

La recherche de sponsors et de mécènes

Formation collective

La plus grande difficulté à laquelle sont confrontés les clubs en la matière est d'identifier les entreprises susceptibles d'être intéressées pour soutenir leur action. Les salariés ou bénévoles en charge de la recherche de partenaires ont besoin des compétences pour bien valoriser ce que le club a à offrir, préparer des supports de communication attractifs, trouver de nouveaux contacts et savoir négocier au mieux. De la théorie à la pratique, nous vous démontrons comment nouer les premiers contacts, obtenir un premier rendez-vous, puis négocier à votre avantage.

La maîtrise de la fiscalité du sponsoring et du mécénat vous permet de respecter la législation en vigueur, mais elle permet aussi de transformer ces règles en argument en faveur du partenariat.

Objectifs

1. Comprendre les règles du sponsoring et du mécénat
2. Connaître la fiscalité de ces deux actions
3. Savoir identifier les entreprises les plus réceptives
4. Formuler une offre de contrepartie attractive
5. Savoir vendre et négocier son projet
6. Préparer les supports de communication
7. Initier les premiers contacts

505 € HT
Par personne
(soit 603,98 € TTC)

Public

Dirigeants élus ou salariés des clubs sportifs ou membres des structures fédérales.

Méthode

Apports théoriques, démonstration par l'exemple, études de cas, exercices.

Organisation

1 journée (7 heures)
Inter-entreprises.

Programme

Mettre sur pied une organisation performante

Les règles du jeu ou comment les entreprises exploitent les partenariats ?

Le mécénat, principe, intérêt pour le club et pour l'entreprise

Identifier les entreprises les plus réceptives

Le premier contact

L'offre de contrepartie

La plaquette de partenariat

La négociation

Le contrat de partenariat

La facturation

Animateur

Thierry Nauleau, formateur, DESS Marketing & management du sport professionnel.

Nauleau Sport est un organisme de formation déclaré auprès du préfet de la région Centre.