

PIKANGO.fr

**L'école des pros
du marketing sportif**

**COMMENT OBTENIR ENTRE 5000 ET
40000€ DE NOUVEAUX
PARTENAIRES/SAISON POUR VOTRE
ASSOCIATION, TOUT EN VOUS
DEMARQUANT DE LA CONCURRENCE ?**

- **SANS AVOIR A SUIVRE UNE FORMATION EN LIGNE SANS ACCOMPAGNEMENT**
- **SANS VOUS PRENDRE DU TEMPS DONT VOUS NE DISPOSEZ PAS**
- **SANS NE VOUS REPOSER QUE SUR DES BÉNÉVOLES**

A hand in a suit sleeve is shown from the bottom right, holding a group of stylized human icons in the background. The icons are arranged in a loose, circular pattern. The entire image has a red tint.

**QUELLE EST VOTRE STRATÉGIE POUR
OBTENIR PLUS DE PARTENAIRES ?**



**EST-CE QUE CETTE STRATÉGIE EST
EFFICACE ?**





+ 6000€



+ 60 000€



+ 15 000€



+120 000€



+20 000€



+ 12 500€



+ 7 500€



+70 000€



+100 000€



+ 13250€



+ 14 500€



+6 000€



+22 000€



LEUR POINT COMMUN...

- ce sont des clubs amateurs avec des petits niveaux sportifs
- ils souhaitent faire avancer leur structure
- pas de renommée ni de notoriété (ils ne sont pas tous connus)
- ils font confiance à leur alternant



LE MARCHÉ A ÉVOLUÉ

- Le sport est le domaine le plus soutenu par les entreprises via mécénat (40%)
- Baisse des subventions publiques (selon 66% des associations)
- Le mécénat sportif comme renforcement de l'engagement « sociétal / local » plutôt que purement commercial



MÉTHODE BOOSTER

PHASE 1 :
STRUCTURER & PROFESSIONNALISER
LE CLUB

ÉTAPE 1 : VALIDER LA FEUILLE DE ROUTE

- ➔ **Ressources spécifiques** = qu'est-ce que vous apportez ? les bénéfices
Ou est votre zone d'excellence ?
- ➔ Quel **avant / après** vous pouvez créer (transformation - résultats) ?
- ➔ **Cible** : Quelles entreprises ? L'économie locale ? Le positionnement par rapport aux autres clubs ?
- ➔ **Offres** : 3 offres, offre basse (accessible à tous), moyenne (celle que vous vendrez le plus), haute (rareté)

10 INGRÉDIENTS POUR REUSSIR:

<p>1</p> <p>SELECTION ET INTEGRATION DE L'APPRENANT</p>	<p>2</p> <p>DIAGNOSTIC EXPRESS DU CLUB</p>	<p>3</p> <p>CRÉATION OU REFONTE DE LA PLAQUETTE COMMERCIALE</p>	<p>4</p> <p>CONSTRUCTION DE LA STRATÉGIE DE PROSPECTION</p>	<p>5</p> <p>CRÉATION DE LA STRATÉGIE ÉVÉNEMENTIELLE</p>
<p>6</p> <p>FORMATION INTENSIVE : TECHNIQUES DE VENTE & MISES EN SITUATION</p>	<p>7</p> <p>MISE EN APPLICATION SUR LE TERRAIN DANS LE CLUB</p>	<p>8</p> <p>DÉBRIEFING HEBDOMADAIRE EN FORMATION</p>	<p>9</p> <p>POINTS PÉDAGOGIQUES OFFICIELS (3 MOIS, 7 MOIS, 10 MOIS)</p>	<p>10</p> <p>SUIVI RAPPROCHÉ & PILOTAGE EN TEMPS RÉEL</p>

LES ERREURS À ÉVITER



- Penser qu'« il suffit de contacter des entreprises »
- Ne pas connaître sa propre valeur
- Croire qu'un alternant peut « tout faire tout seul »
- Ne pas avoir de stratégie claire (packs, offres, prix)
- Oublier l'aspect relationnel
- Ne pas fidéliser les partenaires existants
- Ne pas mesurer ni communiquer les résultats (absence de reporting)
- Ne pas laisser FAIRE l'apprenant

ETAPE 2 : DEFINIR UN FONCTIONNEMENT DE TRAVAIL

OBJECTIFS



- Donner un cadre qui permet à tout le monde de savoir son rôle
- Atteindre les objectifs de façon sereine avec des reporting réguliers
- Instaurer un climat de confiance qui implique le jeune et lui donne envie de se surpasser

ETAPE 3 : ÉTABLIR UN RETROPLANNING DE LA SAISON

- **Quand ?** Programmer des actions, thématiques de match, soirée partenaires
- **Combien ?** Quels objectifs nous nous fixons ?

**PHASE 2 : LANCER LA MACHINE
COMMERCIALE DU CLUB**

ETAPE 1 : VALIDER LA PLAQUETTE COMMERCIALE



Avantages



Hospitalité



Visibilité

ETAPE 3 : PROPOSER UN EVENEMENT PARTENAIRES



LES ERREURS À ÉVITER



- “C’est pas le bon moment que je le ferai plus tard”
- “Se dire qu’on n’a pas le temps”
- “c’est trop dur à mettre en place”

PHASE 3 :
SUIVI, PILOTAGE & MONTÉE EN
PUISSANCE

EMPLOYEUR



TUTEUR

**ON NE REUSSIT PAS SI ON NE LAISSE
PAS FAIRE**

**ON ACCOMPAGNE, ON ORIENTE, ON
SUIT, ON ENCOURAGE L'APPRENANT**



LES ERREURS À ÉVITER



- Laisser l'apprenant en complète autonomie
- Lui mettre la pression sur du résultat immédiat
- Ne pas répondre à ses demandes

CONCLUSION

Un alternant, dans une structure qui sait où elle veut aller et avec une formation concrète, permet de rapporter entre 5000 et 40000€ par saison.





A retenir :

- **Une formation prise en charge par les OPCO qui vous permet de bénéficier d'une personne à plein temps (ou presque) pour développer les recettes de votre association**
- **Un accompagnement unique sur mesure pour atteindre vos objectifs**

PIKANGO.fr

L'école des pros
du marketing sportif



Prenez rendez-vous
pour votre diagnostic
offert !