

Astuce de MD

Comment bien préparer la recherche d'un partenaire



Avant de vous lancer à la recherche d'un partenaire, préparez-vous en interne. Réfléchissez aux objectifs, mesures possibles et avantages pour ce dernier. Conformément à la devise du conseiller en cross marketing Simon Thun: «On ne peut convaincre que s'il l'on est bien préparé: le partenaire ne s'acquiert ni par un concept déjà finalisé, ni par une discussion parfaitement ouverte».

1. Désignez la personne responsable.

La tâche de manager de coopération est en général confiée à un manager produits ou au responsable marketing ou distribution. Dans l'idéal, la personne désignée a de l'expérience en marketing coopératif et est apte à prendre des décisions. Le manager de coopération est investi d'une grande responsabilité, car c'est de lui que dépend largement le succès de la coopération. Il doit jouir de l'absolue confiance de la direction, afin de pouvoir se concentrer sur sa mission.

2. Informez les collaborateurs.

La personne responsable informe d'abord toutes les personnes concernées de la direction, des départements marketing et vente de la coopération prévue, ainsi que de sa signification et de ses buts généraux.

3. Définissez les objectifs de cross marketing.

Dans le cadre d'une réunion avec le manager produits, le responsable marketing et distribution, éventuellement un membre de la direction ainsi que les directeurs des départements de vente, publicité et RP, le manager de coopération aborde la question: «Quels objectifs pouvons-nous atteindre plus aisément grâce au cross marketing que seuls?» Il peut s'agir par exemple de l'appel à de nouveaux groupes cibles ou au rajeunissement de sa propre image de marque. Les objectifs de cross marketing sont ensuite définis avec la plus grande précision possible.

4. Faites une première esquisse des mesures possibles de cross marketing.

Une fois que les buts ont été définis, organisez un brainstorming pour rassembler des idées permettant de les atteindre. Vérifiez chaque idée en fonction de sa faisabilité – notamment en relation avec les coûts. A ce stade, n'établissez pas encore de concept détaillé de cross marketing. Il est toutefois bon de préparer déjà quelques premières idées afin d'entamer le dialogue avec des partenaires potentiels. Vous mettrez le concept au point dans un second temps, avec votre partenaire.

5. Réfléchissez aux avantages pour votre partenaire.

Il s'agit là d'un point crucial lors de la préparation interne, car pour acquérir un partenaire, vous devez lui présenter une situation où il a tout à gagner (win-win). Répondez donc à la question: «Que pouvons-nous offrir à notre partenaire de coopération?». En vous aidant d'une analyse SWOT, identifiez les points forts de votre entreprise. Il peut s'agir par exemple d'une position privilégiée auprès d'un groupe cible déterminé, de l'image favorable de la marque, des moyens financiers, d'une distribution efficace ou d'un développement produits de grande qualité. Sur la base de ces avantages et des mesures examinées au cours du brainstorming, vous pouvez établir à présent des objectifs de coopération pour vos partenaires potentiels.

6. Si nécessaire, adressez-vous à un conseiller externe.

Si les personnes concernées dans votre entreprise ne sont pas au bénéfice d'une grande expérience en matière de marketing de coopération, faites appel à un prestataire externe qui vous assistera tout au long des étapes importantes du processus.

Objectifs de coopération possibles

- Prix plus avantageux
- Offre de produits et de prestations supplémentaires
- Exploitation de nouveaux marchés
- Acquisition de nouveaux clients
- Possibilité de reprise de mandats globaux
- Gain d'image
- Réduction des coûts de marketing, distribution et logistique
- Aide lors de la pénétration de marché
- Renforcement de la position de marché

Source: «Gemeinsam stärker – Kooperationen planen und Durchführen» (en allemand seulement), éditeur: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, www.bmwi.de

A propos: êtes-vous prêt pour une coopération? Pour le savoir, faites le test de vos aptitudes à la coopération sous [Handwerk.com](https://www.handwerk.com) (en allemand seulement).

Pour plus d'informations: www.poste.ch/directpoint.

La Poste Suisse
PostMail
Marketing direct
Viktoriastrasse 21
3030 Berne

Téléphone 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.poste.ch/directpoint