

Coffre à outils de financement *FIRST*

Section 2 – Analyse de marché

Cette section vise à aider les équipes à faire une analyse de leur communauté pour obtenir une meilleure compréhension de leur marché local et des possibilités qui s'offrent à elles. Faire une analyse de marché permet à une équipe de puiser dans son réseau communautaire, trouver du soutien pour le projet, découvrir des commanditaires potentiels et développer des partenariats locaux.

Une fois que l'équipe a identifié un groupe de commanditaires ou de partenariats potentiels, il est important d'organiser clairement les informations des entreprises dans une base de données pour que l'équipe puisse rester en contact, faire les suivis et remercier ses partenaires locaux.

Objectifs de l'analyse de marché

- Acquérir une meilleure compréhension de la communauté locale;
- Augmenter la portée de l'équipe;
- Découvrir des organisations que l'équipe pourra approcher;
- Identifier et maintenir une base de données des commanditaires et des partenariats potentiels

Entreprendre l'analyse de marché

- Réseau interne de l'équipe
 - Tenir une réunion d'équipe avec mentors / parents / élèves pour créer une liste de:
 - commanditaires potentiels avec lesquels les membres de l'équipe ont des liens;
 - événements dans la communauté où l'équipe pourrait s'impliquer;
 - possibilités de campagnes de financement pour l'équipe;
 - fondations communautaires ou sociales que l'équipe pourrait contacter
- Historique de la communauté
 - En savoir plus sur l'histoire de la ville et comment elle a été fondée;
 - Découvrir les compagnies et les entreprises clés dans la région;
 - Rechercher les meilleurs employeurs ou des organisations majeures dans la région
- Recommandations des commanditaires actuels
 - Contacter les commanditaires de l'équipe pour trouver d'autres entreprises potentielles à contacter;
 - Obtenir l'aide des contacts chez les commanditaires pour vous mettre en relation avec d'autres entreprises
- Découvrir des entreprises locales
 - Chambre de commerce;
 - Clubs des Lions, Optimistes, Rotary, etc.;
 - Sociétés d'ingénierie et manufacturières

Construire une base de données des partenariats

Entretenir une base de données des entreprises et organisations que l'équipe sollicite contribue à garder les efforts de financement de l'équipe structurés et empêche l'équipe d'entrer en contact deux fois avec une même organisation. Utilisez la base de données pour suivre les organisations qui ont été contactées et assurez tout suivi nécessaire. Ainsi l'équipe ne ratera pas une opportunité de partenariat parce qu'il n'y a pas eu de suivi avec l'organisation.

Une base de données simple peut inclure les informations suivantes:

- Nom de l'entreprise
- Statut (commanditaire potentiel, ancien commanditaire, commanditaire actuel, partenaire lors d'initiatives communautaires, etc.)
- Informations de partenariat (déjà donné, ne veulent pas donner, événements où ils se sont impliqués, etc.)
- Informations sur l'entreprise
 - site internet
 - adresse
 - téléphone
 - type d'entreprise
- Informations du contact
 - nom
 - titre
 - téléphone
 - courriel
- 1^{re} et 2^e approche par équipe
 - la date
 - méthode de contact (téléphone, courriel, messagerie vocale, en personne)
 - représentant de l'équipe
 - notes sur l'intervention
 - date de suivi à faire
- Suivi de remerciement
 - 1^{er} merci
 - invitation à l'événement FIRST
 - invitation au souper de reconnaissance des partenaires de l'équipe
- Remarques

Un modèle de base de données peut être trouvé en annexe. Les équipes peuvent l'utiliser comme un guide ou modèle, et elles peuvent ajouter ou soustraire les items nécessaires pour gérer leur propre base de données. Ce modèle n'est pas exhaustif, mais il a pour but de fournir aux équipes un point de départ pour créer leur base de données de commanditaires.