

FICHE SYNTHÈSE : QUAND ET COMMENT VALORISER UN ÉVÉNEMENT EN INTERNE ?

DÉFINITION

La communication avant un événement consiste à désigner l'ensemble des actions pour informer et promouvoir cet événement auprès des agent·es d'une collectivité ou d'un établissement public. C'est une étape essentielle pour assurer la réussite de l'événement en attirant un maximum de participants et en générant de l'engouement.

OBJECTIFS

La communication avant un événement vise à :

Informer

Promouvoir

Susciter l'engagement des agent·es

Les objectifs de cette communication incluent la génération d'intérêt, l'information et la sensibilisation, la création d'anticipation et la facilitation de l'organisation logistique. Ces objectifs contribuent à assurer la réussite de l'événement en attirant des agent·es engagés et en créant une expérience positive pour eux·elles.

LES BONNES PRATIQUES

La communication avant un événement peut prendre différentes formes et utiliser différents canaux en fonction de la nature de l'événement et du public visé. Par exemple, notre événement porte sur la sensibilisation à la sobriété énergétique pour les agent·es du CDG 59. Voici quelques éléments clés de la communication pré-événement :



Définir des objectifs de communication

Avant de commencer toute activité de communication, il est important de définir les objectifs spécifiques que vous souhaitez atteindre. Cela peut inclure l'augmentation du nombre de participants, la sensibilisation à une thématique, la participation à de futurs projets. Pour notre événement, les objectifs définis sont de sensibiliser les agent·es aux notions de sobriété énergétique afin de les mobiliser pour de futurs projets en lien avec cette thématique, comme la mise en place d'un budget participatif et la participation à des groupes autonomes.

Élaborer une stratégie de communication

Une fois les objectifs définis, il est nécessaire de mettre en place une stratégie de communication. Cela implique de déterminer les messages clés à transmettre, d'identifier les canaux de communication appropriés et de planifier les actions à entreprendre à différentes étapes avant l'événement.



Créer des supports de communication

Il est souvent nécessaire de créer des supports de communication tels que des affiches, des dépliants, des invitations, des articles, etc. Ces supports doivent être conçus de manière attractive et cohérente avec la nature de l'événement. Par exemple, nous avons utilisé notre site intranet pour inviter les agent·es à la réunion du personnel du 21 mars 2023 portant sur la sobriété énergétique, incluant un formulaire d'inscription et nous avons relayé l'information sur notre messagerie interne.

Diffuser l'information

Une fois les supports de communication prêts, il faut les diffuser auprès des agent·es de la collectivité ou de l'établissement public. Cela peut se faire via les moyens de communication internes, tels que l'intranet, la newsletter interne, la messagerie interne, etc.



Interagir avec les agent·es

Il est important d'interagir avec les agent·es avant l'événement pour répondre à leurs questions, susciter l'engagement et maintenir l'intérêt. Cela peut se faire pendant la pause-café, les réunions internes (exemple codir ou réunion de service), les discussions entre agent·es au sein de la collectivité ou de l'établissement public.



VALORISER SON ÉVÉNEMENT EN INTERNE

Pour valoriser un événement en interne et susciter l'enthousiasme des agent·es, il est important de suivre certains conseils bénéfiques à votre événement :

01) Communication pré-événement attrayante

Créez une communication dynamique et attrayante pour susciter l'intérêt et l'anticipation chez les agent·es. Utilisez des visuels accrocheurs, des messages percutants mais aussi des teasers pour les attirer et leur donner envie de participer à l'événement.

Utiliser différents canaux de communication **02)**

Assurez-vous d'utiliser différents canaux de communication interne pour atteindre l'ensemble des agent·es. Certain·es préfèrent les mails, d'autres les affiches dans les espaces de travail ou les publications sur l'intranet. Vous pouvez également utiliser des vidéos, des présentations lors de réunion d'équipe, etc.

03) Impliquer les agent·es

Favorisez l'implication active des participant·es avant l'événement. Par exemple, vous pouvez partager des sondages ou des activités interactives liées à l'événement, mais aussi prendre en compte les retours des agent·es sur les événements passés et les mettre en œuvre pour les prochains événements. Cela crée un sentiment d'appartenance et d'engagement.

Partager des témoignages et des retours d'expérience **04)**

Si vous avez déjà organisé des événements similaires dans le passé, partagez les témoignages et les retours positifs des participant·es. Cela permet aux agent·es de percevoir leurs attentes et renforcer l'intérêt pour l'événement.

05) Impliquer la Direction générale

La participation et le soutien de la Direction générale de la collectivité ou de l'établissement public sont essentiels pour valoriser un événement en interne. Ils peuvent diffuser des messages d'encouragement, partager leur vision de l'événement et montrer leur engagement envers la participation active.

Suivre la communication post-événement **06)**

Après l'événement, assurez-vous de poursuivre la communication en partageant les moments forts, les photos, les vidéos et les témoignages des participant·es. Cela permet de prolonger l'impact de l'événement et de maintenir l'engagement des agent·es.

QUAND COMMUNIQUER SUR SON ÉVÉNEMENT ?

La communication sur un événement interne devrait commencer suffisamment à l'avance (entre 2 et 6 semaines) pour donner aux participant·es le temps de s'organiser et de réserver la date. Il n'existe pas de règles strictes en termes de délais, car cela dépend de la taille de l'événement, de sa complexité et des contraintes propres à votre organisation. Cependant, voici quelques recommandations sur le moment opportun pour communiquer sur un événement interne :

Annonce préliminaire

Il est conseillé de faire une annonce préliminaire dès que les dates des événements sont confirmées. Cela peut être sous forme d'un « save the date » (réserver la date) ou d'une brève communication pour informer les agent·es des événements à venir. Cela peut être fait plusieurs semaines, voir plusieurs mois à l'avance, selon l'ampleur des événements. Par exemple, nous utilisons cette méthode en début d'année pour informer les agent·es des dates des événements durant l'année à venir, sous forme de « À vos agendas ! ».

Communication détaillée

Une communication plus détaillée devrait être prévue un mois avant l'événement. Cela permet aux agent·es de prendre des dispositions et de bloquer leur emploi du temps. Cette communication devrait inclure des informations spécifiques sur la date, l'heure, le lieu, le programme, les activités prévues, les intervenant·es, etc.

Rappels réguliers

Pour maintenir l'attention et l'engagement des agent·es, il peut être utile d'envoyer des rappels réguliers jusqu'à l'événement. Cela peut être fait via des mails, des affiches dans les espaces de travail, des publications sur l'intranet de la collectivité ou de l'établissement, des réunions d'équipe, etc. Ces rappels peuvent inclure des informations supplémentaires, des mises à jour du programme de l'événement, des messages inspirants, etc.

EXEMPLE DE COMMUNICATION POUR UN EVENEMENT

Si vous communiquez sur votre site intranet, votre article pourrait ressembler à ceci :

Comment développer une approche en matière de sobriété énergétique au sein du CDG 59 ?



Chères collègues, vous êtes convié-es le **mardi 21 mars 2023**, à la prochaine réunion du personnel du CDG 59, en **salle 01 de 9h à 12h30**.

Au programme :

- Les actualités **RH** et **BUDGET-FINANCES** du CDG59
- La **sobriété énergétique** : quelle définition ? Quel diagnostic ? Quel plan d'action élaborer au CDG 59 ? Comment être plus sobre ?

Rendez-vous à 8h45 ! N'hésitez pas à ramener votre plus belle tasse de café, un petit-déjeuner vous attend.

A l'exception de circonstances spécifiques et/ou de nécessités de services organisées avec la hiérarchie, votre présence durant ce temps collectif est **requis**.

Afin de faciliter la bonne organisation de la matinée, merci de bien vouloir compléter le formulaire d'inscription ci-dessous **avant le 14 mars 2023**.

Au plaisir de vous y retrouver !

A très bientôt !

Direction *

Direction des Affaires Financières, de l'action et de la protection sociale et des Marchés Publics

Nom *

Prénom *

Adresse de messagerie *

Présence à la réunion du personnel du mardi 21 mars :



Oui

Non


Si non, veuillez indiquer votre motif :


Envoyer

Tout type de communication nécessite un relai sur d'autres canaux de communication, que ce soit via la messagerie interne ou en envoyant un mail à l'adresse de tous les agents de la collectivité ou l'établissement public. Voici un message type que vous pouvez envoyer après la diffusion de votre article intranet :

 **lucie-n**  Mettez à jour votre statut 9:30 AM

Bonjour @all !

Pour rappel, les inscriptions pour la réunion du personnel du 21 mars se clôturent **demain**. Si vous n'êtes pas encore inscrit-es, rdv sur ce lien : <https://intranet.cdg-nord/invitation-a-la-reunion-du-personnel-du-mardi-21-mars-2023/>  Édité

 2