



## LES SPÉCIFICITÉS DU MARKETING ASSOCIATIF

### PROGRAMME

#### Objectifs

- Mettre en place une démarche marketing adaptée aux associations.
- Se différencier et communiquer pour développer l'association.
- Savoir rechercher des fonds.

#### Public concerné

Responsable et salarié d'association, bénévole chargé du développement de l'association.

#### Pré-requis

Augmenter l'impact de ses e-mailings et mailings.

Durée : 2 jr(s)

#### Connaître les spécificités du marketing associatif

Comprendre la démarche marketing appliquée aux associations : respect des valeurs, outils et étapes-clés.

Identifier les différents aspects du marketing associatif : marketing social, culturel, sportif, humanitaire?

Assimiler l'objectif principal : créer de la valeur non monétaire (développement d'une cause, d'une mission, de valeur, d'action).

Lister les publics à contribution variée : sponsor, parrain, donateur, leader d'opinion, adhérent, bénévole, bénéficiaire, salarié.

#### Mettre en place une stratégie de communication

Positionner la mission de l'association.

Bâtir le plan stratégique de l'association et de sa marque.

#### Elaborer une campagne de collecte de fonds

Cibler les types de sponsor, parrain et donateur.

Comprendre les motivations des cibles de la collecte.

Mettre en place le mix-marketing de la collecte de fonds.

Construire un dossier de recherche de sponsors subventions : éléments-clés, structure, discours.

Savoir utiliser les nouvelles technologies pour diffuser et convaincre : marketing direct, Internet, réseaux sociaux?

#### Mettre en oeuvre une communication performante

Cadrer la politique de communication autour du projet associatif : objectif, cible, message.

Identifier les spécificités du marketing direct appliqué à la collecte de fonds.

Réussir ses relations presse : le communiqué, la réunion de presse, l'entretien avec un journaliste.