

Parrainage, sponsoring, mécénat : mode d'emploi

-Référence: **COM-33**

-Durée: **2 Jours (14 Heures)**

Les objectifs de la formation

- Concevoir et piloter un projet de mécénat ou de parrainage/sponsoring.
- Trouver le parrain ou le parrainé idéal et intégrer son projet dans la stratégie de l'entreprise ou de la structure.
- Promouvoir son projet de mécénat ou de parrainage/sponsoring en interne et en externe.
- Évaluer les retombées de son projet

A qui s'adresse cette formation ?

POUR QUI :

- Responsable communication. Chargé de communication. Chef de projet parrainage ou mécénat d'une entreprise, d'une fondation ou d'une association.

PRÉREQUIS :

- Aucun.

Programme

- **Identifier les caractéristiques du mécénat et du parrainage/sponsoring**
 - Le programme de la formation Développer tout Réduire tout Enjeux, acteurs et territoires du mécénat et du parrainage/sponsoring.
 - Les facteurs clés du succès et les pièges à éviter.
 - Le cadre juridique et la loi d'août 00.
 - Mise en situation Ateliers pratiques pour s'approprier les différents outils apportés par l'expert animateur.
- **Monter un projet de mécénat ou de parrainage/sponsoring**
 - Les questions clés pour trouver un parrain/parrainé.
 - Définir une stratégie de mécénat : fondations d'entreprise, fonds de dotation, micro dons...
 - Le financement participatif ou crowdfunding.
 - Le fundraising.
 - Les points clés d'une convention.
 - Le recours à un prestataire ou à une agence de communication.

- Mise en situation Exercices en sous-groupes et construction de tableaux de bord.
- **Promouvoir un événement**
 - Les relations presse : connaître leur mode de fonctionnement et identifier les outils (communiqué de presse, dossier de presse, conférence de presse...).
 - Les réseaux sociaux et les influenceurs : éléments amplificateurs de l'opération.
 - Les collaborateurs, alliés primordiaux pour la réussite d'un projet.
 - Mise en situation Préparation du plan de communication à l'aide des grilles proposées.
- **Évaluer la réussite d'une opération et ses retombées**
 - Les indicateurs de mesure en fonction des cibles et objectifs.
 - Les retombées presse.
 - Les outils de mesure internes et externes.
 - Mise en situation Évaluer les retombées de ses actions à partir d'une étude de cas.



(+212) 5 22 27 99 01



(+212) 6 60 10 42 56



Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7ème étage N° 30
Casablanca 20340, Maroc