



# Les 10 facteurs clés de succès en matière de recherche de partenaires privés

## 1. Avoir du temps

Entre le lancement de la démarche et les premiers accords de partenaires, il faut compter environ 12 mois. Si vous ne pouvez pas y consacrer du temps, alors constituez une équipe projet avec des bénévoles.

Attention aussi à ne pas vous décourager car la démarche, en plus d'être longue, peut parfois, comme vous le savez, être ingrate.

## 2. Etre réaliste

Identifiez les forces et faiblesses, la culture de votre association vis-à-vis des entreprises, mais aussi sur ce que vous souhaitez donner, ou pas, dans le cadre du partenariat.

En faisant un travail sur votre projet, votre recherche sera plus efficace.

## 3. Avoir une stratégie

Pour votre association, bien sûr, mais aussi pour la recherche de partenaires.

Proposez différents projets à soutenir, variez les modes de soutien, concevez des packages avec des contreparties différentes en fonction du niveau d'investissement. Vous pouvez aussi établir un schéma de développement de votre partenariat pour les 3 prochaines années, reprenant les évolutions possibles.

## 4. Se mettre « à la place de l'autre »

Comprenez les motivations de votre interlocuteur, ses contraintes, ses arguments, son métier, ses enjeux, ses attentes et ses intérêts à vous soutenir.

Plus vous réaliserez cet exercice, plus vous vous adapterez aux besoins de l'autre.

## 5. Penser « Réseau »

Pour un chef d'entreprise, le regard de ses pairs est important. N'hésitez pas à mobiliser vos réseaux pour qu'ils parlent de vous à leurs contacts et vous recommandent.

Vous pouvez aussi être présents sur les réseaux sociaux et créer une communauté de sympathisants qui deviendront des relais et des soutiens.

En tant que dirigeant, professionnel de votre secteur, créez votre profil sur les réseaux dédiés (LinkedIn, Viadeo, Facebook...) et prenez des contacts avec vos cibles.

## 6. Etre là au bon moment et être réactif

Renseignez-vous en amont de votre prise de contact sur les délais et les contraintes des entreprises ciblées. Sachez vous adapter à leur agenda. Si on vous dit non une année, demandez les raisons de ce refus, proposez de rester en contact, de tenir informé sur l'avancement de vos actions.

Demandez quel sera le bon timing pour l'année prochaine.

En outre, le temps de décision peut être très long en amont d'un accord de partenariat, mais une fois la décision prise, tout s'accélère. Il convient alors d'être réactif et de s'adapter à son nouveau partenaire.

## 7. Eviter les idées reçues

« La motivation fiscale est souvent le premier argument », « l'entreprise nous soutient pour se racheter une image », et ainsi de suite. Tous les chefs d'entreprise ne sont pas des ultra-libéraux, capitalistes aux dents longues !

Non, une entreprise mécène ne prendra pas le pouvoir dans votre association ou votre projet !

Faites preuve d'ouverture d'esprit et de curiosité, échangez avec votre interlocuteur sur ses motivations et ses attentes.

## 8. Etre professionnel

En matière de relation avec les entreprises, il n'y a pas de place pour l'amateurisme.

Avoir une démarche professionnelle passe notamment par une relance systématique de vos contacts - sans toutefois paraître trop insistant - mais aussi en annonçant ce que vous allez faire et en faisant ce que vous avez annoncé !

## 9. Etre transparent

Utilisation des fonds, autres partenaires, résultats des actions, difficultés et succès... la transparence est l'un des mots clés des partenariats et surtout de la fidélisation.

N'hésitez pas à montrer la réalité de vos projets et de vos actions : intervention en entreprises, reportage photo, salariés témoins...

## 10. Savoir dire « merci »

Remerciez vos partenaires, par exemple en leur consacrant une soirée annuelle, et plus particulièrement les personnes à l'origine des partenariats, mais aussi les salariés de l'entreprise s'ils ont été mobilisés. Pour cela, utilisez vos supports de communication et ceux de l'entreprise : journal interne

➤ Pour en savoir plus, consultez l'ensemble de notre Guide pratique « [Partenariat et mécénat](#) ».

*Oraveo pour le Crédit Mutuel*