

Formation des dirigeants et de la « Vie Associative »  
“Se former pour mieux diriger”

## **CINQ ASTUCES POUR ATTIRER L'ATTENTION DES SPONSORS** (Sponsoring / Mécénat)



## **SOMMAIRE**

I - COMMENT DEMARCHER UN SPONSOR : CINQ ASTUCES POUR CONVAINCRE

II - REGLE n° 1 : COMMENT DEMARCHER UN SPONSOR EN CAPTANT SON ATTENTION ?

III - REGLE n° 2 : INTERESSEZ-VOUS A L'ENTREPRISE QUE VOUS DEMARCHEZ POUR UN SPONSORING

IV - REGLE n° 3 : METTEZ EN AVANT LES BENEFICES DE VES ACTIONS POUR DEMARCHER UN SPONSOR

V - REGLE n° 4 : TERMINEZ TOUJOURS PAR UN APPEL A L'ACTION QUAND VOUS DEMARCHEZ UN SPONSOR POUR FINANCER UN PROJET

VI - REGLE n° 5 : ACCELEREZ VOTRE PROSPECTION GRACE A VOTRE SITE INTERNET

VII - CONCLUSION

## I - COMMENT DEMARCHER UN SPONSOR : CINQ ASTUCES POUR CONVAINCRE

Attirer l'attention des sponsors n'est pas chose facile, surtout quand on sait qu'ils sont souvent très sollicités. Alors pour vous aider à **maximiser l'efficacité de votre prospection**, je vais vous expliquer comment démarcher un sponsor grâce à 5 règles simples.

Comme dit l'expression, le temps c'est de l'argent. Alors que ça soit en entretien téléphonique, face à face ou par mail, vous marquerez de gros points si vous allez droit au but en abordant les sujets les plus importants rapidement. Et ce n'est pas toujours ceux que l'on imagine...

Je vous donne donc 5 astuces pour d'abord capter l'attention des sponsors, ensuite vous démarquer parmi les nombreuses demandes qu'ils reçoivent, et enfin les persuader de vous faire confiance.

## II - COMMENT DEMARCHER UN SPONSOR EN CAPTANT SON ATTENTION ?

La toute première règle pour apprendre comment bien démarcher un sponsor, c'est d'attirer son attention. Tout le monde est débordé de tâches, de mails et de demandes. Si vous espérez pouvoir avancer vos arguments, vous devez d'abord accrocher les **quelques secondes d'attention qui lui donneront envie d'en savoir plus**.

Et comment amener un prospect à s'intéresser à ce que vous avez à lui dire ? Tout simplement en établissant immédiatement, dès la première phrase, **un lien simple et direct** entre lui et vous.

Posez le décor et parlez de lui plutôt que de vous dès le début. Dis-lui comment vous l'avez connu et ce qui vous a donné envie de le contacter. Un événement sportif qu'il a sponsorisé, une opération qu'il a mise en place, une interview qu'il a donnée qui vous a inspiré... Bref, tout ce qui peut vous relier ensemble de manière évidente et qui justifie que vous vous adressez à lui aujourd'hui.

Vous devez être capable de répondre à la question "**pourquoi** vous contactez cette entreprise et pas une autre ?". Si vous avez une vraie raison de la démarcher, alors elle en aura une de vous écouter et peut-être de vous sponsoriser.

### III - REGLE n° 2 : INTERESSEZ-VOUS A L'ENTREPRISE QUE VOUS DEMARCHEZ POUR UN SPONSORING

Pour attirer l'attention des sponsors, il faut s'intéresser à eux. Alors soyez généreux·se dans votre prospection ! Montrez que vous vous êtes renseigné sur l'histoire et les valeurs de l'entreprise, que vous avez compris ses activités. Vous pouvez vous présenter rapidement, mais ne rentrez pas dans les détails. C'est tout l'intérêt d'avoir un site internet et un dossier de sponsoring sportif. Vous glissez un lien et vous vous concentrez plutôt sur ce que venez apporter.

Votre objectif est d'attirer la curiosité de votre interlocuteur en lui prouvant que vous ne faites pas de démarchage à la chaîne, mais qu'au contraire, ce sont **ses particularités qui en feraient un partenaire intéressant** dans une relation gagnant-gagnant. C'est la base pour bien comprendre comment démarcher un sponsor de manière honnête et performante.

Ça nécessite bien sûr de s'être renseigné sur vos sponsors potentiels avant de les contacter. Regardez leurs réseaux sociaux, leurs publicités, leur site internet, leurs produits et leurs actualités. Ces informations vont vous permettre de prouver ensuite que votre projet colle à leur image de marque.

Vous pouvez même **poser les questions** qui vous viennent à l'esprit lorsque vous réfléchissez à vos idées de contreparties. Cela vous permet de voir si vous avez bien cerné leurs objectifs principaux. Vous pourrez toujours rebondir en adaptant vos idées initiales pour mieux coller aux réponses obtenues.

### IV - REGLE n° 3 : METTEZ EN AVANT LES BENEFICES DE VOS ACTIONS POUR DEMARCHER UN SPONSOR

Les sponsors ont trop l'habitude d'assister à un exposé sur vos grands projets, sans avoir la plus petite information sur ce qu'ils vont y gagner dans l'histoire.

Pour vous démarquer et décrocher un sponsor, au lieu de lister tout ce que vous pouvez faire, **présentez les bénéfices de vos opérations de sponsoring**. Expliquez-lui **concrètement** les retombées que vous allez lui apporter grâce aux activations que vous proposez.

Et comment le savez-vous ? Tout simplement en vous étant renseigné sur l'entreprise en amont, pour imaginer un plan d'action pertinent. Selon les actualités et les activités de l'entreprise, vous pouvez deviner à quelle(s) cible(s) elle s'adresse. Observer comment elle utilise le marketing digital, l'e-commerce ou au contraire des méthodes plus traditionnelles.

Pour démarcher un sponsor en lui démontrant votre utilité, voici quelques exemples de bénéfices concrets que vous pouvez l'aider à atteindre :

- Augmentation d'inscrits à un événement,
- Augmentation d'abonnés sur une page sociale ou à une newsletter,
- Ventes d'un produit ou service,
- Publications d'articles dans la presse ou passages à la radio,
- Développement de son référencement (SEO) via ton site internet,
- ...

A vous ensuite d'imaginer les actions à mettre en place pour obtenir ce résultat. Prenez également en compte la notoriété de l'entreprise et les éventuelles opérations de parrainage, mécénat ou sponsoring qu'elle a pu réaliser.

Le plus important à ne jamais oublier : envisager des choses **concrètes et réalistes**. On n'est pas en politique, vous devez séduire mais ne promettez pas la lune, c'est le meilleur moyen de griller vos partenariats.

## V - REGLE n° 4 : TERMINEZ TOUJOURS PAR UN APPEL A L'ACTION QUAND VOUS DEMARCHEZ UN SPONSOR POUR FINANCER UN PROJET

Un 1er mail de prospection n'a pas pour objectif d'obtenir un accord ferme et définitif sur une collaboration. Ce mail sert à mettre le pied dans la porte, à taper sur l'épaule d'une personne pour **engager la conversation**. Ensuite, vous pourrez détailler vos motivations, vos besoins et votre projet.

Ce mail sert à prouver votre professionnalisme et montrer votre envie d'aider l'entreprise à atteindre ses objectifs en utilisant le sponsoring plutôt qu'un autre levier (publicité, influence...). Votre but est que le prospect pense "*ça pourrait être intéressant, je veux en savoir plus*" en lisant votre demande. Ainsi, il sera tout à fait motivé à trouver un moment pour échanger avec vous.

Vous devez donc toujours terminer votre mail par **une demande de RDV**. Mais soyez **toujours précis·e**. Listez les moyens possibles pour vous (vous déplacer physiquement, visio, téléphone...) et proposez deux ou trois créneaux dans la semaine à venir. Vous contactez un professionnel dans le cadre de votre travail donc évitez de lui proposer les soirs après 18h ou le week-end si c'est en dehors des heures d'ouverture de sa société ! Cela sera très mal perçu...

## VI - REGLE n° 5 : ACCELEREZ VOTRE PROSPECTION GRACE A VOTRE SITE INTERNET

Tout ce qui fera gagner du temps à votre interlocuteur lors d'une demande de sponsoring, augmentera vos chances d'avoir une réponse positive.

Grâce aux 4 premières règles, vous avez réussi à convaincre le sponsor de passer les premières lignes de votre mail pour lire la suite. Vous avez donc eu l'opportunité de lui expliquer ce que vous pouvez lui apporter et lui proposer un entretien. Ensuite, il va devoir décider si cette opportunité en vaut la peine, s'il peut vous faire **confiance**.

Alors, vous vous demandez peut-être comment vous pouvez démarcher un sponsor avec un site internet ? Eh bien le site internet apporte toutes les preuves dont le futur sponsor a besoin pour être rassuré sur vous et votre proposition :

- Votre motivation : la création d'un site internet atteste du sérieux de votre projet.
- Votre état d'esprit : votre personnalité ressortira à travers le design de votre site et les éléments clés de votre page "À propos".
- Votre fiabilité : en parcourant vos expériences et vos objectifs, le partenaire verra si vous l'entraînez dans une lubie ou un projet sur la durée.
- Vos compétences et votre crédibilité : les références de tes autres partenaires et des exemples d'activations déjà réalisées seront votre meilleur argument !

Si vous mettez tout ça dans un mail, vous pouvez être sûr que personne ne le lira jusqu'au bout... Un bon mail de prospection pour du sponsoring doit être très court.

Sans compter que finir votre demande par "*Vous trouverez bien sûr tous les détails de mon projet ainsi que des exemples d'opérations réalisées avec d'autres partenaires sur mon site internet officiel*", ça en jette non ?

Combien d'athlètes peu ou pas (encore) connus peuvent se vanter d'attirer l'attention des sponsors de cette manière ? Trop peu et c'est bien dommage pour eux ! Mais ça te donne un avantage considérable pour persuader le sponsor de vous faire confiance.

## VII - CONCLUSION : Cinq astuces pour savoir comment démarcher un sponsor sportif

Ceux qui trouvent impossible d'avoir des entreprises sponsors copient ceux qui n'y arrivent pas.

Finis les blablas, ici vous jouez dans la cour des grands. Pour faire du marketing sportif votre meilleur ami et démarcher un sponsor efficacement, commence dès maintenant à suivre ces cinq principes élémentaires de la recherche de sponsor sportif.

En résumé, pour attirer l'attention des sponsors à coup sûr :

1. Établissez un lien simple et direct entre le sponsor et vous même
2. Parlez de lui avant de parler de vous
3. Mettez en avant les bénéfices de votre plan d'action pour l'entreprise
4. Terminez toujours par une demande d'entretien précise en proposant des dates
5. Utilisez votre site internet pour diversifier tes contreparties et rendre votre projet sérieux et officiel

Cette méthode vous permettra de vous différencier en vous mettant à la place des entreprises pour **comprendre vraiment leurs attentes** et y répondre de manière concrète.

Cela va bien sûr vous demander de la préparation et du travail. Mais si tu suivez bien ces conseils, vous verrez qu'il vous suffira de deux ou trois sponsors sportifs pour récupérer l'équivalent de ce que vous donnaient dix partenaires avant. Un sacré temps de gagné au final !

Source : <https://yellowwebmarine.com/sponsoring/comment-demarcher-sponsor-5-astuces-pour-convaincre/>