



SYLLABUS

Créer son dossier de
sponsoring





- **Année académique** : 2021
- **Professeur** : David MIGNOT
- **Programme** : Formation
- **Cours** : Créer son dossier de sponsoring
- **Thématique** : Marketing du sport
- **Lieu** : à définir (online ou présentiel)



1. L'INTERVENANT

MIGNOT David

david@iphitos.fr

Biographie

Après un cursus pour devenir professeur d'EPS, j'ai suivi le Master en marketing sportif international de l'ESSEC.

J'ai part ailleurs publiée une thèse : comment la France doit-elle se positionner et s'organiser pour accueillir les grands événements sportifs internationaux ?

J'ai ensuite travaillé pendant plus de 15 ans au sein de plusieurs agences de marketing sportif comme Directeur Conseils auprès de marques comme SFR, GMF, TOTAL, candidature Olympique Grenoble 2018, ... coordonné et organisé pendant 8 ans les Rando-Raid SFR.

J'ai ensuite fondé l'agence "Iphitos" (sports marketing agency) en 2011 avec comme objectif de conseiller les marques et produire mes propres événements. Quelques clients : Ranstad, GMF, La Poste, Essity, AFM Téléthon, Relais et Châteaux, Stade Français Rugby, Lagardère Active, Ice Watch et produit l'événement : Color Me Rad. David Mignot est professeur à la Sports Management School depuis 2012 et Directeur Académique depuis 2018.

2. Présentation de la thématique

2.1. Description de la thématique

A l'heure où la question de la responsabilité sociétale de l'entreprise devient cruciale, les actions de sponsoring sont devenues des leviers de communication fédérateurs. Construire des partenariats porteurs de sens constitue un vrai levier de communication pour renforcer la visibilité de vos produits et développer votre marque.

Quelles sont les clés d'une action de sponsoring réussie ? comment mettre en place des partenariats sur la durée en accord avec les valeurs de sa marque ? quels sont les écueils à éviter pour optimiser le ROI de ses actions de sponsoring ?

2.2. Opportunités de carrières

Commercial dans un club pour la recherche de partenaires

Chef de projet en agence ou chez l'annonceur pour l'organisation d'événement

3. Compétences

Conceptualiser un produit

Benchmark de la concurrence sur les produits

Synthétiser l'événement

Rédactionnel et prise de parole

4. Présentation de la thématique

4.1. Partie 1

Connaitre son environnement

4.2. Partie 2

Préparer son positionnement

4.3. Partie 3

Construire son offre

4.4. Partie 4

Prospecter

5. Activités de formation

Cas pratique en lien avec la fonction du candidat au sein de sa structure professionnelle (fédération, clubs ...)

6. Évaluation

Descriptif : Présentation du dossier de sponsoring déjà réalisé pour conseils et mise à jour

7. Bibliographie

- Gestion de projet – 2ème édition – Robert Buttrick chez Village Mondial
- Néo-marketing du sport - Regard croisé entre Europe et Amérique du Nord - Michel Desbordes & André Richelieu chez De Boeck