

Négocier avec des partenaires privés

Motiver les entreprises par des arguments convaincants



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 orale du partenariat. Elle permet de structurer ses arguments pour ne pas être pris au dépourvu par les questions de son interlocuteur. C'est la répétition concrète d'un entretien entre le porteur de projet et le mécène potentiel.

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

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

■ Publics

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.

■ Parcours

Les personnes qui ont choisi cette formation ont suivi préalablement *Culture et partenaires privés*.

■ Méthodes

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

■ 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

■ Evaluation

Une attestation de formation est délivrée à chaque participant à l'issue du module.



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



Responsable pédagogique

Stéphane Barré

Cycle de 2 jours - 12 heures

En Guadeloupe - lieu à déterminer



22 rue de Picardie - 75003 Paris
Tél : 01 48 87 58 24
Fax : 01 48 87 65 16
www.agecif.com

Contact pour l'inscription
Mél : formation@agecif.com