



# Le marketing au service du projet associatif

2 jours 12 heures

Programme de formation

## Public visé

Dirigeants bénévoles employeurs et salariés d'associations sportives

## Pré-requis

Avoir un ordinateur muni d'un micro, d'une webcam et d'une connexion internet

## Objectifs pédagogiques

**Quelle réalité derrière le mot marketing ?**

**Comment adapter et utiliser ses outils pour le développement de sa structure ?**

**Quels services pour les adhérents ?**

- Définir le marketing
- Comprendre la logique d'une stratégie marketing pertinente pour sa structure
- Acquérir et de fidéliser des clients
- Créer une offre adaptée aux besoins des ses adhérents/clients
- Trouver des partenaires financiers
- Décrocher et réussir un rendez-vous commercial

## Description / Contenu

**Module 1** : Derrière le mot marketing il s'agit surtout de créer une offre adaptée aux besoin de ses adhérents et de ses clients, de maîtriser son écosystème et l'évolution des marchés et du secteur du sport et de milieu associatif.

**Module 2** : Présentation de stratégie marketing d'association sportive, de fédérations et de clubs professionnels. Repérer les logiques et identifier des points clefs pour construire une stratégie pertinente pour sa structure en fonction de ses valeurs, son offre, son écosystème et son projet de développement.

**Module 3** : Les différentes logiques de prospection ainsi que des outils associés (sales navigator, waalaxy, CRM). Les moyens pour fidéliser des clients/adhérents. La logique : se faire connaître – se faire aimer – faire adhérer (à ses valeurs, son projet, ses offres) : l'adapter à sa structure.

**Module 4** : Les différents partenaires financiers privés et de la différence entre sponsor et mécène. Définition des différents types de mécénat (financier, de nature, de compétences). La stratégie à





mettre en place pour recruter de nouveaux partenaires financiers et présentation d'outils de prospection simple à mettre en place dans sa structure (scoring sur excel).

**Module 5** : Les stratégies pour obtenir un rendez-vous commercial (avec un client ou un partenaire). S'entraîner à rédiger un mail et à passer un coup de téléphone de prospection.

**Module 6** : Le marketing digital : un indispensable pour attirer et fidéliser de nouveau adhérents

## Modalités pédagogiques

Formation en distanciel avec :

- Etude de cas
- Présentation d'outils utilisés par des structures similaires
- Présentation power point
- Jeu de rôle
- Quiz

## Moyens et supports pédagogiques

- Support de formation powerpoint
- Support de formation pdf envoyé après la formation reprenant tous les éléments essentiels de la formation
- Documents produits par les apprenants lors de la formation

## Modalités d'évaluation et de suivi

- Tour de table auto-positionnement
- QCM en ligne
- Mises en situation
- Questionnaire