



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.