



FORMATION

2024



**Le Marketing territorial
pour les associations**

Formation Marketing territorial



Réaliser un diagnostic stratégique d'une association : conception et formalisation, Savoir évaluer la réussite de l'association, Être capable de concevoir et mettre en œuvre une démarche stratégique pour une association, Pouvoir développer des stratégies partenariales en lien avec la vie territoriale, Dynamiser les réseaux associatifs, Professionnaliser une démarche marketing adaptée

CONTACT

Thierry TUNORFÉ

Tél. : 06 96 84 49 07

Mail : formation@sdaim-coop.fr

Détails

Inscription obligatoire

Formation non certifiante

Formation 100% en distanciel

Prérequis : aucun

Nbre de participants : 20

Session 1

Mardi 07/05/24	18h00-21h00
Vendredi 10/05/24	18h00-21h00
Mardi 14/05/24	18h00-21h00
Vendredi 17/05/24	18h00-21h00
Mardi 21/05/24	18h00-21h00
Vendredi 24/05/24	18h00-21h00

Session 2

Mardi 08/10/24	18h00-21h00
Vendredi 11/10/24	18h00-21h00
Mardi 15/10/2024	18h00-21h00
Vendredi 18/10/24	18h00-21h00
Mardi 22/10/24	18h00-21h00
Vendredi 25/10/24	18h00-21h00

Parcours 1

Associations : Le bénévolat, de quoi parle-t-on ?

Objectifs :

- Mieux connaître le bénévole et son rôle
- S'approprier les droits et obligations de chacune des parties : Le bénévole et l'association.

Programme :

- Les acteurs dans une association : c'est qui ?
- Portrait du bénévole, qui peut être bénévole ?
- L'engagement bénévole, valorisation du bénévolat
- La qualité de membre d'une association
- Démission, radiation, exclusion
- Mandat et rémunération des administrateurs

Associations : Quelles sont les instances décisionnaires ?

Objectifs :

- Définir la mission de membre du conseil d'administration dans mon association.
- Distinguer les missions et les périmètres d'intervention des différentes instances de l'association.
- Appréhender le juste positionnement vis-à-vis des acteurs de terrain, bénévoles, salariés et bénéficiaires

Programme :

- La gouvernance : le rôle de chacun
- Le conseil d'administration : Compétences et fonctionnement
- Le bureau : Compétences et fonctionnement, les instances
- L'Assemblée générale : compétences et fonctionnement

Mise en situation de A à Z : Envisagez votre démarche globale de marketing territorial et d'attractivité

Objectifs :

- Intégrer vos bénévoles dans votre démarche globale de marketing territorial et d'attractivité.

Programme :

- Engager une réflexion sur l'attractivité de son territoire
- Apprendre à utiliser le marketing territorial et mettre en place une méthodologie partagée
- Organiser le jeu collectif des acteurs territoriaux



Formation Marketing territorial



CONTACT

Thierry TUNORFÉ

Tél. : 06 96 84 49 07

Mail : formation@sdaim-coop.fr

Détails

Inscription obligatoire

Formation non certifiante

Formation 100% en distanciel

Prérequis : aucun

Nbre de participants : 20

Session 1

Mardi 28/05/24	18h00-21h00
Vendredi 31/05/24	18h00-21h00
Mardi 04/06/2024	18h00-21h00
Vendredi 07/06/24	18h00-21h00
Mardi 11/06/24	18h00-21h00
Vendredi 14/06/24	18h00-21h00

Session 2

Mardi 05/11/24	18h00-21h00
Vendredi 08/11/24	18h00-21h00
Mardi 12/11/2024	18h00-21h00
Vendredi 15/11/24	18h00-21h00
Mardi 19/11/24	18h00-21h00
Vendredi 22/11/24	18h00-21h00

Parcours 2

Associations : Comment identifier et développer votre potentiel pour vous ancrer dans votre territoire ?

Objectifs :

- Clarifier l'objet de l'association (les statuts, projet associatif, ...)
- Identifier les compétences apportées par les bénévoles
- Valoriser les plus-values des bénévoles
- Accompagner la montée en compétence des bénévoles.

Programme :

- Identifier son potentiel
- S'auto-diagnostiquer

Définissez votre offre, différenciez-vous pour vous ancrer dans votre territoire

Objectifs :

- Clarifier son offre de services et être à l'aise pour la promouvoir auprès de ses partenaires.
- Prendre conscience de votre potentiel de développement
- Maîtriser, formaliser et présenter clairement son projet associatif vers la stratégie commerciale
- Hiérarchiser ses objectifs au regard de son environnement
- Adapter ses outils de vente et de communication aux spécificités de l'économie sociale et solidaire (ESS)

Programme :

- Maîtriser, formaliser et présenter clairement son projet associatif vers la stratégie commerciale
- Adapter ses outils de vente et de communication aux spécificités de l'ESS

Construire et organiser un lobbying territorial efficace pour se développer

Objectifs :

Il s'agit de communication externe vis-à-vis du marché mais aussi d'une communication interne permettant d'établir un climat social bénéfique et favorable aux bons résultats, de définir les objectifs à atteindre et collecter les informations utiles pour décider.

Programme :

- Définir le discours en lien avec le projet
- Bâtir un plan de communication cohérent et réaliste
- Utiliser les nouvelles technologies pour convaincre
- Identifier les canaux à activer pour chacune de vos cibles
- Organiser un lobby territorial
- Construire une participation citoyenne : pourquoi et comment
- Mettre en œuvre un usage réfléchi et pertinent des réseaux sociaux
- Cas pratique : réaliser la cartographie de vos publics : acteurs locaux, citoyens, réseau associatif



Formation Marketing territorial



CONTACT

Thierry TUNORFÉ

Tél. : 06 96 84 49 07

Mail : formation@sdaim-coop.fr

Détails

Inscription obligatoire

Formation non certifiante

Formation 100% en distanciel

Prérequis : aucun

Nbre de participants : **20**

Session 1

Mardi 18/06/24	18h00-21h00
Vendredi 21/06/24	18h00-21h00
Mardi 25/06/2024	18h00-21h00
Vendredi 28/06/24	18h00-21h00
Mardi 02/07/24	18h00-21h00
Vendredi 05/07/24	18h00-21h00

Session 2

Mardi 26/11/24	18h00-21h00
Vendredi 29/11/24	18h00-21h00
Mardi 03/12/2024	18h00-21h00
Vendredi 06/12/24	18h00-21h00
Mardi 10/12/24	18h00-21h00
Vendredi 13/12/24	18h00-21h00

Parcours 3

Le marketing territorial comme levier des actions associatives

Objectifs :

- Identifier les principes fondateurs du marketing territorial et en définir les enjeux,
- Valoriser les projets associatifs et les stratégies territoriales liées au développement de l'attractivité.
- Comprendre les enjeux de marketing et de développement territorial/local en contexte associatif
- Acquérir une démarche et des outils de marketing territorial.

Programme :

- Apprendre à positionner son territoire
- Définition du marketing territorial
- Le marketing territorial appliqué au milieu associatif
- Construire sa promesse marketing
- Construction de l'image de marque

Mettre en œuvre une gestion territoriale stratégique de projets associatifs

Objectifs :

- Harmoniser et hiérarchiser les projets selon les domaines
- Etablir un calendrier d'évènements
- Mettre en place des actions labellisées

Programme :

- Créer une structure de gouvernance par projet
- Mobiliser et impliquer les acteurs locaux
- Identifier les leviers prioritaires d'influence
- Connaître les clients du territoire et leurs critères de décision
- Mettre en cohérence le plan d'actions
- Etude de cas
- Capitaliser le projet
- Mettre en place des indicateurs de mesures

Communiquer pour mieux faire connaître votre association

Objectifs :

- Bâtir une stratégie de communication pour assurer une visibilité de l'association
- Développer vos nouveaux leviers de communication pour renforcer l'ancrage territorial associatif
- Construire, utiliser une identité/marque de reconnaissance





Programme :

- Identifier les enjeux de la communication associative
- Valoriser son identité, concevoir sa signature
- Identifier les points d'ancrage
- Cibler et mobiliser les canaux de diffusion
- Construire pas à pas une stratégie communicante :
- Déterminer vos objectifs en fonction de vos publics
- Sélectionner les outils, réseaux sur lesquels développer votre stratégie
- Savoir utiliser les leviers communicatifs : le label Cap Nord, Cacem, Caesm