

2 - Concevoir et valoriser vos événements

Marketing et Communication

Partenariat et sponsoring, comment assurer la pérennité ?

Le partenaire ou le sponsor ne sont pas des clients comme les autres, comment les appréhender, comment les convaincre, comment les fidéliser.

OBJECTIFS

Comment concevoir une offre de sponsoring ou de partenariat efficace et pérenne.

PROGRAMME

Introduction : définitions et cadre de la formation

Définir son offre : en partant de zéro ou en partant d'un acquis

- Cas pratique : travail collectif sur un cas suggéré par un participant

Les éléments clés d'un échange et la valorisation des échanges

- Cas pratique : chaque participant travaillera sur son propre cas, avec une mise en commun en guise de conclusion

Réussir sa négociation : les clés d'un bon entretien commercial

- Jeu de rôle : un commercial présente son offre de partenariat à un potentiel partenaire

Le contrat de partenariat : les éléments incontournables du contrat, comment le rédiger, comment trouver les bons compromis avec le partenaire

- Exemples de bons et de mauvais contrats

Le suivi et la mise en place : la clé de la pérennité

- Analyse des cas suggérés par les participants, mise en avant des partenariats réussis, et de ceux à améliorer

Savoir-être : souplesse et créativité, mise en pratique

- Jeux de rôle : un sponsor exigeant face à un organisateur

CODE MKT05

Public

Dirigeants, responsables marketing et/ou communication, responsables des partenariats et/ou du sponsoring, toute personne amenée à concevoir et vendre des offres de sponsoring et de partenariats. Profils : Organisateur d'événements, sites, prestataires.

Démarche pédagogique

Alternance de théorie et de cas pratiques pour chaque chapitre.

Un questionnaire sera envoyé en amont pour mieux comprendre les attentes des participants.

Durée

14 heures (2 jours)

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1800,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

La Formatrice : Dorothee GRICOURT

Dorothee Gricourt, fondatrice de Next Step Consulting - cabinet de conseil en événementiel - a plus de 20 ans d'expérience en marketing et communication multi secteurs, dont 12 ans d'expérience en tant que directrice marketing et communication sur des salons de grande envergure à dimension internationale (Equip'Hôtel, SIAL Group – Paris, Pékin, Abu Dhabi, Montréal, Toronto, Sao Paulo, Jakarta, Manille). Ses clients sont entre autres les grands organisateurs d'événements à Paris et à Montpellier. Elle enseigne également à Sup de Com Montpellier.

