**LISTE DE CONTRÔLE DE PLANIFICATION DES ÉVÉNEMENTS DE LANCEMENT DE PRODUIT**

INFORMATIONS GÉNÉRALES SUR LE PROJET

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| NOM DE L'ÉVÉNEMENT | CHEF DE PROJET | DATE DE L'ÉVÉNEMENT |
|   |   | 00/00/0000 |
| COURRIEL (CHEF DE PROJET) | TÉLÉPHONE (CHEF DE PROJET) | SITE WEB DE L'ÉVÉNEMENT |
|   |  |   |
| COURRIEL (LIEU DE L'ÉVÉNEMENT/HÔTE) | TÉLÉPHONE (LIEU/HÔTE DE L'ÉVÉNEMENT) | ADRESSE |
|   |  |   |

12 SEMAINES AVANT L'ÉVÉNEMENT

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **X** | **TÂCHE** | **ÉCHÉANCE** | **STATUT** |
|  | Établir les buts et objectifs de l'événement  |  |   |
|  | Développer le concept de l'événement: thème et titre de l'événement |  |   |
|  | Choisissez le format de l'événement : webinaire, conférence ou événement hybride |  |   |
|  | Choisir la plate-forme événementielle |  |   |
|  | Créer le budget de l'événement, la liste des commodités de ressources nécessaires (location de tables / chaises, etc.) et la chronologie |  |   |
|  | Choisissez l'heure et la date de l'événement |  |  |
|  | Créez une liste de souhaits de contenu/conférencier et de divertissement et une liste alternative avec des limites budgétaires pour chaque |  |  |
|  | Identifier les rôles de l'équipe et de l'entrepreneur |  |  |
|  | Comprendre et définir le public cible |  |  |
|  | Marketing initial : envoyer save the date et marketing direct aux listes existantes (ou newsletters par e-mail) |  |  |
|  | Définir les prix d'inscription et la billetterie |  |  |
|  | Déterminer les commodités du lieu pour les conférenciers et les participants (stationnement, accessibilité, etc.) concernant les événements hybrides |  |  |

8 SEMAINES AVANT L'ÉVÉNEMENT

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **X** | **TÂCHE** | **ÉCHÉANCE** | **STATUT** |
|  | Confirmer les lieux physiques nécessaires pour les événements hybrides  |  |   |
|  | Déterminer les besoins audiovisuels/de production et de technologie associés aux sites ou aux personnes qui présentent |  |   |
|  | Confirmer les conférenciers, le maître de cérémonie et le personnel qui animeront |  |   |
|  | Élaborer une stratégie d'engagement des participants |  |   |
|  | Recueillir les contrats et les ententes conclus auprès des commanditaires, des présentateurs et des entrepreneurs rémunérés |  |   |
|  | Collectez des logos, des photos de conférenciers et des documents supplémentaires pour la promotion de l'événement et le jour d'utilisation |  |  |
|  | Élargir le marketing à de nouvelles populations au-delà de celles typiques des événements en face à face |  |  |
|  | Commercialisez l'événement avec des teasers: révélations de conférenciers, sujets de panel et avantages et commodités pour les inscrits |  |  |
|  | Comprendre et définir le public cible |  |  |
|  | Date limite d'inscription au marché, en particulier s'il y a des prix d'inscription hâtive, des limitations de billets et / ou des avantages |  |  |

4 SEMAINES AVANT L'ÉVÉNEMENT

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **X** | **TÂCHE** | **ÉCHÉANCE** | **STATUT** |
|  | Tester l'équipement audio et vidéo avec les haut-parleurs et le personnel |  |   |
|  | Effectuez un test de l'événement au sein de la plate-forme d'événement de votre choix, en ajustant la capacité au besoin |  |   |
|  | Familiarisez-vous avec les fonctionnalités de streaming de la plateforme événementielle et/ou les options de streaming supplémentaires que vous prévoyez de déployer |  |   |
|  | Développer un flux de communication interne pour les problèmes pendant l'événement (questions d'acheminement ou commentaires des participants, etc.) |  |   |
|  | Communiquez aux personnes inscrites comment l'événement fonctionnera, comment s'inscrire, comment participer, etc. |  |   |
|  | Continuer à commercialiser l'événement dans les médias à court délai d'exécution (médias sociaux) et renforcer les hashtags d'abonnés et d'événements |  |  |
|  | Tester les outils et fonctionnalités d'engagement des participants (sondages, enquêtes, etc.) |  |  |
|  | Planifier les stratégies de collecte de données des participants et les questions post-événement |  |  |

|  |
| --- |
| **DÉMENTI**Tous les articles, modèles ou informations fournis par Smartsheet sur le site Web sont fournis à titre de référence uniquement. Bien que nous nous efforcions de maintenir les informations à jour et correctes, nous ne faisons aucune déclaration ou garantie d'aucune sorte, expresse ou implicite, quant à l'exhaustivité, l'exactitude, la fiabilité, la pertinence ou la disponibilité en ce qui concerne le site Web ou les informations, articles, modèles ou graphiques connexes contenus sur le site Web. Toute confiance que vous accordez à ces informations est donc strictement à vos propres risques. |