

3. GESTION FINANCIERE

SAVOIR DEMARCHER DES PARTENAIRES PRIVES

Public

Salariés, Dirigeants bénévoles d'association sportive.

Objectifs opérationnels

- Appréhender le monde des entreprises et ses attentes afin de développer des collaborations durables et de qualité.
- Concevoir une démarche de partenariats.
- Identifier les enjeux du partenariat pour l'association et le partenaire, cibler les entreprises, construire des outils nécessaires à la réalisation du partenariat.

Contenu de la formation

- Stratégie de recherche de partenariats privés : mise en œuvre et pratique.
 - Identification des compétences dans l'association (bénévoles, salariés) pour démarcher des partenaires.
 - Définition d'une stratégie de sponsoring/mécénat : valeurs et positionnement – Activités à valoriser – Identification des produits à proposer (packs et grille tarifaire).
 - Création des outils nécessaires à la recherche : dossier de partenariat, identification de cibles à prospecter (méthode du « réseau »), présentation des conventions types.
- Elaboration d'une démarche de prospection.
 - Appui à la valorisation du dossier : arguments, points forts.
 - Débriefing d'expériences passées.
 - Méthodologie d'animation d'un entretien avec un partenaire.
 - Les principes de fidélisation des partenaires.

Méthodes pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques et pratiques.
- Utilisation d'outils opérationnels adaptés.
- Travail d'élaboration en sous-groupe et partage de bonnes pratiques.
- Mises en situation (jeux de rôles, présentation en groupe complet ou sous-groupe).

Déroulement du stage

Le stage se déroule sur 1 journée (7 heures).

Chaque stagiaire se verra remettre un guide pédagogique avec le support de la formation, les outils utilisés, des références bibliographiques sur la thématique.