



# Mes achats, mon quartier :

## Liste de contrôle pour l'organisation d'un événement

Lorsqu'on planifie un événement, il est facile de perdre le contrôle sur tout ce qui doit être fait. Nous avons donc dressé cette liste pour vous aider à atteindre votre groupe cible (consommateurs, médias, association de commerçants locale, autres entreprises, etc.) et susciter son enthousiasme pour votre événement.

- Déterminer qui vous voulez mobiliser pour votre événement.
- Décider du lieu, de la date et de l'heure de l'événement.
- Obtenir la participation d'autres commerçants locaux.
- Créer une page pour votre événement sur votre site Web ou Facebook.
- [Télécharger](#) l'affichette Mes achats, mon quartier, l'imprimer et l'installer dans votre vitrine.
- [Télécharger](#) l'affichette numérique Mes achats, mon quartier et la placer sur votre site Web et la page de votre événement.
- Concevoir des dépliants et imprimés, et les distribuer dans votre quartier.
- Offrir des aubaines et des promotions associées à votre événement.
- Rédiger un communiqué de presse ou envoyer une invitation aux journalistes et médias locaux pour les informer de la tenue de l'événement.
- Afficher l'événement aux calendriers des événements des publications et émissions de nouvelles télévisées de votre localité, ainsi que sur les sites Web qui annoncent les événements communautaires.

- Informer votre association de commerçants et votre chambre de commerce de la tenue de l'événement
- Se renseigner sur les offres publicitaires spéciales des médias locaux et faire passer une annonce pour votre événement.
- Annoncer l'événement auprès de votre clientèle en magasin.
- Communiquer avec des personnalités connues de votre quartier pour leur demander de soutenir votre événement et de passer faire un tour.
- Créer du contenu pour promouvoir l'événement: articles, images, vidéos.
- Promouvoir l'événement et afficher votre contenu promotionnels dans les médias sociaux: utiliser le mot-clé #monquartier et créer un lien avec d'autres entreprises et avec les médias.
- Dresser une liste de publications pour chaque réseau social, y compris Facebook, Twitter et LinkedIn, les partager et demander aux autres entreprises de faire de même.
- Envoyer des courriels à vos clients pour leur annoncer l'événement.
- Envoyer un courriel de rappel une semaine avant l'événement.
- Envoyer un courriel de rappel final deux jours avant l'événement.
- Confirmer la présence des médias à votre événement.
- Garder les renseignements de contact à portée de la main pour vos futurs événements.
- Envoyer des remerciements aux médias, invités, bénévoles et clients!