

# Comprendre la motivation d'un partenaire!

- Sphère rationnelle / économique :  
*... On s'adresse à une entreprise...*

- Sphère affective / personnelle :  
*On s'adresse à un individu !*



# Comprendre la motivation d'un partenaire!

- Sphère rationnelle / économique : *On s'adresse à une entreprise...*
  - Valoriser son entreprise en recherchant différents objectifs :
    - Notoriété : degré d'identification d'une marque, d'un produit.
    - Promotion : développement des ventes.
    - Relations Publiques : fidélisation, développement du réseau
    - Incentive : motivation, cohésion interne à l'entreprise.
- Sphère affective / personnelle : ... *mais on s'adresse aussi à un individu !*
  - Le partenaire a une histoire personnelle avec votre activité :
    - Ex pratiquant : il affectionne une activité synonyme de souvenir, d'émotions.
    - Rencontrer des personnes emblématiques : attirance vers des personnes porteurs d'exploits, de performances.

# Privilégier des actions ayant du sens pour le partenaire

- Pourquoi proposer des actions ?
  - Le sponsoring dans le milieu associatif est la plupart du temps considéré comme du mécénat par les entreprises,
  - L'apport pour l'entreprise doit être quantifiable.
- Quels types d'actions ?
  - envisager des actions en fonction de son secteur d'activité :
    - Stages,
    - Événementiel :