

"Comment développer et réussir un partenariat avec une entreprise ?"

Mécénat d'entreprise

Vous êtes une association et vous cherchez à collecter des fonds afin de financer vos projets, programmes et campagnes de sensibilisation. Vous sollicitez les particuliers, les grands donateurs, les institutions, les fondations mais aussi les entreprises par le biais du partenariat.

Dans ce contexte, nous vous proposons une formation personnalisée qui vous permettra d'utiliser une méthodologie pour développer votre stratégie de mécénat.

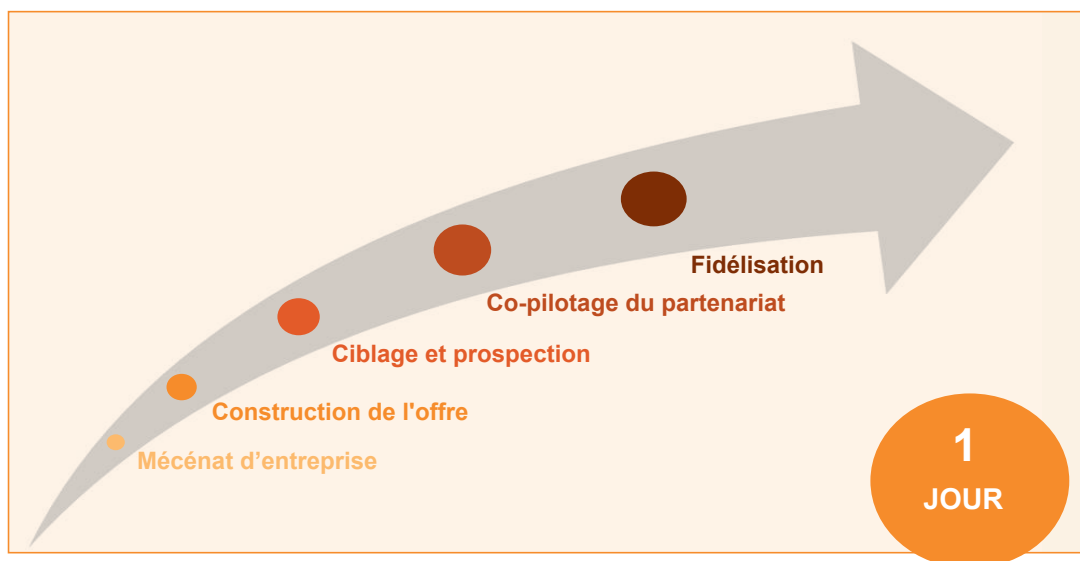
PUBLIC : Responsable du département partenariat - Chargé de partenariat ou de communication- Secrétaire Général - Président ou Fondateur de l'association - Personne en reconversion...

OBJECTIF : acquérir une méthodologie qualitative pour développer efficacement sa stratégie de mécénat.

DEMARCHE PEDAGOGIQUE :

- Apport de techniques marketing, travail individuel et interactif, réalisation de cas pratiques concrets et adaptés à votre problématique.
- Ouverture sur la culture de l'entreprise et de son fonctionnement.

Programme de formation : 5 thématiques



-Intervenante-



Consultante indépendante - Fondatrice de Mécélink

15 ans d'expertise en marketing et communication en entreprise.

Culture et connaissance de l'univers associatif à travers la conduite de projets.

Savoir-Faire du développement de mécénat d'entreprise.

Marie-Caroline Blayn - 06 13 51 42 55 - mcblayn@mecelink.com

PROGRAMME : 5 thématiques

I- Le mécénat d'entreprise

Acquérir les notions clés et grandes tendances du mécénat d'entreprise pour permettre d'appréhender le partenariat dans sa globalité

- **La définition, l'état des lieux du mécénat** : chiffres, tendances, cadre légal, domaines d'intervention
- **Les différents types de partenariat** : mécénat financier, en nature, mécénat de compétences...
- **Les enjeux du partenariat pour les entreprises et les fondations**

II- Répondre à ses besoins et construire son offre

Construire l'offre adressée aux futurs partenaires en fonction de ses besoins

- **L'identité de l'association** : histoire, positionnement, stratégie, besoins
- **L'offre** : rédaction du dossier du mécénat, adaptation de l'offre

CAS PRATIQUE phase 1 : construire une offre concrète

III- Cibler les futurs partenaires et les prospecter

Définir une méthode qualitative pour organiser sa recherche de mécène et mettre en œuvre son plan d'actions

- **Le ciblage** : définition des critères de sélection pertinents, construction du listing de prospects, exploitation des richesses existantes
- **Les outils utiles au plan d'actions** : création de l'argumentaire, préparation des outils de communication, détermination du calendrier, suivi du fichier prospect

CAS PRATIQUE phase 2 : cibler un mécène en cohérence avec l'offre

IV- Adapter son offre initiale et piloter le partenariat

Etre en accord avec le futur partenaire et construire un projet en commun

- **Les objectifs des partenaires** : définition des motivations de l'entreprise, présentation des besoins réels de votre association
- **L'accord des deux parties** : validation des modalités de l'engagement et élaboration de la convention
- **Le partenariat** : démarrage et suivi du programme de l'association, validation de la feuille de route avec le partenaire et coordination des actions, lancement de la communication croisée

V- Fidéliser un partenaire

Créer une relation pérenne avec votre partenaire

- **Le nouveau partenaire** : construction d'une relation de suivi basée sur la transparence et le respect des contreparties
- **Le partenaire inactif** : analyse de la collaboration, plan d'actions de redynamisation

FORMATION en intra* sur rendez-vous

DUREE : 1 jour soit 7 heures

éligible
à la formation
professionnelle

*dans vos locaux