

Chargé(e) de Promotion et Marketing Sportif

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les apprenants seront capables de :

- Élaborer une stratégie commerciale omnicanale pour un secteur géographique défini
- Assurer une veille commerciale pour analyser l'état du marché
- Organiser un plan d'actions commerciales
- Mettre en œuvre des actions de fidélisation
- Réaliser le bilan de l'activité commerciale et rendre compte
- Prospecter et négocier une proposition commerciale
- Prospecter à distance et physiquement un secteur géographique
- Concevoir une solution technique et commerciale appropriée aux besoins détectés
- Négocier une solution technique et commerciale

Compétences transverses développées pendant la formation :

- Maîtriser les outils et usages numériques
- Mobiliser un comportement orienté client et une posture de service
- Vendre une offre de marketing sportif et culturel
- Concevoir des fiches produites
- Répondre aux besoins associatifs
- Connaître les bases de l'événementiel

CONTENU DE LA FORMATION

Unités d'enseignement	Modules de formation
Élaborer une stratégie commerciale omnicanale pour un secteur géographique défini	Les fondamentaux du marketing et outils du marketing Adaptation de l'offre au marché Utilisation des réseaux pour développer ses contacts commerciaux Calculs commerciaux et méthodes de reporting
Prospecter, présenter et négocier une solution technique	Prospection et nouveaux partenaires Négociation et gestion des situations difficiles (reformulation, objections...) Formalisation du plan d'actions commerciales Analyse et prévisions des ventes
Spécialité Marketing Sportif	Principes de la vente d'une offre de marketing sportif et son pilotage Droit et fiscalité du sponsoring et du mécénat sportif Les bases de l'événementiel sportif Connaissance de son environnement – Animation d'un réseau de partenaires Témoignages - Sensibilisation au Sport Santé
Gestion associative	Principes fondamentaux de la loi de 1901 Evolution du monde associatif et ses relations avec les pouvoirs publics Spécificité des ressources humaines associatives Organisation et gouvernance d'une association
Compétences transverses	Technique de Recherche d'Entreprise (CV, organisation de la recherche, activation du réseau) Ecrits professionnels Outils et usages numériques et bureautique (Word, Excel, Power point) appliqués à une activité commerciale, à la création d'un catalogue produit et à une recherche d'emploi Dynamique de groupe et communication interpersonnelle Analyse de la pratique professionnelle PSC1