

Bien vous présenter

Introduction

Prenez soin de bien définir le projet que vous présentez : les implications financières pour l'entreprise, les avantages que vous allez fournir et la valeur potentielle pour l'entreprise.

Un partenaire potentiel doit être en mesure de saisir et comprendre au premier coup d'œil l'ensemble de votre proposition.

Si votre proposition est jugée intéressante, il y a une chance que, même si l'entreprise n'est pas en mesure de vous accorder un engagement financier aussi important que celui que vous proposez, elle soit tout de même intéressée, du moins dans un premier temps, à négocier un financement moindre en échange d'avantages moins importants.

Profil de l'artiste ou de l'organisation

La description de votre profil doit mettre en relief les réalisations et les informations les plus intéressantes et les plus pertinentes du point de vue de l'entreprise.

Vous devriez joindre à votre proposition du matériel d'appui d'excellente qualité : revue de presse, brochures, publications, ainsi que votre rapport annuel le plus récent.

Identifiez clairement le projet que vous proposez

Faites ressortir clairement et succinctement les détails les plus pertinents: quoi, où, quand, comment. Attirez l'attention sur la qualité de "l'amarrage naturel" entre votre organisation et l'entreprise ; cette démonstration peut être faite en référant à la mission de l'entreprise, à son plan stratégique et à certains objectifs que vous connaissez.

Décrivez comment cette occasion d'affaires pourra bénéficier à l'entreprise.

Identifiez les personnes qui participeront à l'événement ou au projet et décrivez quels seront les impacts qui en découleront

Fournissez une description concise des participants et de la communauté visée de même que le type de public que vous comptez toucher. Si possible, joignez des données objectives, telles le nombre de spectateurs/visiteurs et des données démographiques, et insistez sur les retombées positives d'une participation pour l'entreprise.

Énumérez les bénéfices

Énumérez, sous forme de liste à puces, les bénéfices que vous êtes en mesure d'offrir et qui sont, d'après votre jugement, les plus susceptibles d'être jugés pertinents aux yeux de l'entreprise.

Décrivez comment ces bénéfices seront fournis

Faites en sorte que l'entreprise se sente en confiance en soulignant votre compétence, votre expérience ainsi que vos bonnes pratiques administratives.

Prenez la mesure du succès

Plutôt que de définir les paramètres d'évaluation dans votre proposition – lesquels dépendront des clauses de l'entente finale et des outils que pourrait fournir l'entreprise –, contentez-vous de confirmer votre engagement à évaluer le partenariat en fonction des termes sur lesquels les deux partenaires se seront entendus. Soyez toutefois conscient qu'il y aura des coûts associés à une telle évaluation; en conséquence, assurez-vous d'en avoir tenu compte dans l'évaluation financière du partenariat.

Les délais

Vous devez tenir compte et souligner toute date importante ou échéance critique, puisque, d'après les recherches que vous aurez déjà réalisées, vous vous êtes assuré de soumettre votre proposition en temps opportun.

Dans le cas de certaines entreprises, la prise de décision peut prendre plusieurs semaines et peut parfois impliquer une présentation au conseil d'administration ou des consultations avec les dirigeants en poste ailleurs dans le pays ou à l'étranger.

Votre demande

Indiquez clairement la somme d'argent que vous demandez ainsi que les autres avantages dont vous souhaitez profiter, tels certains biens et services ou une forme d'expertise. À ce stade, n'incluez pas votre évaluation financière des bénéfices que vous offrez – la valeur de ces bénéfices devrait être négociée une fois que l'entreprise aura confirmé son intérêt. Pour le moment, ce que vous souhaitez est que l'entreprise se concentre sur les idées qui appuient votre proposition.

Identifiez-vous clairement

Identifiez clairement la personne qui présente le projet ou le(la) chargé(e) de projet: prénom et nom, adresse de la place d'affaires, numéro de téléphone, adresse courriel. Assurez-vous que cette information figure sur la page frontispice de même que sur la dernière page de votre projet.

Faites-ça court!

- Rédigez un texte clair et intéressant – après tout, vous souhaitez que les lecteurs soient emballés par votre projet.
- Assurez-vous de bien faire ressortir la qualité et l'originalité de votre projet.
- N'utilisez pas de termes pour initiés.
- Fournissez de l'information exacte : assurez-vous d'être en mesure d'appuyer tout ce que vous affirmez.
- Utilisez des titres et des sous-titres.
- Faites des phrases et des paragraphes courts.
- Gardez le document lisible: utilisez une police de caractères sobre, de manière à ce qu'elle ne distraie pas les lecteurs du message. Ne réduisez pas le point de la police pour permettre à votre texte de s'inscrire dans un nombre limite de pages.
- Utilisez des illustrations qui vont rehausser votre présentation: de mauvaises photos font plus de tort que l'absence de photos.
- Rappelez-vous de vous plier à toute exigence que pourrait avoir l'entreprise en matière de présentation de dossiers visant à solliciter une commandite ou un partenariat.