

# Feuille de route pour créer d'un plan d'investissement

Votre document doit être facile à lire et doit se lire rapidement. Plus il y a des pages, plus vous risquez de perdre l'attention du lecteur.

## 1) La page couverture

**Suggestion d'éléments à ne pas oublier :**

- Le titre de l'événement qui sera commandité et le nom de l'organisme
- Le logo de l'entreprise et/ou de l'événement
- Le visuel de l'événement et/ou de l'entreprise, s'il y a lieu
- La ou les dates de l'événement
- Écrire *plan d'investissement* sur la première page

## 2) La lettre de présentation

**Éléments à ne pas oublier :**

- La lettre adressée au responsable des commandites
- La raison pour laquelle vous présentez une demande
- Les raisons pour lesquelles il est intéressant pour eux d'investir
- Décrire la visibilité que vous offrez
- Ajuster la lettre à l'entreprise approchée.
- Signez à la main

## 3) L'événement

Faites ressortir les points saillants de votre événement. Composez votre texte en points de forme, utilisez des puces pour les énumérations par exemple. Le contenu doit être court, clair et concis.

Le contenu doit également être général, car cette page ne sera pas ajustée à chaque commanditaire. Elle représente votre événement en quelques mots.

Vous devez donc utiliser les caractéristiques les plus fortes qui permettent d'avoir une vue d'ensemble de votre événement, activité, ou organisme.

## 4) Les forfaits

La première étape est de faire la liste de toutes les occasions de visibilité possibles et de quantifier cette visibilité avec le nombre de personnes, la durée ou le nombre de fois que l'élément sera exposé au public. Fixez ensuite une valeur à cette visibilité. Les données démographique et d'exposition de produit peuvent donner du poids si elles sont importantes.

### Éléments à ne pas oublier :

- Mettre vos forfaits en ordre d'importance
- Ajouter une catégorie *soutient*
- Vous pouvez offrir des plans triennaux dans vos forfaits (200\$/année sur 3 ans par exemple).
- Trouvez un thème pour vos forfaits, soyez créatif!
- **La campagne à la carte** : Si la situation le permet, vous pouvez également offrir chacun des éléments dans une campagne à la carte. De cette façon, l'entreprise ou le particulier paie spécifiquement pour acheter une visibilité pour un élément particulier. Ces éléments sont généralement offerts durant l'événement et n'offrent pas de visibilité avant.

### Voici quelques exemples :

- Placez votre bannière sur le site
- Achetez une page de publicité dans le programme souvenir
- Présentez une section de l'événement
- Ayez une table promotionnelle durant l'événement
- Article promotionnels distribués pendant l'événement

## 5) Les coordonnées

C'est ici que l'on trouve les coordonnées de votre organisme et le nom de la personne avec qui communiquer pour plus d'information.

Mettez le lien de votre site Web et n'oubliez pas de remercier la personne pour l'intérêt à votre demande.

## 6) Entente de partenariat

L'entreprise, l'organisme ou l'institution y entre ses coordonnées et spécifie le forfait et les éléments supplémentaires entendus par les deux parties, s'il y a lieu. ([Voir annexe 11 : Entente de collaboration](#))

## **7) Formulaire d'achat**

Que vous offrez une campagne à la carte ou une entente de partenariat, ajoutez un formulaire permettant de sélectionner les éléments à acheter et procédez à la commande. Veuillez seulement modifier le tableau selon vos options.

- De préférence, les formulaires devraient avoir une seule page.

Il est maintenant facile et rapide d'offrir la possibilité de régler la commande et le paiement électroniquement, de créer vos formulaires en ligne, de recevoir des paiements en toute sécurité et de déposer vos fonds directement dans votre compte en banque.