



FICHE SAVOIR MARKETING

Sélectionner et constituer un réseau de partenaires

Retrouvez toutes les fiches en intégralité avec les liens actifs



Le **développement d'un réseau de partenaires** est indispensable lorsqu'on vend un produit ou une gamme de produits. On pourrait même dire que le partenariat est crucial pour les PME/PMI qui ne disposent pas toujours de ressources suffisantes pour envisager un développement organique.

► Sélectionner ses partenaires

Analyse stratégique de l'environnement

Identifier et comprendre le marché cible :

1. analyse externe macro-environnement (PESTEL) ;
2. analyse externe micro-environnement (Forces concurrentielles de Porter) ;
3. analyse interne (Forces et Faiblesses).

Définir la portée du partenariat

1. Objectifs : développement clientèle/de notoriété/pénétration de marché/nouveau réseau de distribution (outil : Matrice Ansoff).
2. Portée géographique : local/national/international.
3. Type de partenaires à sélectionner : Circuit/canal/type d'organisation/secteurs d'activité/image de marque/positionnement/expérience.
4. Évaluation des risques et bénéfices.
5. Sélectionner la forme de partenariat :
 - commerce intégré ;
 - commerce organisé : franchise et commerce associé coopératif ;
 - définir les ressources financières ;
 - évaluer les risques et bénéfices du partenariat.

► Constituer son réseau de partenaires

Sélectionner les partenaires : parmi les contacts existants ou trouver de nouveaux partenaires.

Démarcher des partenaires : la mise en place d'un partenariat est relativement longue, le délai moyen de mise en œuvre est de 6 mois. L'étape préalable à tout démarchage est la constitution d'un dossier de partenariat où vous préciserez les objectifs du partenariat, la ou les formes envisagées et surtout les bénéfices attendus. Trois facteurs clés doivent être réunis pour un partenariat « signable » :

1. un intérêt business : création de valeur pour chaque partenaire ;
2. des valeurs communes ;
3. une conception commune du partenariat : équité, transparence et bénéfices mutuels.

On peut distinguer 3 grandes étapes :

1. constituer un dossier de partenariat : support essentiel à l'entrée en matière avec les futurs partenaires (cf. Fiche méthode – Constituer un dossier de partenariat) ;
2. la prise de contact avec les partenaires potentiels ;
3. la négociation du partenariat : à ce stade les interlocuteurs rencontrés sont potentiellement intéressés, il va s'agir de les convaincre de s'engager avec votre entreprise.

Trois éléments clés doivent guider votre démarche :

1. **intéresser** : en expliquant comment et pourquoi le projet de partenariat répond à un enjeu de l'entreprise partenaire auquel cette dernière pourrait difficilement répondre seule. Il s'agit ici de qualifier les enjeux respectifs ;
2. **illustrer** en exposant des pistes de solutions concrètes (cela suppose une étude de marché solide) ;
3. **rassurer** sur la faisabilité du projet et sur la capacité de l'entreprise à ne pas être facteur de risque.

Pendant cet entretien il faudra aborder des points cruciaux formalisés dans un cahier des charges :

1. la forme juridique ;
2. la gestion du partenariat ;
3. les ressources à mobiliser ;
4. la planification du partenariat.