



WEDDING PLANNER

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

FORMATION MIXTE : PRÉSENTIEL ET DISTANCIEL

FORMATION EFFAD





Bienvenue !

Dans un monde professionnel où la mobilité, l'adaptabilité et la capacité à travailler en présentiel et à distance sont devenues la norme, nous avons conçu un programme qui conjugue la souplesse du distanciel avec la richesse du présentiel, pour vous offrir l'expérience la plus complète et professionnalisante possible.

VOUS AVEZ CHOISI UN APPRENTISSAGE À DISTANCE ET EN PRÉSENTIEL

Une complémentarité gagnante ! Ce double format vous permettra d'approfondir les contenus à distance, expérimenter vos acquis et vos outils dans un cadre stimulant et bienveillant, prendre confiance en vos compétences professionnelles et bénéficier d'un apprentissage équilibré entre théorie et pratique.

UNE FORMATION À DISTANCE RICHE ET STRUCTURÉE

Accessible 100 % en ligne, ce parcours vous permet :

- d'assimiler les fondamentaux de l'écosystème événementiel
- acquérir les compétences techniques et stratégiques nécessaires au métier
- de maîtriser les outils et méthodes de conception, de gestion de projet et de communication
- de progresser à votre rythme grâce à plus de 500 pages de contenu, des quiz, des vidéos, des cas pratiques, et un tutorat à distance

5 JOURS EN PRÉSENTIEL POUR PASSER À L'ACTION

Parce que certaines compétences ne s'acquièrent qu'en situation réelle, notre programme intensif de 5 jours en présentiel vous propose :

- des mises en situation concrètes (jeux de rôle, briefs clients, simulations),
- des outils professionnels utilisés dans le métier (devis, contrats, moodboards),
- une immersion dans la réalité terrain : gestion de prestataires, conception d'événements, scénographie, shooting d'inspiration.

LE WEDDING PLANNER

Le "Wedding planner", organisateur de mariages en français, est une spécificité du métier de chef de projets événementiels.

En tant que chef de projet d'événements privés, le wedding planner coordonne chaque aspect du mariage, de la planification initiale à l'exécution finale, tout comme un chef de projets événementiels le ferait pour des événements professionnels. Ses principales activités sont les suivantes :

Il (elle) écoute, analyse, décrypte et intègre les attentes et les désirs de ses clients pour proposer des concepts événementiels.

Il (elle) conseille et accompagne ses clients dans des choix et des prises de décisions liées à l'organisation de l'évènement.

Il (elle) supervise le déroulé de l'évènement, veille à son bon déroulement, gère les éventuels imprévus et trouve des solutions aux différents problèmes

PUBLIC

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

DURÉE

La durée estimée de travail est de **175 heures dont 35 heures en présentiel**. Vous disposez de 6 mois pour effectuer votre formation dans son intégralité.

TARIF

2 000 €



*Bloc 1 "Élaborer une recommandation événementielle" du titre de niveau 6 "Chef de projets événementiels" certifié par Groupe EFD / EFCDE
Titre RNCP 38023, enregistré le 20 septembre 2023.*

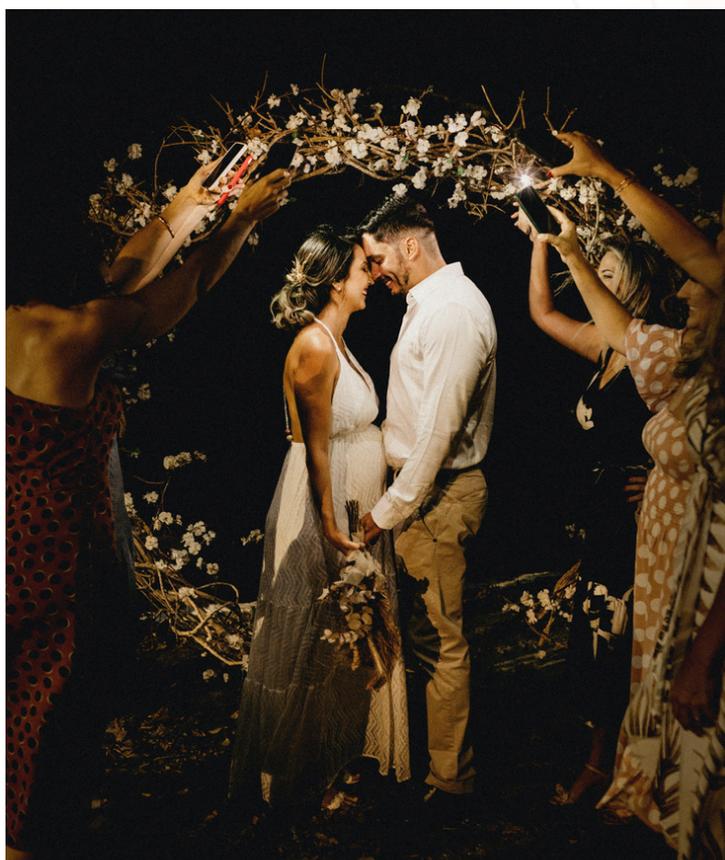
MODALITÉS D'ACCÈS ET D'ADMISSION

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 PÉDAGOGIQUES

- Formation mixte : présentiel et distanciel
- Tutorat 6 mois
- Plateforme accessible 7j/7
- Cours en présentiel et en ligne
- Téléchargement en version numérique des supports de cours
- Vidéos-conseils exclusives d'une wedding planner en activité
- Liens vidéos
- Podcasts
- Modèles de documents professionnels prêts à l'emploi
- Masterclass thématique 1 fois par mois
- Accès à une bibliothèque de ressources et replays.

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



APPROCHE IMMERSIVE, ACTIVE ET PROFESSIONNELLE

JOUR 1 – DÉCOUVERTE DU MÉTIER & FONDAMENTAUX

Objectif : Comprendre les réalités du métier, identifier ses atouts et poser les bases de son projet personnel.

Ce que vous allez apprendre :

- Panorama du secteur & opportunités dans l'événementiel
- Compétences clés à développer + focus sur les outils bureautiques conseillés
- Identification des cibles et profils clients
- Le rôle du chef d'entreprise (qualités, points de vigilance, clés de réussite)
- Mettre en place une veille professionnelle (outils & méthodes)
- Rentabilité et rémunération du métier

Simulation professionnelle :

- Exercice de présentation personnelle et pitch de projet
- Atelier collectif : analyse des profils clients types
- Travail en binôme : diagnostic de ses compétences et points de progression
- Identification de tendances à partir de cas réels (Pinterest, blogs spécialisés, études de marché)

Feedback du formateur :

- Pertinence du pitch et clarté du projet présenté
- Capacité à analyser son profil et son positionnement
- Capacité à repérer les tendances et à les relier à un marché cible
- Suggestions d'amélioration : enrichir le vocabulaire, préciser la vision entrepreneuriale

JOUR 2 – DE L'ENTRETIEN EXPLORATOIRE AU CONTRAT : MAÎTRISER LA RELATION CLIENT

Objectifs :

- Apprendre à recueillir les attentes et objectifs du commanditaire en menant un entretien exploratoire et en formalisant un brief clair.
- Savoir transformer un prospect en client grâce à une méthodologie structurée et des outils professionnels.

Ce que vous allez apprendre :

- Structurer son accompagnement client : étapes clés de la gestion commerciale
- Comment préparer et conduire un rendez-vous prospect
- Techniques d'écoute active & questionnement structuré
- Identification de l'environnement et des contraintes du commanditaire
- Élaboration d'un premier brief clair et exploitable
- Élaboration d'une offre commerciale, d'un devis professionnel et rédaction d'un contrat

Simulation professionnelle :

- Jeux de rôle : simulation d'entretien exploratoire (appels + e-mails)
- Mise en situation professionnelle: traitement d'un brief client (support audio + transcription)
- Rédaction d'un devis et d'un contrat en conditions réelles

Feedback du formateur :

- Qualité de la communication et pertinence des arguments
- Clarté et structure du devis / contrat
- Gestion de la relation et posture professionnelle
- Suggestions d'amélioration : précision des termes contractuels, efficacité dans la réponse

JOUR 3 – DÉFINIR UN CONCEPT ET SON UNIVERS

Objectif : Savoir définir un concept cohérent en lien avec les besoins du client et le traduire en univers visuel.

Ce que vous allez apprendre :

- Techniques de conduite du premier rendez-vous de travail avec le client
- Définition des axes et périmètres d'action du projet événementiel
- Définition du format et du concept répondant aux attentes du client
- Création du design émotionnel : univers, ambiance, expérience client
- Utilisation du mood board comme outil de communication et d'inspiration
- Comment présenter un concept et convaincre un client

Simulation professionnelle :

- Atelier : création d'un concept événementiel personnalisé à partir d'un brief
- Réalisation d'un mood board conceptuel (digital ou papier)
- Présentation orale du concept devant le groupe

Feedback du formateur :

- Cohérence de la proposition créative avec le brief client
- Pertinence du mood board comme outil visuel
- Clarté et impact de la présentation orale

JOUR 4 – RECHERCHE & SÉLECTION DE PRESTATAIRES

Objectifs :

- Identifier, comparer et intégrer les prestataires nécessaires dans une approche budgétaire maîtrisée.
- Développer son réseau et négocier efficacement.

Ce que vous allez apprendre :

- Sourcing et recherche de prestataires adaptés
- Lecture et compréhension des devis de prestataires
- Techniques de négociation et de gestion de la relation professionnelle
- Intégration des prestataires dans un budget global d'événement
- Présenter les prestataires dans la recommandation client (dossier client)
- Rôle du Wedding Planner : encadrer et guider ses partenaires

Simulation professionnelle :

- Atelier de recherche et sélection de prestataires sur cas pratique
- Analyse et comparaison de devis

Feedback du formateur :

- Pertinence du choix des prestataires
- Clarté dans la lecture des devis et capacité à négocier avec professionnalisme

JOUR 5 – POUR ALLER PLUS LOIN : CONCEVOIR LA SCÉNOGRAPHIE ET VALORISER SON UNIVERS AVEC UN SHOOTING D'INSPIRATION

Objectifs :

- Créer une expérience immersive et émotionnelle grâce à la scénographie.
- Utiliser le shooting d'inspiration comme outil stratégique de communication, de positionnement et de valorisation professionnelle.

Ce que vous allez apprendre :

- Les bases de la scénographie appliquée au mariage : harmonies de couleurs, styles, etc.
- Le rôle du Wedding Planner en tant que metteur en scène
- Les limites de son rôle face aux décorateurs/designers
- Collaboration avec les prestataires pour créer un rendu cohérent (fleuriste, décorateur, photographe)
- Le shooting d'inspiration comme vitrine marketing (portfolio, réseaux sociaux, site internet)
- Construction d'un storytelling visuel cohérent et séduisant autour du shooting

Simulation professionnelle :

- Atelier scénographie : conception d'un mini-concept décoratif (palette couleurs, disposition d'espace)
- Exercice de cadrage : définir les objectifs, le storytelling et la cohérence d'un shooting

Feedback du formateur :

- Cohérence esthétique et créativité de la scénographie proposée
- Cohérence entre univers, émotions et expérience client
- Pertinence du positionnement à travers le shooting

PROGRAMME



LE SECTEUR ET LE METIER

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



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



RELATIONS INTERPROFESSIONNELLES

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

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)



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



LES MODULES DE SPÉCIALISATION EN PLUS

L'ACCOMPAGNEMENT CLIENT JUSQU'AU MARIAGE

- Les 9 points clés de la relation à tenir avec vos clients
- Du dossier de recommandations au dossier final client
- Activités de suivi du mariage
- 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
- Missions du Jour J: contrôler et coordonner
- Gérer les imprévus et le stress
- Missions d'après Jour J
- Le Bilan financier et professionnel

- ☰ 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...
- ☰ Quiz / Qu'avez-vous r...
- ☑ Que signifie "AO" ?
- ☰ Lors de la réponse à un ...
- ☑ Que retrouve-t-on gên...
- ☑ Lors d'un appel d'offres...
- ☑ Quels sont les rendus a...
- ☑ Quelle est la méthode d...
- ☑ Lequel de ces éléments ...



Budget final

VOTRE LOGO

Produit	Quantité	Prix unitaire	Prix total
Produit 1	10	100	1000
Produit 2	5	200	1000
Produit 3	20	50	1000
Produit 4	15	70	1050
Produit 5	8	130	1040
Produit 6	12	90	1080
Produit 7	6	180	1080
Produit 8	4	270	1080
Produit 9	3	360	1080
Produit 10	2	540	1080

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.



LEÇONS APPRIS

- Que ce soit trop "marketing" ou superficial
- Oublier de penser à une expérience post-event et pas assez humaine
- De ne pas trouver "sa place" dans le flot du festival
- De ne pas être une vraie immersion (trop de monde, pas assez de cadre)

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 expérimental, 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.

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.

MODULE 1.2
FILIERE ÉVÉNEMENTIELLE

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.

PERSONA
Personnifié !

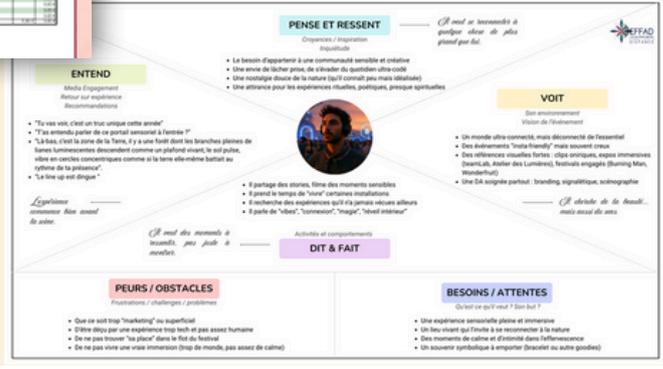
RASSEMBLER DES DONNÉES
Provenant d'observations, interviews, feedbacks utilisateurs, données de terrain

LA CARTE
Des questions pour chaque zone et n'émettre aucun jugement !

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 ?"

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



DÉBOUCHÉS

L'activité de wedding planner 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 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

