

N°8

FICHE PRATIQUE

Pôle Développement et transformation des modèles économiques

PRÉPARER SON RENDEZ-VOUS AVEC UN POTENTIEL FINANCEUR

Vous avez réussi à décrocher un premier rendez-vous avec un potentiel financeur ? Bravo !
Voici maintenant **quelques conseils pour bien préparer votre échange en amont, et maximiser vos chances de réussite**. Bonne lecture !

RÉFLEXE N°1 : SE RENSEIGNER SUR LA PERSONNE ET LA STRUCTURE

Il faut toujours préparer son rendez-vous au maximum : cela vous donnera confiance et montrera votre professionnalisme.

Concernant la personne : vérifiez son poste, son profil LinkedIn, vos éventuelles connaissances communes, son ancienneté dans la structure, et essayez d'évaluer son pouvoir de décision (place dans l'organigramme par exemple).

Il est essentiel **d'essayer de se mettre à la place de la personne que l'on va rencontrer** : qui est-elle ? Quels sont ses enjeux ? Pourquoi accepte-t-elle de nous recevoir ?

Concernant la structure (par le biais du site internet, du rapport d'activité, des différents réseaux sociaux, des actualités) : histoire de l'entreprise et dirigeant actuel ; taille de l'entreprise ; secteur d'activité ; chiffres d'affaires et budget annuel ; localisation ; partenaires et principaux interlocuteurs ; principaux enjeux ; cibles / clients ; structuration et processus de décision ; dernières actualités ; soutient-elle déjà des associations ? ; a-t-elle une fondation ou un fonds de dotation ? ; quelle est sa politique mécénat / RSE ? ; valeurs affichées.

Ces informations vous permettront de **cerner les priorités du financeur, afin de déterminer votre axe d'approche**. Un discours s'adapte et s'angle différemment en fonction de la personne à laquelle on s'adresse !

D'autre part, cela vous permettra **d'évaluer au préalable les moyens financiers et humains du partenaire**.
Par exemple : une entreprise en difficulté financière, affrontant éventuellement des licenciements en cours, sera plus à même d'être intéressée par du mécénat de compétences que par du mécénat financier !

PRÉPARER SON PITCH ET SON ARGUMENTAIRE

Ce qui doit guider la préparation de votre argumentaire : **il vous faut comprendre quel intérêt l'entreprise aura à vous soutenir.**

Quelles sont les attentes d'une entreprise ? :

- **La déduction fiscale** : ce ne sera jamais votre seul argument, mais il reste important de vérifier que votre interlocuteur a connaissance de cet élément !
- **L'image qu'elle dégage** : à la fois envers le grand public, les consommateurs, mais aussi envers ses propres salariés. L'image qu'elle renvoie aux pouvoirs publics, décideurs et cercles d'influence locaux est également très importante.
- **Des enjeux internes** : la création de valeur vis-à-vis des salariés. Donner du sens à des actions permet de générer moins de turn-over, de capter les jeunes talents, d'améliorer sa politique RH... Notamment avec le mécénat de compétences, qui peut être un levier très important de motivation et de fidélisation des salariés. Cela rentre dans une dynamique de RSE au sens large.
- **Renforcer son ancrage territorial** : une entreprise a beaucoup d'enjeux à rencontrer des élus, le maire de la collectivité locale, assister à des événements, rencontrer des prestataires, et se montrer comme un acteur incontournable du territoire. On rentre ici dans la pure notion de partenariat : les entreprises aussi ont besoin des associations locales, cela ne va pas que dans un sens ! La création de réseau en local, et se montrer sous un autre jour que celui d'un pur acteur économique est un enjeu pour beaucoup de structures.
- **Le soutien à des causes auxquelles elles croient**, parfois en lien avec des raisons très personnelles des dirigeants. Beaucoup d'entreprises ont aussi le souhait de valoriser leur rôle citoyen dans la société, et la participation à une œuvre d'intérêt général.

Ainsi, il faut toujours se mettre à la place de l'autre lorsque l'on cherche à construire un partenariat.

Lors de la présentation de votre structure et de votre projet : **donnez des chiffres clef, soyez concis et concret.** Les entreprises seront plutôt friandes **de soutenir un projet précis, plutôt que le fonctionnement général de l'association.** Elles pourront communiquer plus aisément sur un projet, et verront moins d'impact à financer des frais de fonctionnement liés au siège par exemple.

Soyez également clairs sur vos besoins : présentez le budget global du projet, le montant qu'il vous manque et pour quel objectif. Plus vous valorisez l'utilité concrète de la participation (financière ou non) et de l'impact que la contribution du partenaire aura, plus vous aurez de chance de l'embarquer !

Toutefois : **évitez de sous-entendre que le projet ne se fera pas sans lui**, car cela lui ferait suspecter une fragilité économique de votre projet et/ou de votre association. Cela rassure un financeur de savoir qu'il n'est pas le seul à croire en votre projet : **profitez-en pour mettre en avant les autres partenaires, tant opérationnels que financiers, du projet.** D'autres vous font déjà confiance, mettez-le en-avant !

Vous pouvez **valoriser le fait que votre projet aura cependant plus d'impact, davantage de bénéficiaires et de retombées qualitatives avec sa participation.**

Ayez toujours en tête plusieurs propositions à faire pour tisser des liens : le soutien financier, mais aussi le soutien matériel/humain, le soutien indirect (mise en relation, visibilité,...). Impliquez le mécène dans le projet !

Enfin, pour être complètement préparé en amont du rendez-vous : **demandez-vous quelles sont les questions que vous ne souhaitez pas que l'on vous pose**. Cela vous permettra de préparer les points sur lesquels vous êtes plus fragiles, moins clairs ou moins à l'aise !

LE DÉROULÉ DU RENDEZ-VOUS

Il vous faut **avoir en tête un ordre du jour précis** et **préparer un petit pitch** de présentation. Si vous êtes plusieurs : répartissez-vous au préalable les rôles et prises de parole, en fonction des compétences de chacun.

Le déroulé du rendez-vous :

1. **Commencer par demander de combien de temps dispose la personne** : cela vous permettra d'adapter la longueur de vos présentations ;
2. **La remercier de vous recevoir, et rappeler les objectifs du rendez-vous** : nommer les objectifs dès le début de l'entretien structure la prise de parole ensuite, et vous assure davantage une bonne écoute ;
3. **Se présenter lors d'un tour de table** : ne négligez pas les temps pouvant générer un peu d'informel, et assurez-vous que la raison de la présence de chacun est pertinente pour tous ;
4. **Vérifier si la personne connaît déjà l'association, ou si elle souhaite une présentation** : dans ce cas-là, soyez synthétique et ne dépassez pas quelques minutes de parole ;
5. **Embrayer sur l'entreprise, sa structuration, ses enjeux et dernières actualités** ;
6. **Présenter le projet, en lien avec les sujets de l'entreprise et son impact, et vos besoins** ;
7. **Poser la question de ce que serait un partenariat réussi pour eux** : cela les inclut directement dans une relation partenariale, et vous amène sur le cœur de votre objectif ;
8. **Penser à conclure** : rappeler oralement ce sur quoi on s'est mis d'accord, et indiquer les échéances. Un rendez-vous ne sera réussi que si vous connaissez les prochaines étapes, et qu'il y a une suite planifiée ! Cela peut aussi être le moment adéquat pour demander si l'entreprise connaît des personnes ou d'autres entreprises sensibles à la cause du projet.

Il est important de **prévoir un dossier de présentation du projet, à laisser à la fin du rendez-vous ou à envoyer ultérieurement par mail**. Ne le faites pas en amont ou pendant le rendez-vous : gardez l'attention de votre interlocuteur sur ce que vous dites ! De plus, cela vous permettra d'avoir une raison pour les recontacter, et d'adapter les éléments envoyés à ce que vous avez compris du rendez-vous et de leurs propres enjeux.

LA POSTURE À ADOPTER

Élément essentiel : ne jamais se dire que l'on demande quelque chose à l'entreprise dès le premier échange. Celui-ci a pour objectif de faire connaissance et d'identifier les pistes de synergies !

Votre interlocuteur n'est pas dupe : il sait que l'on attend de lui un soutien, probablement financier. **L'important est donc de montrer que vous souhaitez coconstruire quelque chose avec lui.** N'hésitez pas à lui dire « *je vais vous présenter certains axes de mon projet qui peuvent VOUS intéresser* » : montrez que vous venez le voir, lui et pas un autre, pour une raison particulière, et que vous avez réfléchi au partenariat !

Montrer qu'on cherche à monter une vraie relation, y compris humaine. Cela contribue fortement à la pérennité du partenariat et ne peut être que valorisant pour un potentiel financeur.

La posture de l'écoute active est ainsi impérative : posez des questions ouvertes, faites parler le partenaire, identifiez d'où vient le pouvoir décisionnaire, quels sont les enjeux de votre interlocuteur, ses motivations, ses défis... Cela vous permettra de vous positionner comme apporteur de solutions. L'écoute active permet de **créer une relation de confiance, et de sortir d'une relation de rapport de force.**

Essayez, enfin, **d'embarquer votre auditoire :** parlez de vos valeurs, des problématiques qui ont mené à la création du projet, de votre vision, de ce qui vous démarque des autres. **Listez-vous toutes les raisons pour lesquelles une entreprise pourrait ou ne pourrait pas soutenir votre projet :** cela va vous permettre d'identifier les atouts et les freins de votre dossier !

Last but not least : **si votre rendez-vous a lieu en présentiel, attention au dress code !** Cela peut créer rapidement un déséquilibre dans l'échange.

LES SUITES DU RENDEZ-VOUS

Après le rendez-vous, c'est le moment d'être pro-actif : faire un mail de remerciement, qui peut faire office de compte-rendu, **et joindre éventuellement le dossier de présentation et des documents/informations complémentaires. Rappelez les prochaines échéances et conclusions de l'échange.** N'hésitez surtout pas à **relancer,** en fonction du timing évoqué ensemble !

COMMENT RÉAGIR EN CAS DE REFUS

Statistiquement, cela arrivera nécessairement ! Dans ce cas, **gardez le contact de votre interlocuteur,** et tentez de le réactiver à une autre occasion. Si la relation le permet, **demandez si le projet pourrait intéresser d'autres personnes de son réseau :** ce n'est pas problématique d'explicitier que vous avez besoin d'une aide et de mises en relation. **Enfin, idéalement : essayez de comprendre les raisons du refus.** Cela sera toujours utile pour la suite de vos recherches.

À VOUS DE JOUER !