

Marketing territorial : Améliorer l'attractivité de son territoire

🕒 1 journée / 6 heures

🎓 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Approche théorique et analyse de cas pratiques

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe, élus locaux, collaborateurs d'élus locaux

Acquis recherchés

Comprendre les enjeux du marketing territorial
Identifier et mobiliser les ressources d'un territoire pour mettre en oeuvre une politique d'attractivité territoriale

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Être en mesure de **définir une politique d'attractivité territoriale**
- Connaître les **ressources clés** et les **parties prenantes** nécessaires à l'élaboration de sa **stratégie de marketing territorial**
- Elaborer sa **stratégie de communication**

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- 🎓 **Le marketing territorial : Définition**
- 🎓 **Marketing territorial et implantation/fidélisation des entreprises sur le territoire** : Attentes des entreprises par rapport au territoire ; Approche B to B dans le cadre de la négociation du lieu d'implantation avec la collectivité locale
- 🎓 **Marketing territorial et développement commercial** : Problématique du commerce en centre-ville / centre-village, en périphérie, approche «chaland» avec son comportement spatial. ; Lien avec le géomarketing
- 🎓 **Marketing territorial et développement touristique** : Stratégie, segmentation des clientèles touristiques, fidélisation, attraction
- 🎓 **Marketing territorial et productions locales** : Approche produits des terroirs ; Alimentation de qualité ; Valorisation de l'artisanat, produits biologiques ; Nouvelles filières de distribution des produits
- 🎓 **Marketing territorial et servuctions territoriales en direction des habitants** : Amélioration de la qualité de vie, mode de transport doux, culture, loisirs
- 🎓 **Marketing territorial et communication/city branding** : Stratégie de communication des territoires ; Communication de crise : territoires subissant des risques politiques, climatiques, etc.