



WEDDING PLANNER ET DESIGNER

/ CHEF DE PROJETS ÉVÉNEMENTIELS
BLOC 1- ÉLABORER LA RECOMMANDATION
ÉVÈNEMENTIELLE

FORMATION 100 % À DISTANCE

FORMATION EFFAD





Bienvenue !

Dans un monde professionnel où la mobilité, l'adaptabilité et la capacité à travailler à distance sont devenues la norme, nous avons conçu un programme 100 % à distance, rigoureux, interactif et orienté métier.

VOUS AVEZ CHOISI UN APPRENTISSAGE 100 % À DISTANCE

Flexibilité, expertise, autonomie : tout ce qu'il faut pour devenir un(e) chef(fe) de projet événementiel ou wedding planner / designer accompli(e) ! Pensée pour les actifs, les personnes en reconversion ou en reprise d'études, cette formation s'appuie sur des outils pédagogiques pertinents, des mises en pratique concrètes et un accompagnement structuré.

UN APPRENTISSAGE FLEXIBLE, MAIS JAMAIS ISOLÉ

Notre plateforme vous offre :

- Un accès illimité 7j/7 à plus de 500 pages de cours clairs et illustrés
- Des quiz, exercices corrigés, études de cas, podcasts et vidéos, pour rythmer votre progression
- Un forum d'échange pour garder le lien avec les formateurs et les autres apprenants

LA DISTANCE N'EST PAS UN FREIN. ELLE EST UNE FORCE

En suivant ce programme, vous développez des compétences qui sont aujourd'hui essentielles dans tous les métiers de l'événementiel : rigueur, gestion à distance, adaptabilité, autonomie, capacité à collaborer en ligne...

Vous devenez un(e) professionnel(le) de terrain, prêt(e) à relever les défis d'un secteur en constante évolution.

LE WEDDING PLANNER & DESIGNER

Les objectifs visés du parcours « Wedding planner et designer » visent à fournir aux apprenants, les compétences et connaissances nécessaires pour planifier, décorer, coordonner et exécuter des événements de manière professionnelle et réussie.

Les compétences visées sont :

- Étudier la cible client, le marché, le secteur et les tendances
- Recueillir les attentes et objectifs du client
- Traduire la demande du client
- Créer le design émotionnel de l'évènement en proposant une programmation, un déroulé, un univers et une scénographie associée
- Rechercher les prestataires
- Comparer les devis
- Calculer le budget prévisionnel
- Rédiger la recommandation client (dossier client)
- Présenter au client le mandat d'action de l'agence

BONUS sur cette spécialisation :

- Planifier le projet / le rétro-planning
- Assurer la gestion commerciale
- Coordonner un jour J

PUBLIC

- Salariés
- Demandeurs d'emploi
- Personnes en reprise d'étude
- Reconversion professionnelle

DURÉE

La durée estimée de travail est de 210 **heures**. Vous disposez de 1 an pour effectuer votre formation dans son intégralité.

TARIF

2 000 €



MODALITÉS D'ACCÈS ET D'ADMISSION

Pour être admis(e) le, la candidat(e) devra satisfaire aux conditions suivantes :

- Être retenu pour un entretien suite à l'envoi de dossier de candidature
- Valider l'entretien de motivation pour le métier
- Valider les tests demandés par l'établissement

OUTILS INDISPENSABLES

- Avoir un ordinateur permettant le travail en ligne.
- Une connexion internet



MÉTHODES PEDAGOGIQUES

- Formation 100% à distance
- Tutorat
- Plateforme accessible 7j/7
- Téléchargement des cours en version numérique
- Cours théoriques
- Liens vidéos
- Podcast
- Template à remplir
- Masterclass 1 fois par mois

Les méthodes pédagogiques et modalités d'évaluation sont adaptables aux publics en situation de handicap.*

**contactez notre référent handicap pour de plus amples informations*

INFORMATIONS

- Pré-requis
 - les titulaires d'une certification de niveau 4
 - les actifs en reconversion
- Délai d'accès :
Votre accès à la formation ne pourra se faire qu'après le délai légal de rétractation, à savoir 14 jours après validation de votre inscription.

- Tarif: 2 000 €
- Modalités de Financement:
 - Autofinancement
 - Pôle Emploi
 - CPF

BLOC 1 DE LA CERTIFICATION

ÉLABORER UNE RECOMMANDATION ÉVÉNEMENTIELLE – CONCEPTION D'UN PROJET ÉVÉNEMENTIEL ET VALIDATION PAR LE CLIENT.

A. Identification des exigences d'un client

- Recueillir les attentes et objectifs du client
- Mettre en place une veille pour les tendances du secteur

B. Définir le concept événementiel du projet envisagé par le donneur d'ordre

- Définir des axes et périmètres d'action dans lesquels le projet du client doit s'inscrire afin de décliner par la suite le contenu et l'univers visuel du projet.
- Créer le design émotionnel de l'événement en proposant une programmation, un déroulé, un univers et une scénographie associée, afin de concevoir une expérience efficace et immersive pour les participants.

C. Ébauche de l'événement dans sa dimension technique, logistique, humaine et financière.

- Rechercher les prestataires nécessaires à la réalisation de l'événement
- Comparer les devis des prestataires
- Calculer le budget prévisionnel de l'événement pour vérifier la faisabilité du projet dans le respect des attentes du client quant à l'enveloppe budgétaire et à la réalisation de l'événement.

D. Validation du projet événementiel et contractualisation de la collaboration.

- Rédiger la recommandation événementielle / dossier client.
- Présenter au client le mandat d'action de l'agence en utilisant les techniques de négociation CAP-SONCAS et des supports réalisés pour exposer la collaboration future et aboutir à la contractualisation du projet.

MODALITÉS D'EVALUATION

LIVRABLES BLOC 1:

- Sur la base d'un projet événementiel s'appuyant sur une demande réelle ou fictive, le candidat recueille des informations complémentaires utiles au projet suite aux réponses à un nombre déterminé de questions posées et reformule en détail le brief par écrit.
- Sur la base d'un projet événementiel s'appuyant sur un cas fictif, le candidat rédige une recommandation stratégique et créative.
- Présentation orale de la recommandation.

L'ensemble corrigé et noté par un jury de professionnels. Le bloc doit être validé par une note de 10/20 minimum.

PROGRAMME



LE SECTEUR ET LE MÉTIER

- Caractéristiques du métier
- Compétences requises du métier
- Les outils bureautiques
- Prestations et Rémunérations
- L'industrie du mariage: l'histoire et statistiques
- L'industrie du métier
- Veille professionnelle et de tendances

GESTION D'UN PROJET : TRADUCTION DES ATTENTES DU CLIENT

- Traduire les attentes de ses clients
- Définir les besoins et attentes des clients
- Définir le fil rouge/concept du mariage
- Formaliser le concept dans un moodboard

GESTION D'UN PROJET : PRODUCTION

- Le cahier des charges
- Le dossier de recommandations
- Retro-planning
- Le budget

RELATIONS INTERPROFESSIONNELLES

- Entre les mariés et leurs prestataires
- Partenariat et commission d'affaires
- Savoir lire un contrat
- Les relations interprofessionnelles jusqu'au jour J

GESTION COMMERCIALE

- L'importance du Branding
- Typologie de clients
- Les étapes de la relation client
- Gérer les 1ers contacts et rdv clients
- La méthode SONCAS
- La communication verbale et non verbale
- Contractualisation (Devis, Contrat de prestation, CGV, Formulaire de rétractation)
- Acompte ou arrhes
- Clauses abusives
- Facturation

CONNAITRE ET TRAVAILLER AVEC LES PRESTATAIRES DU MARIAGE

- Rechercher et évaluer des prestataires
- Les lieux (Typologie de lieux, Repérages, ERP)
- Traiteur & Arts de la table
- Fleuriste (Champs d'actions, imagier et saisonnalité)
- Photographe et Vidéaste
- DJ / Animation musicale (Champs d'actions, Glossaire "Sonorisation, éclairages et structures", Calculer ses besoins électriques)
- Graphiste
- Wedding designer
- Prestataires annexes (Tenues des mariés, Coiffeur & Maquilleur, Transport, Baby Sitter, Effets spéciaux, Location d'équipements et Assurances)

LES MODULES EN PLUS

SE MARIER AUJOURD'HUI

- Le mariage civil en France
- Les contrats de mariage
- Les mariages religieux
- Les Cérémonies Laïques
- Le Destination wedding

L'ACCOMPAGNEMENT CLIENT JUSQU'AU JOUR J

- Les 9 points clés de la relation à tenir avec vos clients
- Du dossier de recommandations au dossier final client
- Activités de suivi jusqu'au jour J
- Anticipation des imprévus et plans B le jour J
- Préparation de l'après jour J pour les mariés

PRÉPARATION ET COORDINATION DU JOUR J

- Gérer les derniers préparatifs (Planning détaillé du jour J, réunions prestataires, ...)
- Roadbook et carnets de route du Jour J
- Composer et manager une équipe
- La mallette du Wedding planner et dui wedding designer
- Du montage au démontage
- Gestion des risques
- Gestion des imprévus et du stress
- Gestion du matériel et du stock
- Missions du Jour J: contrôler, coordonner et épauler
- Missions d'après Jour J
- Le Bilan financier et professionnel

FONDAMENTAUX: COLORIMÉTRIE ET LUMIÈRE

- Colorimétrie
- Harmonies de couleurs
- La Lumière (glossaire, puissance électrique,...)
- Lumière et couleurs

LES LIEUX

- Typologies de lieux
- Repérages et bonnes questions
- ERP - De quoi parle-t-on?

AGENCER, AMENAGER, DECORER

- Agencement et zoning
- Aménager
- Habiller une salle du sol au plafond
- Développer ses idées déco
- D.I.Y et mise en location

Lors d'un entretien exp...

Quelle est l'une des prin...

1ER CONTACT AVEC U...

FOCUS : APPEL D'OFFR...

PDF : Guide de l'annon...

LES ÉTAPES DU BRIEF ...

LE BRIEF

PDF : Contenu d'un bri...

PDF : Exemple de cahier...

MENER UN ENTRETIEN...

PDF : Mener un rendez...

REDIGER LE BRIEF EVE...

REDIGER LE BRIEF EVE...

REDIGER LE BRIEF EVE...

REDIGER LE BRIEF EVE...

Quiz / Qu'avez-vous f...

Que signifie "AO" ?

Lors de la réponse à un ...

Que retrouve-t-on gén...

Lors d'un appel d'offres...

Quels sont les rendus a...

Quelle est la méthode d...

Lequel de ces éléments ...

MODELES DE COLLABORATION

BUDGETISER UN EVENEMENT
MODELES DE COLLABORATION

« Lorsque vous créez un budget pour un événement, une question essentielle se pose rapidement : Qui prend en charge les dépenses ? Autrement dit : est-ce vous, en tant qu'organisateur ou agence, qui payez les prestataires, ou est-ce le client (par exemple une entreprise comme Netflix) ? »

C'est une décision stratégique qui va déterminer toute la structure de votre budget :

- À qui sont adressés les devis et les factures ?
- Qui signe les contrats avec les prestataires ?
- À quel moment la TVA entre en jeu ?
- Pouvez-vous faire une marge sur certaines prestations ?

La réponse dépend du modèle de collaboration choisi entre le client et l'agence événementielle (vous). Imaginons :

NETFLIX CONFIE À UNE AGENCE LE LANCEMENT DE LA SAISON 14 DE "STRANGER THINGS"



2.D Définir un concept créatif

Dans un monde où l'événementiel est une expérience à part entière, la création d'un concept fort est essentielle pour marquer les esprits.

Ce module vous plonge au cœur du processus de création d'un concept événementiel. Pour illustrer chaque notion abordée, une étude de cas fictive servira de fil rouge tout au long de votre apprentissage : proposer le futur concept de l'édition 2030 du festival Coachella.

Nous commencerons par explorer la notion même de concept : ses composantes, ses leviers, et ce fameux twist créatif qui lui donne toute sa force. Nous verrons ensuite comment construire un concept pas à pas, à l'aide d'outils collaboratifs comme le brainstorming ou le mind mapping.

Nous poursuivrons avec la formalisation visuelle du concept à travers le mood board, avant d'aborder le storytelling : un levier puissant pour incarner une idée et mieux la transmettre. Vous apprendrez à construire un récit cohérent, à rédiger un slogan percutant, et à structurer votre message pour captiver votre audience.

Le module vous guidera également dans l'utilisation du design thinking, une méthode agile et centrée utilisateur, particulièrement efficace en événementiel. Nous verrons comment cette approche favorise l'innovation, en passant par ses cinq étapes clés adaptées à la conception d'expérience.

Enfin, nous explorerons les dimensions sensorielles et émotionnelles du concept à travers le marketing expérientiel, puis nous nous pencherons sur l'UX événementielle. Grâce à des outils comme l'Empathy Map ou l'Experience Map, vous apprendrez à penser un événement du point de vue des participants, pour créer un parcours immersif et engageant.

De l'inspiration à la structuration, ce module vous donnera toutes les clés pour imaginer et faire vivre un concept créatif fort, différenciant et porteur d'impact.

Mais avant toute chose, évaluons vos connaissances sur le sujet ...

Démarrer le module

TRAVAIL PERSONNEL

Création de fiches d'identité des organismes et salons de la filière événementielle.

MODULE 1.2

FILIERE ÉVÉNEMENTIELLE

Prenez connaissance des sites internet mentionnés dans les deux chapitres précédents puis créez-vous une fiche "identité" de chacun de ces organismes, agences et salons : qui sont-ils, que font-ils, quels sont les réseaux sociaux que je peux suivre, que contiennent-ils, quels sont les événements importants présentés / mis en avant, comment se distinguent-ils, puis je m'inscris à un de leurs événements, etc ?

- OBJECTIFS**
- Approfondir la connaissance du secteur / se familiariser avec les principaux acteurs de la filière événementielle et les événements phares du secteur.
 - Développer des compétences de recherche / affiner vos capacités à trouver et synthétiser des informations pertinentes.
 - Construire un réseau de ressources / commencer à établir votre propre réseau de veille et de ressources professionnelles.
 - Se préparer à des opportunités / identifier des opportunités de participation, de réseautage ou d'apprentissage en lien avec votre formation.

MÉTHODOLOGIE POUR REPRODUIRE CETTE CARTE

Map n'est pas juste un outil UX, c'est un changement de posture : on passe de "penser pour" à "penser avec" l'utilisateur."

IN PERSONA

Personnalité !

RASSEMBLER DES DONNÉES

Provenant d'observations, interviews, feedbacks utilisateurs, données de terrain

LA CARTE

Données questions pour chaque zone et n'omettre aucun

SYNTHÉTISER LES INSIGHTS CLÉS

Quelles tensions ? Quels désirs latents ? Quelles opportunités de conception ?

ouvertes : "Qu'est-ce qu'il ressent à ce moment-là ?", créez un climat d'écoute (pas de jugement, que de l'observation) et

Et donc... qu'est-ce qu'on pourrait faire pour lui ?

FAIT UNE CARTE D'EMPATHIE POUR NOTRE PERSONA : UN MILLENNIAL DE NOTRE ÉTUDE DE CAS COACHELLA 2030 ?

ATEUR / SIGNATURE DE L'ÉDITION / LE TWIST

ient, ce que les gens raconteront à leurs amis, ce agram ou TikTok, c'est le moment où quelque tionnel ou de magique s'est produit.

eur, c'est l'effet mémorable, c'est ce qui permet de iens, c'était l'année du feu suspendu / du tunnel r / du piano géant dans le sable...". C'est le repère ns l'esprit des participants.

gument de teasing, un élément de storytelling, un Les gens le photographient, le partagent,

L il peut même devenir l'image principale de votre

ormats classiques, de briser la routine

où l'équipe créative peut surprendre, tester, ne fois défini, il peut inspirer toute la direction nt.

ir battant de votre événement. C'est le moment tionnelle, l'image inoubliable !

ÉLÉMENTS DIFFÉRENCIATEURS / SIGNATURE DE L'ÉDITION / LE TWIST

- Un portail sensoriel d'entrée avec sons, brumes, lumières et odeurs
- Un parcours nocturne multisensoriel autour des 4 éléments, à vivre seul ou en petit groupe, entre rêve, contemplation et interaction.



DÉBOUCHÉS

L'activité de wedding planner & designer s'exerce principalement en indépendant

Mais aussi en tant que salarié, et au sein :

- d'agences d'organisation événementielle spécialisées ;
- de grands hôtels
- de salles de réception
- de location de mobilier événementiel
- de services commerciaux traiteur
- d'agences d'évènements.

CONTACT



Téléphone : 09 53 04 96 44

Mail : secretariat@effad.fr

Standard ouvert:

Lundi et mercredi: 8h30-16h30

Mardi et jeudi: 8h30 - 12h

Adresse:

Zone de Fréjorgues Ouest

233 rue de Roland Garros

34130 Mauguio

