



Projet financé par l'UNION EUROPÉENNE

EBSOMED
ENHANCING BUSINESS SUPPORT ORGANISATIONS



FORMATION CERTIFIANTE

8 jours de formation (56h)
& 4 jours de visites d'étude

Dans le cadre des Académies de Formation des Organisations de Soutien aux Entreprises :

MASTER CLASSES DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE

C2. Marketing territorial : structurer et promouvoir un écosystème attractif

Objectifs

Savoir concevoir et mettre en œuvre une stratégie de marketing territorial

Compétences visées

- Analyser les atouts et besoins d'un territoire pour construire une stratégie
- Construire une gouvernance qui sert la stratégie et légitime l'identité territoriale
- Marketer l'innovation du territoire et créer de la valeur avec les IDE
- Construire une stratégie territoriale de communication

Profils des participants

Cadres chargés de l'attractivité au sein des organisations de développement économique des pays de la Méditerranée.

Prérequis

- Expérience du marketing ou de la promotion des investissements
- Avoir pour projet le renforcement d'une stratégie de promotion de territoire

Dates

Modules E, F, G, H en 2019
Les 4 lieux sont en cours de définition

Horaires

9h – 17h00

Prise en charge

23 participants en 2 groupes bilingues

Participation de 1000 € pour le cofinancement. Prise en charge des frais de voyage et de séjour aux candidats éligibles à la bourse EBSO MED

La priorité sera donnée aux participants provenant des 10 pays bénéficiaires d'EBSO-MED

Intervenants

Praticiens du marketing territorial, professeurs d'universités et consultants diplômés et expérimentés

ANIMA Investment Network
Business France

Contacts

Aurélien Baudoin

Directeur Réseau & Développement
+33 496 11 67 63

aurelien.baudoin@anima.coop

Manon Spina

Assistante Administration & logistique
+33 496 11 67 60

manon.spina@anima.coop

DATE

2019

CONTENU

MODULE E. DÉFINIR UNE STRATÉGIE DE MARKETING TERRITORIAL

2019

MODULE F. GOUVERNANCE DU MARKETING TERRITORIAL

2019

MODULE G. MARKETER L'INNOVATION DU TERRITOIRE

2019

MODULE H. LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION



CERTIFICATION

INSCRIVEZ VOUS www.animaweb.org/fr/inscription-master-classes

Préinscription

Vous recevrez un email de préinscription dans les 15 jours après l'envoi de la demande, accompagné d'une convention de formation à retourner signée.

Inscription

Après la signature de la convention et paiement, votre inscription sera finalisée. Vous recevrez alors un email de confirmation d'inscription d'ANIMA, une convocation incluant les détails logistiques et les modalités de prise en charge, ainsi qu'une lettre d'invitation pour faciliter les procédures de visa lorsque nécessaire.

MASTER CLASSES DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE

C2. Marketing territorial : structurer et promouvoir un écosystème attractif

DATES @ CONTENU

2019 - 3 JOURS

Lieu à venir

MODULE E. DÉFINIR UNE STRATÉGIE DE MARKETING TERRITORIAL

- Ouverture du Cycle C2 et présentation du projet certifiant
- Critères de sélection du site de l'investisseur
- Avantages comparatifs du pays et de ses sites d'investissement
- Les outils et méthodes de diagnostic
- Fixer ses objectifs, qualifier les cibles
- Les outils du marketing territorial
- Construire une offre territoriale
- L'importance d'être très sélectif
- Mesurer sa performance

2019 - 3 JOURS

Lieu à venir

MODULE F. GOUVERNANCE DU MARKETING TERRITORIAL

- Les composantes de l'attractivité: de la promesse à la preuve
- Une identité et un marketing au service d'un projet partagé
- Ce que l'on attend d'une agence de promotion de l'investissement (API), d'une agence régionale, de l'écosystème environnant
- Piliers de la promotion des investissements : stratégie, cadre institutionnel, services
- Mandats et gouvernance de l'API, de l'agence régionale
- Définir une organisation claire avec les parties prenantes et les partenaires
- Présentation des sujets de projets certifiant des participants

2019 - 3 JOURS

Lieu à venir

MODULE G. MARKETER L'INNOVATION DU TERRITOIRE

- Pourquoi l'innovation ?
- Présentation des composantes d'un écosystème innovation
- Maturité de l'innovation dans la région MENA
- Attirer des IDE qui transfèrent de la valeur
- Marketing de l'innovation et des projets innovants
- Intégrer l'IDE dans une relation gagnante avec le tissu de start-up et de PME innovante

2019 - 3 JOURS

Lieu à venir

MODULE H. LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- Identité, marque et territoire
- Construction de l'image et déploiement d'une campagne
- Perception vs. réalité : image véhiculée par les médias et les professionnels
- Marketing digital: social marketing et data management
- Gestion de crise (comment donner une bonne image dans un environnement perturbé)
- Audition des projets certifiant et clôture du séminaire

CERTIFICATION

L'élaboration d'un projet par les participants au cours de l'ensemble du cycle C2 donnera lieu à une certification.

Le projet concernera l'élaboration d'une stratégie, d'un service/ outil ou d'une innovation organisationnelle au service de l'organisation employeur du participant.

Méthodes pédagogiques

Alternance théorique et pratique, et travaux individuels et collectifs afin de favoriser l'acquisition des connaissances. Les modules seront séquencés par des études de cas, témoignages, échanges, travaux en groupe, exposés, débats, visites d'études.

Suivi et évaluation

- Une feuille d'émargement par demi-journée
- Un questionnaire d'appréciation du module afin de capitaliser sur le retour des participants en termes de programme, de méthodes pédagogiques, de visites d'études, d'organisation
- Travaux individuels et de groupe

Après la formation, chaque participant recevra :

- Les supports utilisés lors des différentes sessions
- Une liste regroupant les coordonnées des formateurs et des participants
- Une attestation de participation après chaque module, sur la base de la feuille de présence
- Un certificat de fin de cycle de formation sur la base de l'acquisition des connaissances
- L'accès au groupe Alumni

