

Préparer une proposition sur mesure

Avant de développer une proposition

Démarrez tôt. Les entreprises ont besoin de temps pour évaluer les occasions d'affaires et les propositions, et du temps également avant d'incarner toute entente dans un engagement financier ferme. Certaines entreprises ont même des dates butoir et des exigences précises en matière de présentation de projets; quant à la réponse, elle peut mettre des semaines, voire des mois avant de vous être communiquée.

Avant de rédiger une proposition en détail, il est toujours recommandé d'obtenir un maximum d'informations afin d'évaluer dans quelle mesure vous avez une chance bien réelle d'obtenir une réponse positive. Votre proposition d'affaires constitue l'outil qui orientera votre approche et les discussions subséquentes.

S'il est difficile ou carrément impossible d'obtenir une rencontre préalable, vous devriez soumettre vos questions via courriel.

Si vous avez déjà établi un contact avec un membre du personnel de l'entreprise et que vous estimez qu'il y a là une ouverture possible, vous devriez tenter d'avoir une conversation téléphonique ou, mieux encore, une rencontre avec cette personne, en particulier si elle appartient au service des affaires corporatives, de la mise en marché ou des ressources humaines.

À ce stade, vous devez concentrer vos efforts sur l'identification des intérêts de l'entreprise et tenter de découvrir quel est pour elle le profil-type du partenaire idéal. Une première rencontre est généralement un mélange de découvertes factuelles, d'autopromotion et de négociations préliminaires.

Dans un premier temps, les représentants de l'entreprise vous laisseront la tâche de faire la preuve que vous connaissez bien leur entreprise et, surtout, vous laisseront le soin de démontrer en quoi vous, votre projet ou votre organisation pouvez constituer un bon partenaire.

Assurez-vous de rencontrer la bonne personne et, surtout, assurez-vous que celle-ci connaît le motif réel de votre rencontre. Ne tentez jamais de "piéger" un représentant de l'entreprise en dissimulant le motif réel de votre demande de rencontre.

Soyez confiant. Ne succombez pas à la pression en tentant de transformer votre personnalité et ne tombez pas dans le piège d'utiliser un vocabulaire professionnel ou des expressions d'affaires que vous ne maîtrisez pas et avec lesquels vous êtes mal à l'aise.

En contrepartie, évitez d'utiliser des expressions relevant du jargon artistique; utilisez un vocabulaire facile à comprendre. Gardez présent à l'esprit le fait que cette rencontre vous offre la chance de témoigner de votre enthousiasme et de votre passion et, parallèlement, de démontrer votre connaissance et votre intérêt à l'égard de l'entreprise que vous abordez.

Expliquez clairement les bénéfices que vous êtes en mesure d'offrir.

Prenez le temps d'écouter. Donnez au représentant de l'entreprise le temps de répondre à vos questions ou de poser lui-même toutes les questions tandis que vous lui exposez votre proposition d'affaires. Si vous

visiez un partenariat, vous devriez démontrer autant d'intérêt pour les besoins de l'entreprise que vous-même souhaitez qu'elle en témoigne pour les vôtres.

En conclusion de la rencontre, si le représentant de l'entreprise a démontré un intérêt pour votre projet d'affaires, demandez-lui si vous pouvez préparer une proposition d'affaires que vous lui soumettez pour fins de discussions futures.

Cette proposition devrait toucher tous les points abordés, résumer votre conversation et fournir tous les détails pertinents dans le contexte d'un éventuel partenariat.

Précisez à quel moment votre proposition sera complétée et prenez tout de suite rendez-vous, afin de remettre le document en personne.

Développement de la proposition

Votre proposition constitue le document sur lequel se fondera votre partenariat. Ce document devra être claire et concis (idéalement, trois pages maximum), contenir toute l'information réclamée par l'entreprise, être écrit dans une forme et un style qui le rendront facile à lire et aisément compréhensible.

Les principaux éléments qui, de l'aveu même des gens d'affaires, permettent à une proposition de se démarquer sont les suivants:

- elle tient compte des opinions émises lors de la rencontre préliminaire;
- elle démontre une compréhension claire de l'entreprise elle-même, de ses objectifs et de ses priorités;
- elle propose des bénéfices qui s'alignent avec les objectifs et les enjeux auxquels fait face l'entreprise.

Prenez le temps de lire !

Dans le cas des commanditaires ou des partenaires d'affaires qui se donnent la peine de publier des appels de candidatures, donnez-vous la peine de lire attentivement la description de la marche à suivre, suivez religieusement les indications et, surtout, attachez une attention toute particulière au respect des dates de dépôt. Dans le cas où il ne serait pas clairement indiqué, assurez-vous de connaître le nom exact de la personne à laquelle vous devez adresser votre proposition.

Si vous n'avez pas eu la chance de rencontrer ou de converser avec un représentant de l'entreprise, vous devez trouver le moyen de savoir si l'entreprise accepte de recevoir et de considérer les propositions d'affaires non sollicitées. Sinon, vous avez d'excellentes chances que votre document soit rangé dans le fameux « classeur circulaire », mieux connu sous le nom de corbeille à papier!