

ÉDITION 2025
DU 18 OCTOBRE
AU 8 NOVEMBRE

CRÉEZ LA VISITE QUI VOUS RESSEMBLE

CHECK-LIST POUR VOUS ORGANISER

Nous vous accompagnons dans l'organisation de la mise en visite de votre entreprise à travers quelques points essentiels. Afin d'assurer une expérience confortable et optimale, pour les visiteurs comme pour vous : rien ne doit être laissé au hasard.

1 - LE TYPE DE VISITE

CHOISIR LES ACTIVITÉS

- Visite des installations et/ou d'une chaîne de production
- Visite ludique jeune public ou contée à plusieurs voix
- Visite pédagogique : témoignages et démonstrations
- Toute visite de votre choix valorisant activités et métiers

Bien définir le type d'activité permet de coller au mieux à vos besoins et à vos contraintes et obligations techniques, tout en permettant la découverte au public.

2 - LE(S) PUBLIC(S) VISÉ(S)

DÉFINIR QUI PEUT ÊTRE ACCUEILLI

- Individuels ou petits groupes, scolaires ou adultes
- Définir un âge minimum pour que les écoles puissent s'inscrire en conséquence
- Définir un âge maximum selon activité et accessibilité
- Accessibilité des lieux de visite
- Nombre de personnes maximum par groupe

Savoir à qui vous souhaitez vous adresser, permet de définir le format de la visite et adapter la description dans la communication.

3 - LE TEMPS ET SA GESTION

BIEN GÉRER ACCUEIL ET VISITES

- Prévoir une durée de visite raisonnable (max 2h)
- Limiter le nombre de créneaux et de dates
- Prévoir un temps d'accueil : café, eau...
- Gérer les rotations et temps intermédiaires si plusieurs visites à la suite.

L'ajustement et la maîtrise du temps de visite, de sa répétition et de son organisation permet de garantir la qualité de l'action et sa faisabilité.

4 - ORGANISATION INTERNE

SAVOIR QUI FAIT QUOI

- Définir une personne qui coordonne l'événement
- Choisir qui guide et anime la visite
- Cibler les personnes ressources technique / matériel
- S'assurer des disponibilités de chacun-e le jour J

Le ciblage des personnes et leurs missions, leur disponibilité le jour-J et l'information aux équipes sont essentiels pour permettre une organisation optimale.

4 - MOBILISATION ET PLANNING

ORGANISER LE TEMPS DE TRAVAIL

- Rétroplanning de l'événement
- Temps de préparation et de répétition de la visite
- Calage des besoins techniques, matériels et sécurité
- Renseigner ses informations sur le site comlespros.com

Chaque étape de l'action doit être anticipée et préparée, les aspects techniques doivent être vérifiés et la communication globale doit assurer la meilleure expérience.

5 - RELAYER L'ÉVÉNEMENT

COMMUNIQUER SUR SA VISITE

- Utilisation du kit de communication événement
- Communication en interne et auprès de vos clients
- Relai d'information sur vos réseaux sociaux
- Diffusion de goodies pendant les visites

Mener à bien votre activité est une bonne chose, le faire savoir c'est la cerise sur le gâteau : vous y gagnerez en réputation et en crédibilité et générerez la curiosité...