



Pack Formation

Marketing & Sport Business



Marketing
Sponsoring
Communication

SPÉCIAL CLUBS & ORGANISATIONS SPORTIFS

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- **Disposer de compétences générales** permettant d'**occuper des postes clés** dans des organisations sportives
- Apprivoiser les **nouvelles techniques de communication et de marketing** dans les domaines du sport

Développer une stratégie économique globale afin d'optimiser les ressources financières

POUR QUI ?

Responsable **marketing, économiques, administratives et managériales** au sein d'une structure sportive et/ou du mouvement sportif (fédérations internationales et nationales, ligues professionnelles, clubs professionnels, établissements publics, collectivités territoriales).

PROFIL ANIMATEUR/FORMATEUR

Cette formation est assurée par des enseignants (Docteurs), **experts du marketing sportif**, gestion de clubs et ou responsable d'entreprise.

CONFÉRENCE :

Personnalités qui ont marquées le sport français
Michel Hidalgo (Parrain de la formation)
Taig Khris, Jeannie Longo, Jean Marc Ferreri

DURÉE : 5 JOURS

Tarif : 2500 € HT

**Possibilité
de prise en charge
du coût de
la formation par
votre OPCA**

PROGRAMME DE FORMATION

- La compétitivité des clubs passe-t-elle par un **développement économique** ?
- Quelle est la relation entre le **pôle marketing et le pôle sportif** au sein d'un club ?
- La **nécessité d'une approche marketing** ?
- Trouver et optimiser les **ressources financières**

Partant du postulat de base que la compétitivité sportive est liée au budget du club (et inversement), plusieurs éléments de réponse seront développés et travaillés durant la formation :

1. Dans cette période de grande concurrence et de compétition entre sports professionnels, **le développement général d'un club** passera d'abord par son **développement économique**.
2. **Augmenter son budget**, permet d'augmenter les moyens du centre de formation, ainsi que de développer la capacité d'investissement (équipements, joueurs, techniciens...)
3. Mise en place d'**une stratégie de développement pérenne**
4. Les clubs doivent adopter une véritable **démarche d'entreprise**. Valorisation des facteurs clés de succès est un objectif majeur des clubs



Conférences
animées par des
personnalités
sportives
de haut niveau

professionnels, conséquence inévitable de la professionnalisation du domaine sportif.

5. Les clubs doivent se doter d'une **structure professionnelle de gestion économique et marketing**, véritable outil de gestion réactif et dynamique, afin de pouvoir continuer à viser la performance sportive.

6. **L'optimisation des ressources financières** actuelles, et la création d'autres ressources passent par la mise en place d'une politique marketing permettant de toucher le consommateur et le client qualitativement et quantitativement.

7. Avec le bouleversement des modes de **consommations et de communication**, les moyens d'actions des clubs sont nombreux : digital, exploitation de la marque, système de **relations publiques efficace**, « hospitality », politique **billetterie**, politique **média**, politique partenaire, ...

8. **Maitriser et appréhender l'environnement** est devenu indispensable au développement d'un club, sur le plan économique et sportif.

9. Le développement économique d'un club augmentera sa compétitivité sportive, mais aussi ses volontés de croissance sur le plan de la formation et du nombre de licenciés.



D'une façon générale, la formation consistera, après étude de la situation, à parcourir et identifier les domaines de création et d'optimisation des ressources financières.

MARKETING SOLUTION

