

En effet, le site internet, tout comme les réseaux sociaux, sert également à des fins d'usage marketing différent et cela ne se limite pas à un cadre commercial. En plus d'aider à prospecter et à fidéliser, le web permet à une société événementielle de :

- Partager son savoir-faire ;
- Entretenir sa notoriété ;
- Instruire son public.

## Autres outils de communication

Mis à part le recours au web, **la promotion des activités d'une société d'évènementiel** requiert l'usage d'autres moyens de communication, par exemple :

- Les médias (audiovisuel, radiodiffusion, presse) ;
- La publicité sur lieu de vente (panneaux, kakémonos, oriflammes, bannières) ;
- Les affiches, flyers et brochures ;
- Tous les types d'objets publicitaires personnalisés.

## La gestion de projet

Cette action consiste à rassembler les moyens et ressources indispensables pour faire aboutir un projet à son succès. Un tel procédé requiert la planification de différentes tâches dont l'accomplissement nécessite l'usage d'outils spécifiques.

## Outils collaboratifs de stockage

L'essor d'Internet et les avancées technologiques ont permis d'améliorer les conditions de travail collaboratif. Il devient maintenant aisé de **réaliser un projet commun sans devoir se réunir dans un même établissement**. Les outils de communication synchrone comme la visioconférence et la messagerie instantanée permettent de bénéficier d'un gain de temps maximal.

À cela s'ajoute la possibilité de stocker et d'**exploiter ses données de projet en ligne de façon sécurisée et fiable**, notamment grâce à des outils collaboratifs de stockage disponibles et accessibles à travers le cloud computing.

## Logiciels de bureautique

Les éditeurs de texte, tout comme les tableurs et les gestionnaires de données, sont **efficaces pour gérer un projet**. Il en est de même concernant les diapositives et les éditeurs de brochure. Ces outils confèrent plusieurs fonctionnalités :

- Possibilité de dresser un business plan ;
- Administration de base de données ;
- Présentation de diaporama ;
- Conception de carte de visite ;
- Suivi de performances et évaluation d'un projet.

## Le graphisme

Pour une entreprise d'évènementiel, **la communication visuelle occupe une importance capitale**. Le recours à des logiciels de graphisme est nécessaire pour :

- Concevoir des affiches publicitaires et des supports PLV ;
- Optimiser la production audiovisuelle, pour la réalisation de spots publicitaires ;
- Créer des logos.

## Qui peut travailler dans l'évènementiel ?

Pour réussir à faire carrière dans une entreprise d'évènementiel, il faut **remplir plusieurs conditions et suivre un certain cursus de formation**. Plus le niveau de diplôme est élevé, plus les chances d'occuper un poste supérieur sont maximisées.

## Qualités requises

Quel que soit le poste visé, le métier dans l'évènementiel requiert des aptitudes et qualités spécifiques telles que :

- La créativité ;
- La rigueur et l'organisation ;
- L'esprit d'équipe ;
- La réactivité face aux demandes des clients ;
- L'efficacité dans l'exécution des tâches ;
- La capacité d'innover et de s'adapter au changement.

## Formations

Elles **dépendent du poste sollicité et du profil recherché** par le recruteur. Pour [devenir organisateur d'évènements](#), il faut posséder l'une des qualifications suivantes :

- Un BTS en communication ;
- Un DUT en information-communication ;
- Une licence professionnelle en communication événementielle ;
- Un Master en communication, en commerce ou en marketing.