

# FORMATION : APPROCHE STRATEGIQUE ET POSITIONNEMENT MARKETING



## PUBLIC

Cette formation s'adresse à de jeunes créateurs d'entreprises culturelles.

## PRÉ-REQUIS

Professionnels du secteur culturel

## INTERVENANT

**Pierre VALENTINI**

Formateur web et digital, Directeur de projet design et digital au sein de l'agence Comptoir Graphique, titulaire d'un Master 1 Design de l'Ecole Supérieure du Design Axe Sud, Marseille.

## ÉVALUATION DE LA FORMATION

La formation sera suivie d'une évaluation sous forme d'un questionnaire rempli par les participants portant sur le déroulement de l'action afin de mesurer la satisfaction globale sur l'organisation, les qualités pédagogiques du formateur, les méthodes et les supports utilisés.

## SANCTION DE LA FORMATION

La formation sera sanctionnée par la remise d'une attestation individuelle de formation, mentionnant les objectifs, la nature et la durée de la formation.

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Permettre aux porteurs de projets du secteur culturel de découvrir et s'imprégner du processus marketing afin de les adapter à leur stratégie de communication et plus particulièrement à l'entreprise du secteur culturel. Cette journée de formation vous dévoilera l'ensemble des méthodes permettant de positionner sur le marché votre produit ou service avec une approche stratégique et marketing.

A travers une vision stratégique premièrement :

Les éléments fondamentaux du marketing pour définir ou redéfinir parfaitement ses produit et/ou services, puis une démarche plus opérationnelle avec l'analyse d'études de cas et la mise en application de méthodes.

- Analyse de son persona afin de s'adresser parfaitement à sa cible ;
- Construire son message et contextualiser ; avec une approche design thinking ;
- Planifier des tâches et des actions ;
- Identifier les outils d'aide et d'organisation.

**A l'issue de la formation, les participants seront en capacité de :**

- Définir ou redéfinir leur offre et/ou de leur service ;
- Mettre en place un plan d'action pour gérer leur visibilité et leur réputation ;
- Connaître et comprendre le vocabulaire métier ;
- Identifier et mettre en œuvre une méthode ou un process Marketing.

## MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

**Approche pédagogique :**

- Participative ;
- Prenant appui sur les projets réels des stagiaires.

**Méthodologie :**

- Alternance des connaissances méthodologiques et des exercices en binôme a n de permettre aux apprenants d'échanger entre eux, et de vérifier l'acquis des stagiaires par le transfert des savoirs, et l'entraide.

**Techniques d'animation :**

- Apports théoriques ;
- Exercices en binôme ;
- Etudes de cas concrets.



■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE  
Certification Qualité délivrée au titre  
de la catégorie actions de formation

Mise à jour en octobre 2021

AMI - Aide aux Musiques Innovatrices

Friche La Belle de Mai - 41 rue Jobin - 13003 Marseille

SIRET : 378 792 592 00032 - Déclaration d'activité n° 93 13 16157 13



- 1 jour  
- 7 heures  
- De 9h30 à 17h30 avec 1 heure de pause déjeuner



Nous contacter  
Formation éligible aux fonds des OPCCO



Plateforme Dynamo / AMI  
41 rue Jobin  
Friche la Belle de Mai  
13003 Marseille



Délai d'accès : en fonction de votre financement, de 1 mois à 15 jours avant le début de la formation



L'ensemble de nos locaux est accessible aux personnes à mobilité réduite.

Pour les autres types de handicap (sensoriel, psychique, déficience intellectuelle ou cognitive) un entretien préalable avec notre référent handicap sera réalisé afin de vérifier l'adéquation entre le handicap et le projet de formation.



dynamo@amicentre.biz  
ar@amicentre.biz

## CONTENU DE LA FORMATION

### I. Approche stratégique : Marketing de l'entreprise culturelle

- Introduction globale de l'approche marketing :
- Définition ou redéfinition de son offre et/ou de son service ;
- Méthodologie et process permettant d'adapter son offre à sa cible ;
- La gestion de la visibilité et de la réputation.

### II. Approche Opérationnelle : Comment bien s'adresser à sa cible

- Présentation et application de la méthode des persona.
- Définir parfaitement sa cible, dresser le profil et la carte d'identité de son persona.

### III. Approche Opérationnelle : Comment construire son message

- Les étapes clés en marketing (Brief, Benchmark, Brainstorming) :
- Identifier les leviers d'opportunité.
- Penser et agir avec une vision disruptive.
- S'ouvrir vers de nouveaux marchés.

### IV. Approche Design Thinking : « Tout est possible »

Une démarche visant à éviter l'autocensure et la peur du ridicule, et permettant ainsi de se retrouver dans une démarche de conception créative, ou toutes les idées peuvent être abordées sans contraintes, ni freins. Cette étape initiatique, nous emmène évidemment vers un dialogue plus concret, autour d'un brainstorming revisité.

- Axe Design Thinking : Posture méthodologique
- Comment stimuler l'innovation ?
- Créateur d'idées : Adopter une posture du « tout est possible », vierge de toutes contraintes.
- Donner vie à sa stratégie : Étude et faisabilité du projet.

Ouverture : Les leviers du digital marketing