

Gracyn Karp

Quelle est l'importance des médias sociaux en France et aux Etats-Unis et comment affectent-ils les stratégies de marketing dans le domaine du sport?

LAIB 4000, Fall 2022

Dr. Eric Touya

Après un semestre de stage à l'étranger avec l'équipe de basket de Montpellier en tant que stagiaire, j'ai beaucoup appris sur les réseaux sociaux et les différentes tactiques utilisées pour promouvoir une entreprise. Je faisais partie d'une équipe qui gérait les médias sociaux pour l'équipe de basket qui travaillait avec l'équipe interne et les influences externes de l'équipe. J'ai appris beaucoup de choses sur les médias sociaux, le marketing sportif et les affaires en général d'un point de vue international.

Le but de mon article est de comparer les médias sociaux et le marketing d'un point de vue interculturel. Cela ne se limite pas seulement à la France et aux États-Unis, mais aussi à différents pays. Nous étudierons (1) l'histoire du basket-ball en France et l'histoire des médias sociaux depuis la naissance d'Internet et comment elle s'est transformée ; (2) mon rôle et mes responsabilités pendant le stage; (3) ce que j'ai appris dans un contexte mondial et comment le marketing est différent dans chaque culture ; et (4) mes stratégies marketing que j'utiliserais si j'étais directeur du marketing pour l'équipe de basket de Montpellier. La question à laquelle j'aimerais répondre dans mon article est la suivante : quelle est l'importance des médias sociaux en France et aux États-Unis et comment affectent-ils les stratégies de marketing dans le domaine du sport?

Histoire: Basket et médias sociaux

Le basket-ball est un sport populaire pratiqué presque partout dans le monde. Bien qu'il ait été inventé aux États-Unis, de nombreux pays ont également apprécié ce sport, dont la popularité n'a cessé de croître. Au cours de son histoire, l'équipe nationale française de basket-ball a connu de nombreux hauts et bas. Les périodes où l'équipe nationale a obtenu des médailles ont été assez irrégulières. En décembre 1893, le premier match de basket européen a été joué à Paris. Les jeunes Français ont été influencés par la culture américaine pour jouer au basket. Les équipes françaises de basket-ball ont dominé la compétition européenne des années 1930 et après la Seconde Guerre mondiale. C'était une époque où la culture américaine incitait les jeunes Français à jouer au basket. Les équipes françaises étaient à la pointe de la compétition européenne dans les années 1930 et après la Seconde Guerre mondiale.

La période de gloire de la France dans l'histoire du basket-ball a commencé à la fin des années 1940 et au début des années 1950. L'équipe française de basket-ball dirigée par Robert Busnel a remporté une médaille d'argent aux Jeux olympiques de 1948 qui se sont déroulés à Londres. Il s'agit de la première médaille de l'histoire du basket-ball français. Puis, dans les années 1960 et 1970, l'histoire du basket-ball français a connu un creux. Ils n'étaient pas en mesure de participer aux grandes compétitions mondiales. Aucun match de basket n'était diffusé à la télévision avant l'arrivée des années 1970. Il y avait beaucoup de

gymnases, mais les gens ne jouaient pas dedans car ils n'avaient pas de ballons de basket.

Puis, dans les années 1980, le basket-ball a recommencé à être connu car la NBA a commencé à être diffusée à la télévision. L'équipe de France de basket-ball a pu se développer pour retrouver la popularité du jeu. La France a participé à l'Eurobasket 2003 avec des membres talentueux tels que Tony Parker, Tariq Abdul-Wahad et Jérôme Moiso.

Montpellier Paillade Basket est un club de basket-ball français, basé dans la ville de Montpellier, fondé en 1982. Quant aux médias sociaux, depuis la naissance de l'internet, ils ont changé le monde. L'adoption rapide et à grande échelle de ces technologies modifie la façon dont nous trouvons des partenaires, dont nous accédons aux informations de l'actualité et dont nous nous organisons pour exiger des changements politiques et commerciaux.

L'histoire du marketing des médias sociaux a commencé peu après que les médias sociaux aient atteint un public de masse. Le marketing a migré vers le marketing des médias sociaux à peu près au moment où Facebook a gagné en popularité en 2006. 60 % des professionnels du marketing dans le monde affirment que les données relatives à leurs clients influencent les décisions de marketing. Aujourd'hui, les médias sociaux sont un moyen non seulement de communiquer,

mais aussi de faire carrière grâce à l'analyse, la création numérique et la stratégie marketing.

Avec à la fois le sport du basket-ball et la création des médias sociaux, il y a une nouvelle création de marketing des médias sociaux. Les médias sociaux ont ouvert les portes au marketing sportif pour atteindre son plein potentiel, permettant d'offrir à tous les fans une nouvelle expérience. Les médias sociaux sont désormais le premier média à diffuser des nouvelles et à partager les plus grands moments des jeux et des événements. La popularité du marketing sportif a eu un impact sur l'économie de diverses manières. Elle a créé de nombreux emplois tout en soutenant la croissance des entreprises. Il en résulte une augmentation massive des ventes et des bénéfices, ce qui constitue le catalyseur idéal pour la croissance des entreprises.

Le marketing sportif est un aspect important des entreprises sportives internationales, car il est nécessaire à la croissance et à la survie de l'entreprise. De nombreuses équipes collaborent avec des entreprises sponsors du monde entier dans le cadre de leurs campagnes de marketing internationales. L'attrait du sport dans le monde entier est dû au fait que l'industrie du sport représente une valeur estimée à 500 milliards d'euros, qui ne cesse d'augmenter.

L'industrie du sport est l'un des secteurs commerciaux à la croissance la plus rapide au monde aujourd'hui et sa principale source de revenus provient des fans.

La croissance de 2021 à 2022 est principalement due aux entreprises qui réorganisent leurs opérations et se remettent de l'impact du COVID-19. COVID-19 a défié les sports d'une nouvelle manière, ils gagnent maintenant beaucoup plus de revenus et de ventes grâce à l'implication des fans. Le marché devrait atteindre 707,84 milliards de dollars d'ici 2026.

Montpellier Basket Mosson aujourd'hui

L'équipe de basket de Montpellier a désormais un champion international comme manager général. Originaire du Bronx, Tariq Kirksay a joué aux côtés de Tony Parker et Boris Diaw au sein de l'équipe de France. Son objectif pour l'équipe de Montpellier est de dynamiser les matchs avec des spectacles américains comprenant des danseurs, des DJ, des annonceurs et des cameramen. Son plan est d'amener l'équipe au plus haut niveau sportif possible pour éventuellement jouer dans l'Euroleague.

Tariq Kirksay a choisi Montpellier car il veut donner aux gens une image positive du basket et de la ville. Il a rencontré les dirigeants du Montpellier Basket Mosson et a su qu'il voulait transformer le basket dans la ville. Mosson est l'un des sept quartiers de Montpellier. Ce n'est pas forcément un mauvais quartier mais il n'a pas la meilleure réputation. Cependant, c'est pour cela que Tariq l'a choisi. Il veut avoir une influence positive et redorer le blason du quartier. Il a pour objectif

de hisser le basket masculin de Montpellier parmi les meilleures équipes de France et d'Europe.

Dans toute la France, le basket n'est pas un sport très populaire. Il se classe au cinquième rang des sports les plus pratiqués en France. Le football est certainement en tête des sports les plus pratiqués dans le pays, mais le basket-ball continue de gagner en popularité. Le basket, comme on l'appelle communément, se joue davantage sur les terrains publics de toute la France. C'est pourquoi beaucoup affirment que le basket-ball est si populaire et le sport d'équipe féminin le plus demandé.

De ce fait, mon rôle lors de mon stage était de faire connaître l'équipe du Montpellier Basket. Mon poste était celui de responsable des médias sociaux pour l'équipe en interne et en externe. Mes responsabilités consistaient à assister aux entraînements pour obtenir des images, à créer des graphiques à poster sur les médias sociaux et à attirer l'attention des gens pour attirer de nouveaux fans dans le stade.

Mon expérience de stage

J'ai beaucoup appris pendant mon stage. Des choses qui s'appliquent au monde des affaires et au monde réel. Travailler dans une culture différente a vraiment changé ma perspective sur les nombreuses façons dont les affaires

changent d'une entreprise à l'autre. Avant mon stage à l'étranger, j'ai fait un stage aux États-Unis. Pendant mon stage aux États-Unis, j'ai travaillé en tant que stagiaire en gestion d'entreprise. J'ai participé à différents projets avec les autres stagiaires pour mener à bien la tâche. Je faisais toutes les tâches que mon patron me demandait de faire. La journée de travail était structurée tous les jours à la même heure, quand on arrivait au travail et quand on partait pour la journée.

J'ai beaucoup appris sur la façon de travailler avec d'autres personnes et sur les différentes pratiques commerciales. Cependant, lorsque j'ai commencé mon stage en France, c'était complètement différent. Tout d'abord, le contraste international était quelque chose auquel je n'étais pas du tout préparée. De la structure de travail aux horaires, c'était tout le contraire de mon stage précédent. Pour ce stage, j'étais mon propre patron. Je devais établir mon propre horaire de travail et accomplir les tâches qui, selon moi, contribuent à la réussite du programme. C'était beaucoup plus indépendant que je ne l'aurais jamais imaginé. Les heures de réunion étaient également très différentes. Au lieu d'une heure de réunion structurée, l'équipe se réunissait à chaque fois qu'elle s'entraînait, ce qui changeait souvent.

En dehors des entraînements, je rencontrais également Tariq, mon patron, lorsqu'il était disponible. Comme c'était un homme très occupé, cela pouvait être à 8 heures du soir ou dans l'après-midi d'un dimanche. En plus de travailler avec

Tariq, j'ai beaucoup appris sur le travail avec des collègues internationaux. Le vidéaste avait lui aussi un horaire différent et les habitudes de travail avec lui étaient très différentes. Ce n'était pas très formel et c'était un environnement très amical à tout moment.

Je n'ai jamais eu l'impression que nous étions des collègues, mais plutôt des amis. Lorsque j'ai rencontré Tariq pour la première fois, il m'a dit qu'il voulait apporter un point de vue américain au basket français pour gagner en popularité. Mais il m'a aussi dit de ne pas dépasser les limites et de continuer à travailler comme avant. J'étais un peu intimidé par cela au début, car je ne voulais pas être l'Américain qui ne comprenait pas. Cependant, une fois que j'ai pris le temps de me lier d'amitié avec tout le monde et de comprendre comment ils aimaient travailler, j'ai pu terminer le travail que je devais faire.

Cela m'a vraiment appris à grandir en devant faire face et m'adapter à des perspectives et des cultures différentes, car j'ai dû remettre en question mes propres valeurs et règles qui fonctionnent normalement chez moi. Cela m'a affecté de manière positive, car j'ai changé pour le mieux. En travaillant à l'étranger, j'ai dû faire face à des situations qui m'ont obligé à sortir de ma zone de confort, comme la barrière de la langue, le choc culturel et le mal du pays. Le fait de ne pas avoir mes amis proches et ma famille m'a poussé à me ressaisir et à affronter ces défis de front.

Mon stage à l'étranger a définitivement renforcé ma résilience, car j'ai dû persévérer et refuser d'abandonner face aux défis. Constamment exposée à de nouvelles expériences et à de nouveaux défis, j'ai commencé à mieux comprendre les enjeux, à sortir des sentiers battus et à adopter des approches innovantes. Je pense que toutes ces compétences que j'ai acquises grâce à mon stage m'ont préparé au marché du travail. J'ai l'impression que je peux apporter tout ce que j'ai appris à l'étranger à n'importe quel emploi futur.

En plus des compétences que j'ai acquises sur moi-même, je pense que ce stage m'a permis d'en apprendre beaucoup sur le sujet des médias sociaux. J'ai choisi le sujet des médias sociaux pour mon article en raison de tout ce que j'ai appris sur ce sujet. J'ai appris à créer du contenu, à mettre en ligne des messages sur les médias sociaux et à dialoguer avec de nouveaux adeptes pour le compte. Ce nouvel intérêt m'a fait choisir les médias sociaux parce qu'ils sont différents d'un pays à l'autre et qu'il y a différentes stratégies. J'ai l'impression que je peux apporter tout ce que j'ai appris à l'étranger à n'importe quel emploi futur. En plus des compétences que j'ai acquises sur moi-même, je pense que ce stage m'a permis d'en apprendre beaucoup sur le sujet des médias sociaux.

J'ai choisi le sujet des médias sociaux pour mon étude en raison de tout ce que j'ai appris sur ce sujet. J'ai appris à créer du contenu, à mettre en ligne des messages sur les médias sociaux et à dialoguer avec de nouveaux adeptes pour le

compte. Ce nouvel intérêt m'a fait choisir les médias sociaux parce qu'ils sont différents d'un pays à l'autre et qu'il y a différentes stratégies. Je pense que mon expérience m'a préparé à n'importe quel emploi sur le marché du travail en raison de l'éventail complet de ce que j'ai dû faire pour travailler. Je me sens maintenant prête à aller de l'avant dans la vie pour travailler pour d'autres entreprises dans le domaine du marketing ou même pour une autre équipe sportive à l'avenir.

L'Avenir de Montpellier Basket Mosson

En ce qui concerne l'avenir de Basket Mosson, je l'imagine avoir une grande présence internationale si l'équipe continue à prospérer et à se développer. Dès la première année où Tariq a pris les rênes, l'équipe est déjà passée de la division deux à la division une et elle fait forte impression non seulement en France mais aussi dans toute l'Europe. Pour vraiment passer au niveau supérieur, je mettrais en œuvre certaines stratégies pour que l'équipe de basket devienne un produit de base mondial.

Tout d'abord, je suivrais la règle de base avant de décider de mettre en œuvre un plan d'affaires et j'examinerais les quatre P de l'entreprise. Les quatre P du marketing sont un concept marketing qui résume les quatre facteurs clés de toute stratégie marketing. Les quatre P sont : le produit, le prix, le lieu et la promotion. Le premier P, le produit, est l'équipe elle-même et la manière dont elle

peut générer des revenus. Le deuxième P, le prix, consiste à se demander combien il faut faire payer l'entrée aux matchs ainsi que les produits dérivés des joueurs et les vêtements dédiés par les joueurs. Le troisième p, le lieu, concerne la manière de développer l'entreprise en dehors de Montpellier. Le dernier p, la promotion, pour choisir des stratégies qui fonctionnent dans ces nouveaux environnements.

Après avoir analysé les quatre critères de marketing pour affiner le produit, le prix, le lieu et la promotion, je mettrais ensuite en œuvre une stratégie. En ce qui concerne l'aspect international de l'entreprise, il y a deux façons d'obtenir une présence internationale. La première est la vente indirecte et la seconde est une stratégie multidomestique. Les ventes indirectes fonctionnent comme suit : Les entreprises qui n'ont pas forcément l'infrastructure nécessaire pour développer leurs équipes de vente directe ont souvent recours à des partenaires de distribution pour faciliter leur expansion. Un programme de partenariat est un moyen rentable d'atteindre une portée mondiale.

La deuxième approche que je vais expliquer est la stratégie multidomestique. Elle consiste à expliquer que si l'activité globale est toujours supervisée et contrôlée par le siège social, les directeurs régionaux ont la possibilité de personnaliser les emballages, les incitations à la vente, les campagnes de marketing et les modèles de tarification afin de servir au mieux leur clientèle. Après avoir

analysé les quatre critères de marketing pour affiner le produit, le prix, le lieu et la promotion, je mettrais ensuite en œuvre une stratégie.

En ce qui concerne l'aspect international de l'entreprise, il y a deux façons d'obtenir une présence internationale. La première est la vente indirecte et la seconde est une stratégie multidomestique. Les ventes indirectes fonctionnent comme suit : Les entreprises qui n'ont pas forcément l'infrastructure nécessaire pour développer leurs équipes de vente directe ont souvent recours à des partenaires de distribution pour faciliter leur expansion. Un programme de partenariat est un moyen rentable d'atteindre une portée mondiale. La deuxième approche que je vais expliquer est la stratégie multidomestique. Elle consiste à expliquer que si l'activité globale est toujours supervisée et contrôlée par le siège social, les directeurs régionaux ont la possibilité de personnaliser les emballages, les incitations à la vente, les campagnes de marketing et les modèles de tarification afin de servir au mieux leur clientèle.

Cependant, la partie la plus importante de mon plan d'affaires est l'aspect médias sociaux. Comme les affaires sont différentes dans chaque pays, les médias sociaux le sont aussi. Pour que mon équipe soit vraiment mondiale, je dois prendre les mesures nécessaires pour que le monde entier sache qui elle est. Tout d'abord, je dois choisir les bons réseaux sociaux pour le pays. Dans certains pays, les réseaux sociaux locaux retiennent la majorité de l'attention des consommateurs. Je

devrai donc faire des recherches sur chaque marché étranger avant de me lancer afin de m'assurer que je cible la plus grande partie de mon public potentiel.

Ma deuxième étape consiste à découvrir ce que les gens aiment. Les gens ont tendance à utiliser les médias sociaux à des fins différentes selon les pays, il est donc utile de comprendre ce à quoi les gens de différentes cultures répondront le mieux avant le lancement. Ma troisième étape consiste à élaborer une stratégie. Je m'occuperais moi-même de la stratégie de contenu des médias sociaux afin de télécharger le contenu nécessaire pour atteindre le bon public. La quatrième étape consiste à localiser mon contenu. Je dois prendre en compte des éléments tels que la pertinence de ce contenu pour le public cible et la présence de références culturelles spécifiques.

La cinquième et dernière étape consiste à interagir. C'est la partie la plus importante de tout plan de médias sociaux, et c'est là que les responsables des médias sociaux dans le pays peuvent potentiellement faire la plus grande différence. Si je peux susciter l'intérêt de mes followers, j'ai de meilleures chances de transformer votre marque en une entité vivante et dynamique. Avec toutes ces stratégies en place, je crois que l'équipe du Montpellier Basket sera très présente sur la scène internationale. Ce sera à partir des deux étapes d'immersion de l'entreprise dans les pays et aussi avec la stratégie des médias sociaux. Avec les

mesures prises, je pense que je conduirais l'entreprise à étendre sa présence internationale pour devenir une marque de sport mondiale de premier plan.

Conclusion

Dans l'ensemble, mon stage à l'étranger m'a appris de nombreuses choses sur le monde des affaires et sur moi-même. Les compétences que j'ai acquises ont vraiment changé ma vie. En raison des nouvelles compétences que j'ai acquises, j'ai voulu en savoir plus sur les médias sociaux et sur la façon dont ils diffèrent dans chaque pays. Le plus important est de comprendre l'utilisation des médias sociaux dans chaque entreprise afin de trouver la meilleure façon d'interagir avec les clients et de développer l'entreprise. Avec le plan stratégique que j'ai élaboré, je pense que si j'en étais le responsable, l'entreprise se développerait avec une énorme présence mondiale.

La principale différence entre les médias sociaux en France et aux États-Unis est la façon dont chaque pays les utilise. C'est un peu comme la façon dont les deux pays font des affaires différemment. Aux États-Unis, les affaires sont beaucoup plus précipitées et moins informelles. Nous essayons de faire le travail le plus rapidement possible et ne nous soucions pas vraiment d'entretenir de bonnes relations avec nos collègues afin d'atteindre cet objectif. C'est également le cas

pour les médias sociaux. Nous essayons de produire du contenu aussi rapidement que possible pour rester dans la tendance actuelle.

Pour le marketing sportif, il existe des directives sur ce qu'il faut poster et sur le contenu que nous savons que le public aime. Alors qu'en France, le commerce est beaucoup plus une pratique basée sur les relations. Le maintien de bonnes relations est la partie la plus importante pour l'entreprise et pour le lieu de travail. On passe beaucoup plus de temps de qualité sur le contenu et le processus est plus lent. Les médias sociaux sont donc traités avec plus de soin et tiennent compte de ce que les utilisateurs veulent voir et savoir.

Pour cette raison, le marketing sportif est davantage un post informatif qu'un grand dépliant ou une sensibilisation à l'équipe. En France, comprendre le consommateur et connaître ses besoins va beaucoup plus loin que de simplement poster des choses sans intérêt. En raison de ces deux pays différents, le marketing sportif et les stratégies mises en place sont complètement opposés. Ces différences doivent être prises en compte lors de la conduite des affaires et pour s'assurer que celles-ci seront couronnées de succès dans les deux pays ou, en fait, dans n'importe quel pays.

Mon stage m'a appris cette leçon. L'entreprise n'est rien sans les consommateurs. Ainsi, l'équipe et les médias sociaux ne comptent que si les fans les apprécient. Je suis très reconnaissante pour mon stage à l'étranger et pour toutes

les compétences que j'ai acquises. J'espère les emmener avec moi lors de ma prochaine étape dans la vie. J'aimerais aussi voir l'équipe de Montpellier Basketball devenir une véritable équipe de basket mondiale car je sais que je serai toujours leur fan numéro un.