

Programme de formation

Négocier avec des partenaires privés

Objectifs :

Parler la langue des entreprises industrielles et commerciales n'est pas naturel pour un acteur culturel... Que dire sur le projet ? Et comment le dire ? Cette formation est centrée sur la présentation du projet de partenariat. Elle permet de structurer ses arguments pour emporter l'adhésion et ne pas être pris au dépourvu par les questions de son interlocuteur. Elle travaille la relation entre le porteur de projet et le mécène potentiel sous toutes ses formes, écrite comme orale.

A l'issue de cette formation les participants seront en mesure de :

- définir une proposition de partenariat compréhensible par l'entreprise
- construire le canevas d'une rencontre avec un partenaire potentiel
- argumenter en situation de rendez-vous
- convaincre les partenaires
- savoir fidéliser les partenaires

A l'issue de cette formation, la structure ou le service trouvera les mots justes pour intéresser et convaincre ses partenaires potentiels.

Publics et prérequis :

Cette formation s'adresse aux personnes responsables du management et de la communication d'un projet culturel, qu'elles occupent des fonctions d'administration, de communication ou de relations publiques. Elle est ouverte à des participants issus du monde du spectacle vivant, de l'univers muséal et patrimonial, du champ des arts plastiques. Sont également ciblées, les personnes travaillant sur une création, reprise ou pérennisation d'entreprise. Cette formation est destinée à des personnes qui ont déjà déjà une bonne expérience dans le mécénat ou qui ont suivi les autres formations de l'AGECIF sur le mécénat, le sponsoring ou le partenariat privé.

Méthodes pédagogiques et moyens techniques :

Cette formation est structurée autour d'exercices pratiques et de jeux de rôles. Elle présente de nombreux exemples tirés de l'expérience de l'intervenant et réserve une large place au dialogue sur les projets des participants.

Durée :

7 heures.

Programme :

Au cours de cette formation seront notamment abordées les thématiques suivantes :

Appréhender les discours de mécénat des entreprises
comprendre la notion de partenariat du point de vue de l'entreprise

identifier les motivations des entreprises pour bâtir des partenariats

Construire une proposition audible par l'entreprise
créer des liens entre le projet et l'activité de l'entreprise
articuler le partenariat avec les valeurs portées par l'entreprise

Savoir convaincre et être inventif
proposer un partenariat transversal
varier les types de soutiens recherchés
imaginer des contreparties originales
multiplier les opportunités de rencontres sur le projet

Définir les limites d'un partenariat
poser les limites du point de vue de l'acteur culturel
argumenter les refus
ouvrir des perspectives

Construire une relation active
fidéliser les partenaires
établir un programme de reconnaissance
évaluer l'action de partenariat

Validation des acquis et évaluation :

La méthode pédagogique est centrée sur des allers et retours entre contenus théoriques et questionnements en rapport avec la situation professionnelle des stagiaires. En conséquence, la validation par le formateur des acquis de la formation, de la compréhension des questions abordées et de l'évolution des compétences se fait tout au long de l'action par un système de questions/réponses, d'exercices, de questionnaires et d'échanges entre les participants et lui-même. Une attestation de suivi de formation est remise à chaque participant à l'issue du module. Elle précise les dates de réalisation et le volume horaire suivi.

Documentation :

La documentation remise lors de cette formation intègre de nombreux témoignages et documents illustrant les critères d'intervention des entreprises dans le mécénat. Elle est complétée par un dossier type de partenariat à présenter aux entreprises.