

## **Diagnostic des territoires**

# **MARKETING TERRITORIAL ET PROSPECTION EXOGÈNE**

Les territoires ambitionnent tous d'accueillir de nouvelles activités. Pour y parvenir, comment communiquer différemment, quelles cibles privilégier, puis quelles actions de prospection engager ?

Au sein de SODIE, la démarche de DEMETER s'inscrit dans le prolongement direct du diagnostic de territoire et, par conséquent, s'appuie sur l'offre territoriale qui aura été identifiée.

Dans un contexte où les projets d'implantation sont plus rares, où les critères de localisation évoluent vers davantage d'exigence et de services, DEMETER aide la collectivité à bien cerner les cibles retenues, à choisir les supports et vecteurs de promotion à privilégier, et à calibrer les moyens humains et financiers à mobiliser.

L'apport complémentaire d'une agence de communication peut être nécessaire pour une bonne traduction des messages souhaités. La présence au sein du groupe ALPHA de l'agence de communication publique ANATOMIE est à ce titre un outil précieux.

S'engage enfin la phase de prospection : DEMETER peut alors intervenir en direct à partir des propres réseaux de SODIE, développés depuis de longues années, mais aussi se positionner comme conseil dans les démarches des acteurs locaux et régionaux.

[> revenir à la page précédente](#)