

# FEMINA

Inclusion of Women in the Cultural & Creative Sector

Pr. No. 2022-1-LU01-KA210-VET-000081625

## Programme de formation mixte : Inclusion et diversité dans le secteur culturel et créatif (CCS)



Cofinancé par  
l'Union européenne

*Programme Erasmus+, Action clé 2 : Partenariats pour la coopération, Partenariat à petite échelle*

**Femina - Inclusion des femmes dans le secteur culturel et créatif**

Programme de formation mixte :

Inclusion et diversité dans le secteur culturel et créatif (CCS)

## Réseautage en tant que femme chef d'entreprise

Auteur:

Mr. Tsvetomir Budakov, Luxembourg Creative Lab a.s.b.l.

Mrs. Kristina Chavdarova, Luxembourg Creative Lab a.s.b.l.

Prof. Dr. Petyo Budakov, Budakov Films EOOD

Keti Tserovska, Budakov Films EOOD

Asst. Prof. Dr. Yordan Karapenchev, Sofia University "St. Kliment Ohridski"

COPYRIGHT: ALL PROJECT RESULTS ARE LICENSED UNDER CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION-NONCOMMERCIAL-SHAREALIKE 4.0 INTERNATIONAL (CC BY-NC-SA 4.0)



## Table des matières

<b>Déclaration de droits d'auteur pour le module de formation</b>	3
<b>Clause de non-responsabilité</b>	3
<b>À propos de Femina</b>	4
<b>Unité 1 : Organisations professionnelles soutenant les femmes</b>	5
<b>Unité 2 : Organiser des activités de networking</b>	10
<b>Unité 3 : Les secrets de networking</b>	20
<b>Bonnes pratiques</b>	26
<b>Conseils et recommandations</b>	28
<b>Glossaire</b>	29
<b>Références</b>	30
<b>Vérifiez vos connaissances (choix multiple avec une seule réponse correcte)</b>	31

## Déclaration de droits d'auteur pour le module de formation

Le contenu de ce module de formation relève de la propriété intellectuelle et est librement accessible à tous les utilisateurs. Ce module de formation est protégé par la licence Creative Commons Attribution-Non-Commercial-Share-Alike 4.0 International License. Vous êtes libre de :

Partager - copier et redistribuer le matériel sur n'importe quel support ou dans n'importe quel format.

Adapter - remixer, transformer et développer le matériel sous les conditions suivantes :  
Attribution - Vous devez donner le crédit approprié, fournir un lien vers la licence et indiquer si des modifications ont été apportées. Vous pouvez le faire d'une manière raisonnable, mais pas d'une manière qui suggérerait que le donneur de licence vous approuve ou approuve votre utilisation.

Non commercial - Vous ne pouvez pas utiliser le matériel à des fins commerciales.

Partage à l'identique - Si vous remixez, transformez ou développez le matériel, vous devez distribuer vos contributions sous la même licence que l'original.

Toute utilisation ou reproduction non autorisée du contenu de ce module de formation sera considérée comme une violation de la loi sur les droits d'auteur et fera l'objet d'une action en justice.

## Clause de non-responsabilité

Le programme de formation FEMINA a été développé comme un programme de formation mixte, combinant l'apprentissage en ligne (étude indépendante reposant sur des ressources d'apprentissage en ligne) et des activités en salle de classe animées par un formateur qualifié. Les unités de ce module sont conçues pour fournir aux apprenants les informations les plus importantes concernant le sujet du module, conformément aux résultats des analyses menées dans le cadre du projet FEMINA.

Le contenu d'apprentissage fourni ici est destiné à servir à l'apprentissage autonome et ne prétend pas couvrir tous les aspects possibles et les questions connexes en ce qui concerne le sujet traité. Les utilisateurs sont seuls responsables de s'assurer qu'ils disposent du matériel, des logiciels, des équipements de télécommunication et des services Internet suffisants et compatibles nécessaires à l'utilisation du campus et des modules en ligne.

## À propos de Femina

Femina - Inclusion des femmes dans le secteur culturel et créatif (2022-1-LU01-KA210-VET-000081625) est un projet collaboratif financé par Erasmus+ qui vise à promouvoir la participation des femmes dans le secteur culturel et créatif. Le projet implique deux partenaires, Luxembourg Creative Lab a.s.b.l. et Budakov Films Ltd, qui ont une grande expérience de travail avec des personnes créatives sur divers projets et initiatives. Au cours de notre recrutement et de notre recherche de pigistes, nous avons identifié des groupes spécifiques de femmes dans le secteur culturel et créatif :

Les femmes ayant une formation créative qui ne sont actuellement pas employées dans le même domaine mais qui ont le potentiel d'apporter leurs compétences et leur expertise.

Les femmes qui peuvent manquer de confiance dans leurs compétences numériques, bien qu'elles soient activement impliquées dans le secteur culturel et créatif.

Les femmes qui sont actuellement employées mais qui aspirent à se lancer dans une carrière d'entrepreneur ou de freelance dans le secteur culturel et créatif.

En identifiant et en répondant aux besoins spécifiques et aux défis rencontrés par ces sous-segments de femmes, le projet vise à favoriser l'inclusion, à soutenir leur développement professionnel et à leur donner les moyens de s'épanouir dans le domaine de la culture et de la création.



## Unité 1 : Organisations professionnelles soutenant les femmes

*Tags : associations, chambre de commerce, membres, industrie, groupes*

### Unité 1 - Introduction

*Travailler en tant que freelance ou entrepreneur individuel apporte une liberté personnelle, un gain financier et un sentiment d'accomplissement que peu d'emplois réguliers peuvent offrir. Si vous lisez ces lignes, vous en êtes probablement déjà conscient. Toutefois, le fait de travailler à son propre compte s'accompagne de certains défis.*

*Il n'y a pas d'équipe sur laquelle s'appuyer, pas de collègues à qui confier le travail pendant les jours de congé. Il est même souvent nécessaire d'avoir quelqu'un à qui se plaindre pour partager le fardeau. De plus, il n'y a pas d'équipe de RH avec une procédure d'intégration préétablie dans la nouvelle entreprise. Lorsque des difficultés surviennent, une femme travaillant seule peut vraiment se sentir seule.*

*Ce n'est pas une fatalité. Le networking avec d'autres entrepreneurs et professionnels du monde des affaires peut vous aider et cette unité vous montrera comment aller à leur rencontre.*

### 1.1. Groupes de soutien et où les trouver

Pour réussir dans votre domaine d'activité, vous devez exploiter la plus grande ressource naturelle partagée par toutes les femmes d'affaires : les autres femmes d'affaires. Même si vous n'êtes pas collègues de travail, vos consœurs, à tous les niveaux de l'entreprise, partagent probablement le même objectif de réussite.

Les groupes de soutien, les clubs d'affaires et les événements de networking stimulent la collaboration et les partenariats entre les membres et les aident à s'établir dans le monde des affaires et à protéger leurs intérêts. Ces groupes tiennent leurs membres informés de l'actualité en matière d'éducation, de parentalité, de beauté, de mode et d'autres domaines d'intérêt.

Le moyen le plus simple d'entrer en contact avec des groupes de soutien est, de loin, l'Internet. Vous pouvez rejoindre des communautés et des plateformes en ligne spécialement créées pour les femmes entrepreneurs. En outre, les réseaux sociaux tels que LinkedIn, les groupes Facebook et les plateformes de réseautage professionnel disposent souvent de groupes dédiés aux femmes d'affaires.

Recherchez des mots clés tels que "femmes entrepreneurs", "femmes dans les affaires" ou "startups dirigées par des femmes" pour trouver des groupes pertinents. N'hésitez pas à participer aux discussions, à poser des questions et à établir des liens avec les autres membres.

Recherchez les organisations commerciales locales ou les chambres de commerce qui ont mis en place des initiatives visant à soutenir les femmes dans l'entrepreneuriat. Ces organisations organisent souvent des manifestations, des ateliers et des possibilités de networking pour les femmes chefs d'entreprise. Contactez-les ou consultez leur site web pour savoir s'ils ont des programmes ou des groupes spécifiques pour les femmes chefs d'entreprise.

## **1.2. Organisations pour les femmes d'affaires en Bulgarie**

La Bulgarie a disposé d'un temps limité pour développer une culture entrepreneuriale. De 1944 à 1989, le pays était un État communiste à parti unique, où l'initiative privée n'était pas autorisée. Malgré une certaine propagande nominalement progressiste du régime, les femmes étaient généralement censées poursuivre des rôles traditionnels spécifiques à leur sexe. Tout cela a changé rapidement dans les années 1990, lorsque le capitalisme a été réintroduit dans le pays. D'anciennes associations ont été rétablies et de nouvelles ont prospéré. Cet environnement dynamique s'est maintenu au cours des décennies suivantes, avec de multiples organisations qui se disputent les adhésions.

### **1.2.1. Chambres de commerce locales**

La Bulgarie compte plusieurs organisations d'entreprises, dont les plus importantes sont la Chambre de commerce et d'industrie bulgare (BCCI) et l'Association industrielle bulgare (BIA). Ces deux associations ont soutenu et encouragent activement l'entrepreneuriat féminin et participent à des événements locaux et internationaux.

La BCCI est une organisation non gouvernementale influente qui représente et soutient les intérêts de la communauté des affaires bulgare. C'est l'une des plus anciennes organisations d'entreprises en Bulgarie, dont l'histoire remonte à 1895. La BCCI joue un rôle crucial dans la promotion de la croissance économique, l'encouragement des relations commerciales et le soutien de l'esprit d'entreprise en Bulgarie. La BIA est une association concurrente, créée à la fin des années 80. Elle joue un rôle important dans l'élaboration des politiques économiques, la promotion du développement industriel et le soutien de la compétitivité des entreprises bulgares.

Les deux associations ont participé et soutenu divers événements, tels que la "Journée des femmes entrepreneurs" (WED), et disposent de sections dédiées aux femmes d'affaires. Vous pouvez les contacter en ligne, via leurs sites web :

#### **Association industrielle bulgare**



Le club est remarquable parce qu'il publie également un almanach sur les femmes dans le monde des affaires. La participation à cet ouvrage, qui est publié chaque année, est ouverte à toutes les femmes d'affaires qui s'acquittent d'une cotisation abordable.



Image 2 – Almanach des entreprises appartenant à des femmes en Bulgarie.

Des pratiques similaires, telles que des almanachs, des brochures "qui est qui" et d'autres documents de marketing, sont distribués dans pratiquement tous les États membres de l'UE. Bien que nous n'ayons pas l'intention de faire de la publicité pour cette publication en particulier, nous vous conseillons d'indiquer votre présence dans des publications similaires dans votre pays. Les frais de participation ne représentent qu'une fraction de ce qui serait nécessaire pour produire et distribuer votre propre brochure.

Il est également possible d'entrer en contact avec des organisations de ce type en ligne et par le biais de leurs comptes de médias sociaux.

Vous pouvez en savoir plus sur ces organisations en suivant ces liens :

**Club "Business in high heels":**

Site web: [www.clubvisokitokcheta.bg](http://www.clubvisokitokcheta.bg)

Facebook: [www.facebook.com/clubvisokitokcheta/](https://www.facebook.com/clubvisokitokcheta/)

**Conseil des femmes d'affaires en Bulgarie**

Site web: [www.womeninbusiness.bg](http://www.womeninbusiness.bg)



Le Luxembourg dispose d'un réseau actif de professionnels qui s'efforcent de se soutenir mutuellement dans leurs activités entrepreneuriales. Vous pouvez entrer en contact avec ces groupes par l'intermédiaire des médias sociaux ou en participant aux événements qu'ils organisent. L'association Women in Business A.s.b.l (WIB) est un excellent exemple d'association active. Il s'agit d'une association professionnelle nationale indépendante, établie au Luxembourg depuis 2005. Sa mission déclarée est de rassembler les femmes d'affaires en développant et en encourageant les opportunités de networking entre les femmes de tous les secteurs, à tous les stades de leur carrière (PDG, dirigeantes, propriétaires de petites entreprises, cadres) par le biais d'événements culturels et sociaux dédiés.



*Image 3 – participants à un séminaire organisé par Women in Business - Luxembourg*

Les personnes travaillant dans le secteur créatif en particulier peuvent adhérer à l'association "Design Luxembourg". Il s'agit de la fédération locale de tous les entrepreneurs indépendants et des freelances travaillant dans le domaine de la communication visuelle. Elle est affiliée à la Confédération luxembourgeoise du commerce (clc) et convient parfaitement aux femmes d'affaires qui souhaitent découvrir des contacts utiles dans le cadre de leur travail. Vous pouvez contacter ces organisations par le biais des contacts suivants.

### **Design Luxembourg**

Site web: [www.designluxembourg.lu](http://www.designluxembourg.lu)

Facebook: [www.facebook.com/designluxembourg](https://www.facebook.com/designluxembourg)

LinkedIn: [www.linkedin.com/company/design-luxembourg](https://www.linkedin.com/company/design-luxembourg)

### **Les femmes dans l'entreprise**

Site web: [www.womeninbusiness.lu](http://www.womeninbusiness.lu)

### Principaux enseignements

- Les groupes de soutien, les clubs d'affaires et les événements de networking stimulent la collaboration et les partenariats entre les membres et les aident à s'établir dans le monde des affaires et à protéger leurs intérêts.
- 
- Il est conseillé de s'adresser aux associations professionnelles et de participer à tout matériel de marketing commun qu'elles pourraient produire - almanachs, brochures "qui est qui", etc.
- 
- Recherchez des organisations qui se consacrent au soutien des femmes entrepreneurs. Si la chambre de commerce locale peut avoir des membres féminins, voire un chapitre dédié, vous pouvez donner la priorité aux associations dédiées exclusivement aux femmes.

### Recommandations de lectures complémentaires

Se présenter de la meilleure façon possible aux organisations professionnelles est une compétence tout aussi importante dans le monde des affaires. Nous aborderons cette question plus en détail dans le module 6 : Diriger comme une femme entrepreneur

### Références pour l'unité 1 :

Femmes d'affaires Bulgarie - [www.womeninbusiness.bg](http://www.womeninbusiness.bg)  
Club "Business in High Heels" - [www.clubvisokitokcheta.bg](http://www.clubvisokitokcheta.bg)  
Design Luxembourg - [www.designluxembourg.lu](http://www.designluxembourg.lu)  
Association industrielle bulgare - [www.bia-bg.com](http://www.bia-bg.com)  
Chambre de commerce et d'industrie bulgare- [www.bcci.bg](http://www.bcci.bg)

## Unité 2 : Organiser des activités de networking

*Tags : événements, communauté, ateliers, réunions, team-building*

### *Unité 2 - Introduction*

*Les associations présentées dans l'unité 1 ne représentent qu'une petite fraction de tous les groupes de soutien disponibles pour les femmes entrepreneurs, qu'ils soient basés en Bulgarie, au Luxembourg ou dans un autre pays. Toutefois, il est possible qu'après avoir effectué vos propres recherches, vous constatiez qu'aucune organisation n'est particulièrement bien adaptée aux besoins de votre entreprise.*

*Là où d'autres voient un problème, vous devriez, en tant qu'entrepreneur, voir une possibilité. Si personne d'autre ne l'a fait, vous êtes peut-être la personne la mieux placée pour contacter d'autres collègues du secteur culturel et créatif et organiser des événements de networking sans passer par des intermédiaires tels que les associations professionnelles.*

### 2.1. Types d'événements de networking

L'objectif principal des événements de networking est de permettre aux participants de se rencontrer et d'apprendre à se connaître, de discuter d'idées et d'opportunités de collaboration, ainsi que de partager des aspects personnels de la vie. Il n'est pas nécessaire que tous les événements soient formels, car vous pouvez envisager d'organiser des événements culturels et de style de vie tels que des séminaires sur le vin avec dégustations, des cours de cuisine avec des célébrités locales et internationales, et diverses activités liées à la détente et aux loisirs, y compris des voyages, des promenades dans la nature, et même des soins de beauté.

Les différentes activités possibles peuvent être regroupées en quelques grandes catégories :

- **Séminaires et ateliers professionnels**

Pour organiser un séminaire réussi, vous devez d'abord identifier les sujets clés qui intéressent les femmes entrepreneurs. Le développement et la gestion de la marque, ainsi que les questions juridiques et commerciales sont des points de départ évidents. Toutefois, en tant que femme chef d'entreprise, vous pourriez envisager d'aborder d'autres sujets tels que l'écart de rémunération entre les hommes et les femmes, les stéréotypes au travail, ainsi que certains sujets spécifiques aux secteurs de la création et de la culture - le design, la gestion artistique, les droits de propriété intellectuelle, etc.

Le deuxième élément clé d'un bon séminaire est la présence d'éminents spécialistes dans leur domaine et de personnalités influentes. Recherchez des professeurs d'université ou des professionnels du monde des affaires qui s'expriment ouvertement sur les sujets qui vous intéressent.

La conférence sheleader.digital en Bulgarie ([www.sheleader.digital](http://www.sheleader.digital)) et l'événement Women at the Top au Luxembourg ([www.womenluxembourg.live.ft.com](http://www.womenluxembourg.live.ft.com)) sont de bons exemples de ce type d'événements.

#### - Programmes de mentorat

L'apprentissage de pair à pair est un avantage essentiel et souvent négligé des événements de networking. Les groupes de mentorat offrent aux femmes chefs d'entreprise une plateforme leur permettant d'entrer en contact avec des mentors expérimentés ou de former des groupes avec d'autres chefs d'entreprise. Ces rencontres intimes permettent souvent de partager des défis, de recevoir des conseils et d'établir des relations durables.

Les mentors ne doivent pas nécessairement être des concurrents dans le même domaine. Le secteur culturel et créatif présente l'avantage d'offrir diverses opportunités de carrière qui se complètent plutôt que de se concurrencer. Après tout, c'est la valeur fondamentale de networking. La Fondation Cherie Blair est un exemple d'organisation qui facilite le mentorat pour les femmes entrepreneurs ([www.cherieblairfoundation.org](http://www.cherieblairfoundation.org)).

#### - Activités de renforcement de l'esprit d'équipe

S'il est vrai que vous et les autres femmes chefs d'entreprise n'êtes pas des collègues au sens traditionnel du terme (c'est-à-dire travaillant pour la même entreprise), cela contribue à créer une atmosphère collégiale entre vous. 4

Les femmes qui travaillent en tant qu'indépendantes ou entrepreneuses individuelles découvriront inévitablement à quel point il peut être difficile de ne pas avoir d'homologues au travail. La solution la plus évidente consiste à en trouver par ses propres moyens.

Parmi les événements typiques de consolidation d'équipe, citons les expositions, les défilés de mode, les soirées musicales, les clubs littéraires, les récitals de poésie, les présentations de livres, etc. Les événements sportifs doivent également être pris en compte dans le calendrier, y compris les activités telles que les leçons de golf, l'équitation, le pilates, le yoga, l'aquagym, la danse, le beach-volley, le tennis, le bowling, le karting et bien d'autres encore.

Ces types d'événements peuvent être considérés à la fois comme une occasion d'évacuer le stress (ce que nous aborderons plus en détail dans le module 8 : Gestion du stress dans le secteur culturel et créatif) et comme une plateforme permettant d'établir de nouveaux contacts professionnels.

## 2.2. Organiser un événement de networking

En tant qu'entrepreneur, vous devez savoir organiser des événements. Cela vous sera utile non seulement en tant que gestionnaire de votre propre entreprise, mais aussi lorsque vous envisagerez des possibilités de networking. La première étape consiste à déterminer les objectifs et la finalité de l'événement. Souhaitez-vous offrir des possibilités de networking, proposer des sessions éducatives ou vous concentrer sur un secteur d'activité spécifique ? La clarification de vos objectifs vous aidera à définir la structure et le contenu de l'événement. Une fois que vous êtes sûre de vous à cet égard, ciblez un groupe spécifique de femmes chefs d'entreprise auxquelles vous souhaitez vous adresser. Tenez compte de facteurs tels que le secteur d'activité, le niveau d'expérience, le lieu et les centres d'intérêt. Cela vous aidera à adapter l'événement à leurs besoins et à leurs préférences.

On dit qu'il y a trois choses importantes à gérer lors de l'organisation d'un événement : l'emplacement, l'emplacement et l'emplacement. Tout humour mis à part, on ne saurait sous-estimer l'importance du choix d'un lieu approprié pour tout événement de réseautage. Une fois le lieu choisi, le format et la durée de l'événement commencent à prendre forme.

Après la pandémie de Covid-19, une distinction importante doit être faite entre les événements en direct, les événements virtuels, ainsi que les événements hybrides, qui comprennent à la fois des participants sur place et des participants en ligne. Cette considération se répercute sur tous les aspects de la réunion - y compris le budget, le lieu, etc.

Identifier et inviter des orateurs influents et compétents qui peuvent apporter des idées et une expertise précieuses. Collaborer avec les organisations concernées, les experts du secteur ou les sponsors qui peuvent apporter un soutien, des ressources ou un financement pour l'événement.

Créer un programme et un agenda pour l'événement, y compris les sessions, les ateliers, les discussions de groupe et les activités de réseautage. Veillez à équilibrer le contenu éducatif et les possibilités de networking, afin de permettre aux participants d'échanger entre eux et d'acquérir des connaissances utiles.

Vous devez préparer un programme et un script. Le programme d'un événement est l'horaire officiel mis à la disposition de tous les invités. Le script, quant à lui, est un document dont seuls les organisateurs disposent. Les horaires spécifiques peuvent différer d'un cas à l'autre. Par exemple, comparez l'exemple du tableau 1 :

Programme de l'événement	Script de l'événement
11:00 – Discours d'ouverture 12:00 – Séance de questions-réponses 12:30 – Pause déjeuner	10:00 - Arrivée de l'orateur principal sur le site 10:30 - Test du système de sonorisation 11:00 - Début du discours de l'orateur principal 11:50 - Installation des microphones dans la salle pour la session de questions-réponses. 12:00 - Début de la session de questions-réponses 12:10 - Arrivée du traiteur Etc.

*Table 1 – Comparaison entre un programme d'événement et un script d'événement*

Comme le montre le tableau 1, il n'est pas nécessaire de communiquer aux participants toutes les activités qui se déroulent pendant l'événement. Le script est interne et contient des informations qui ne sont pas pertinentes pour les invités, mais qui sont importantes pour les organisateurs.

La mise en place d'un système d'inscription en ligne pour rationaliser le processus d'inscription des participants est généralement une bonne idée. Vous pouvez par exemple créer un événement sur Facebook et demander aux participants de déclarer s'ils seront présents ou non, ou s'ils sont "intéressés", pour reprendre la terminologie de Facebook. Vous trouverez de plus amples informations sur la gestion du profil Facebook de votre entreprise dans le module 4 : Guide des médias sociaux pour les entreprises dirigées par des femmes.

Gardez à l'esprit que le nombre de personnes susceptibles d'assister à un événement est différent du nombre de participants déclarés sur une plateforme, qu'il s'agisse de Facebook ou d'une autre inscription en ligne. Partez toujours du principe que le nombre de participants sera inférieur au nombre de participants déclarés. Par exemple, si vous avez besoin de 50 participants à votre événement de réseautage, vous devez contacter au moins 75 personnes pour vous assurer que vous aurez un nombre suffisant de participants.

### **2.3. Gestion de l'espace événementiel**

Si vous avez choisi un lieu approprié pour votre événement de networking, il vous faut encore aménager l'espace à l'intérieur de ce lieu. Toutes les configurations de sièges ne sont pas également propices à la networking et n'encouragent pas les gens à se mêler les uns aux autres après les présentations formelles ou les conférences.

Le format traditionnel d'une conférence (voir image 4) crée généralement une séparation entre le conférencier et les participants, même si ces derniers sont en fait des femmes d'affaires prospères. Dans ces circonstances, la disposition de la salle en "classe" est choisie pour renforcer la position de l'orateur.

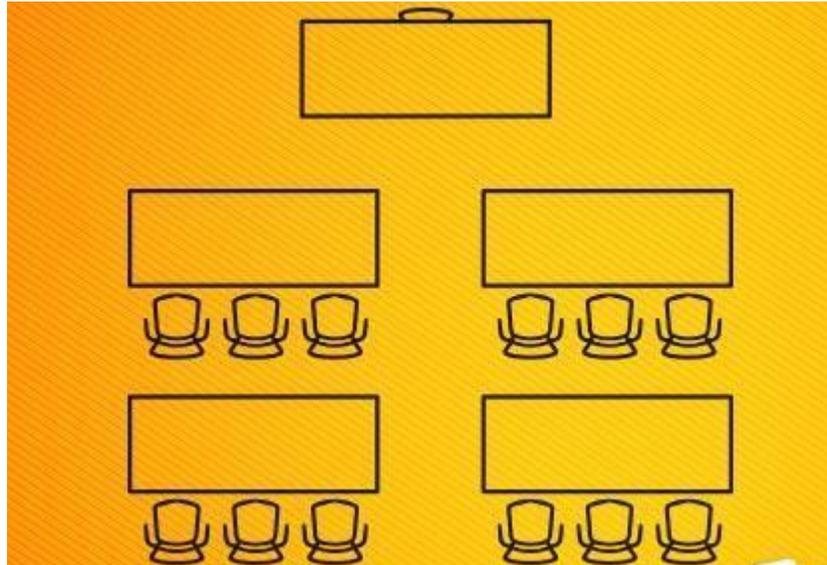


Image 4 – "Classroom" type de mise en page pour un événement. Source: meetings.skift.com

Cependant, dans les circonstances spécifiques de la création d'un événement de networking pour les femmes travaillant dans le secteur culturel et créatif, la configuration "salle de classe" n'est peut-être pas appropriée. Elle présente deux inconvénients majeurs :

Elle n'est pas propice au brainstorming et à la networking. On attend des auditeurs qu'ils soient passifs.

Elle peut ne pas convenir aux femmes d'affaires travaillant dans le secteur culturel et créatif, car elle est souvent perçue comme dépassée et ennuyeuse.

Comment organiser votre salle, en supposant que vous ayez invité au moins un orateur et que vous disposiez d'une scène pour votre événement ? Vous pouvez opter pour une conférence moins formelle en forme de U. De cette manière, les participants se voient les uns les autres. De cette manière, les participants se voient en plus des orateurs et sont plus susceptibles d'interagir les uns avec les autres. La présence de bureaux dans la salle correspond à la configuration classique en "U" (voir image 5). Cette disposition est utile si les participants doivent prendre des notes. Une variante encore moins formelle de cette disposition est le "fer à cheval", où il n'y a que des chaises mais pas de bureaux. Idéalement, l'orateur ne devrait pas non plus disposer d'un bureau ou d'une scène surélevée dans cette variante.

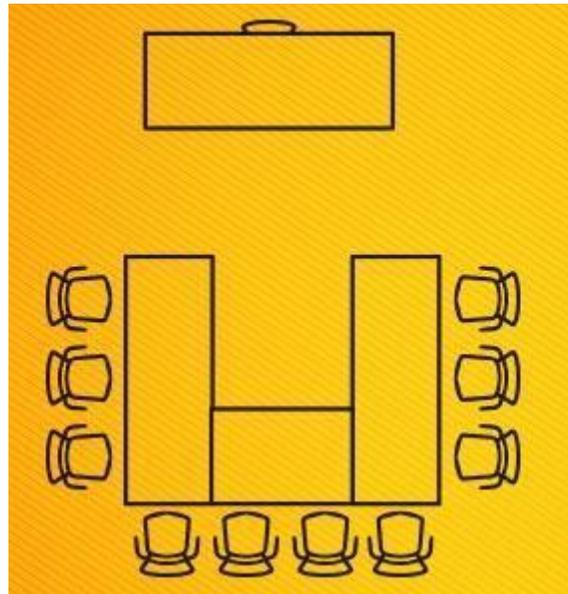


Image 5 – “Classroom” type de mise en page pour un événement. Source: [meetings.skift.com](https://meetings.skift.com)

Une alternative particulièrement adaptée aux personnes créatives est le "Clusters set up". Dans cette variante, l'espace événementiel est conçu pour favoriser le travail en équipe et les rencontres. Les orateurs ont une fonction secondaire, souvent limitée à la définition des tâches ou à la présentation des résultats des groupes de travail individuels.

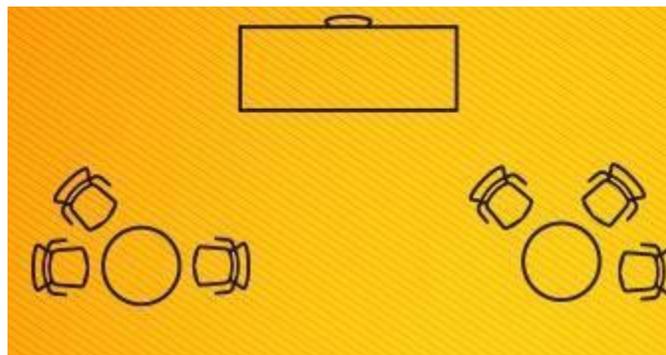


Image 6 – “Clusters” type de mise en page pour un événement. Source: [meetings.skift.com](https://meetings.skift.com)

Remarquez que toutes les chaises ne font même pas face à l'orateur ou à la scène de l'événement de networking. Le rôle de l'orateur est très limité dans cette configuration et la scène restera probablement vide pendant la majeure partie de l'événement. Les groupes ne sont souvent pas symétriques, mais doivent rester relativement équilibrés en termes de sièges, afin de garantir à tous les participants un accès égal au processus de networking.

## 2.4. Promouvoir les événements prévus

Le succès de votre événement de réseautage nécessite une stratégie marketing et promotionnelle complète pour sensibiliser et attirer les participants. Utilisez différents canaux tels que les médias sociaux, le marketing par courriel, les publicités ciblées, les publications sectorielles et les réseaux personnels. Tirez parti de partenariats avec des influenceurs ou des organisations qui peuvent vous aider à faire passer le message.

Cela nous ramène à l'unité 1 de ce module. L'adhésion à des organisations professionnelles est un bon moyen d'entrer en contact avec des partenaires potentiels et d'autres femmes travaillant dans les secteurs culturel et créatif. Demandez-vous si vous avez ou non un groupe spécifique de femmes entrepreneurs que vous souhaitez atteindre. Leurs caractéristiques démographiques, leurs centres d'intérêt et leurs canaux de communication préférés sont autant de facteurs à prendre en compte. Cela vous aidera à adapter vos messages marketing et à sélectionner les méthodes de promotion les plus efficaces.

Pour la plupart des organisateurs d'événements de réseautage qui en sont à leur première expérience, les médias sociaux constituent la méthode de prédilection. Tirez parti de votre présence sur LinkedIn, Facebook, Twitter et Instagram pour promouvoir votre événement. Créez des posts attrayants, partagez du contenu pertinent et utilisez des hashtags spécifiques à l'événement pour en accroître la visibilité. Envisagez de diffuser des publicités ciblées ou des posts sponsorisés pour atteindre un public plus large.

Les organisateurs d'événements plus expérimentés peuvent utiliser des outils supplémentaires tels que le marketing de contenu. Rédigez des lignes d'objet convaincantes et des messages personnalisés pour augmenter le taux d'ouverture des courriels. Mettez en avant les détails clés de l'événement, les conférenciers et les offres exclusives pour encourager les inscriptions à votre événement. Il se peut que vous ne disposiez pas de suffisamment d'informations de contact lors du premier événement de réseautage que vous organisez, mais au fur et à mesure que les participants s'inscrivent, vous pouvez recueillir ces données auprès d'eux.

En outre, vous pouvez contacter les médias locaux, tels que les journaux, les magazines ou les stations de radio, pour présenter votre événement comme un sujet d'actualité. Proposez des interviews, des avis d'experts ou des articles sur l'entrepreneuriat féminin et l'importance des événements de networking.

### Principaux enseignements

- S'il n'y a pas d'événements de réseautage en cours dans votre région, vous pouvez peut-être saisir l'occasion et en organiser un vous-même.
-

- Le choix du lieu et l'aménagement de l'espace sont essentiels à la réussite de l'événement de réseautage.
- 
- Faites la promotion de votre événement sur les médias sociaux, en tenant compte des caractéristiques démographiques, des centres d'intérêt et des canaux de communication préférés de vos collègues entrepreneurs.

### **Recommandations de lectures complémentaires**

La promotion et l'organisation d'un événement nécessitent de savoir comment gérer le profil d'une entreprise sur les médias sociaux. Vous pouvez en apprendre davantage à ce sujet dans le module 4 : Guide des médias sociaux pour les femmes entrepreneurs.

### **Références pour l'unité 2 :**

**White, B. (2023).** Networking Tips for Young Professionals: LinkedIn

**Cote, C. (2022).** Networking for Entrepreneurs. HBS Online

**Franco, M. (2020).** The Science of Networking: Research to help you network better. Psychology Today.

**Clark, D. (2014).** Networking for Introverts: Strategies to Thrive in Networking Events. Harvard Business Review.

## Unité 3 : Les secrets d'un networking efficace

*Tags : étiquette, vêtements, elevator pitch, conversations, interactions sociales*  
*Unité 3 - Introduction*

*Organisateur ou participant - dans les deux cas, vous devez vous faire connaître lors d'un événement de networking. Il ne suffit pas d'être présent pour que votre présence en vaille la peine. Mais comment vous assurer que les gens se souviendront de vous et de votre entreprise parmi les nombreux autres participants ? Cela peut être intimidant pour de nombreuses femmes, et il convient de noter que les personnes créatives sont souvent des introvertis, qui dépensent leur énergie dans l'art plutôt que dans les communications interpersonnelles.*

*Heureusement, il existe quelques conseils et astuces qui peuvent vous aider dans votre démarche. Nous les étudierons plus en détail dans cette unité.*

### 3.1. Les cinq principes d'une bonne conversation

Entamer une conversation avec un inconnu peut être intimidant, même si vous êtes toutes deux des femmes occupant des fonctions similaires dans vos propres entreprises. Les questions liées au travail sont un moyen évident d'engager la conversation lors des événements de réseautage, mais ce n'est pas le seul moyen d'engager la conversation avec un autre participant. En outre, il y a des étapes à franchir avant même de commencer à parler.

#### - Être accessible

La première étape consiste à créer une présence invitante et accessible en adoptant un langage corporel ouvert, en souriant et en établissant un contact visuel. Il sera ainsi plus facile pour les autres d'engager la conversation avec vous. Commencez la conversation par des sujets légers et faciles, tels que l'événement lui-même, le lieu ou des intérêts communs. Cela permet de briser la glace et d'établir une atmosphère confortable.

#### - Pratiquer l'écoute active

En bref, il s'agit d'accorder toute votre attention à votre interlocuteur. Montrez un intérêt sincère pour ce qu'il dit, posez des questions complémentaires et engagez une conversation constructive. Évitez de balayer constamment la salle du regard ou de chercher d'autres personnes à qui parler. L'authenticité est la clé du réseautage. Soyez vous-même et laissez transparaître votre personnalité. Les gens sont plus enclins à entrer en contact avec vous lorsqu'ils ressentent de l'authenticité.

#### - Échanger des cartes de visite ou des coordonnées

Le cas échéant, échangez vos cartes de visite ou vos coordonnées avec les personnes que vous rencontrez. Cela vous permet de rester en contact après l'événement et de continuer à construire la relation. Après l'événement, faites l'effort de prendre contact avec les personnes que vous avez rencontrées. Envoyez des messages personnalisés exprimant le plaisir que vous avez eu à les rencontrer et l'intérêt que vous portez à la poursuite de la conversation. Cela permet de consolider le lien et d'ouvrir la porte à d'autres communications et collaborations.

#### - **Prendre en compte le temps**

Bien qu'il soit important d'avoir des conversations intéressantes, faites attention au temps que vous passez avec chaque personne. Laissez les interactions se dérouler naturellement, mais soyez attentif aux autres personnes qui peuvent attendre pour engager la conversation. Lorsque vous discutez d'un sujet avec un collègue entrepreneur, il peut être tentant de prolonger la conversation. Bien sûr, vous ne devez pas vous arrêter en plein milieu d'une phrase, mais profitez plutôt de l'occasion pour partager vos coordonnées (cartes de visite, numéros de téléphone ou données sur les réseaux sociaux).

#### - **Être respectueux et inclusif**

Adoptez la diversité et l'inclusivité dans vos interactions. Respectez les différentes origines, perspectives et expériences. Engagez-vous auprès d'un large éventail de personnes, et pas seulement auprès de celles qui vous ressemblent. Les femmes d'affaires sont encore confrontées à certains stéréotypes et des efforts supplémentaires sont nécessaires pour les minimiser. Si vous en avez fait l'expérience vous-même, vous pouvez partager votre histoire personnelle avec d'autres. Peut-être cela finira-t-il par inspirer les gens à faire un meilleur travail eux-mêmes.

Les conversations avec les pairs sont une excellente occasion d'atténuer le stress lié au travail que vous avez peut-être accumulé. Nous aborderons ce sujet plus en détail dans le module 8 : Gestion du stress dans le secteur culturel et créatif.

### **3.2. Préparez votre discours d'ascenseur**

Dans le monde dynamique et rapide du secteur culturel et créatif, la maîtrise de l'art de l'elevator pitch peut changer la donne pour votre réussite. Un "elevator pitch" est un résumé concis et captivant de votre produit, idée ou projet, conçu pour capter l'attention et susciter l'intérêt en peu de temps.

Issu de l'idée d'un bref trajet en ascenseur pour susciter l'intérêt de quelqu'un, l'elevator pitch dure généralement entre 30 secondes et deux minutes. En tant que femme d'affaires dans le secteur culturel et créatif, être capable d'articuler efficacement l'essence de votre proposition

peut vous ouvrir des portes vers de nouvelles opportunités, des partenariats et des financements.

L'élaboration d'un discours d'ascenseur nécessite une réflexion et une préparation approfondies. Il s'agit de distiller des informations complexes en un message clair et engageant qui met en évidence les caractéristiques et les avantages uniques de votre offre. N'oubliez pas que l'objectif est de laisser une impression durable et de susciter l'intérêt et la discussion.

C'est en effet beaucoup de choses que vous devez faire tenir en deux minutes maximum, mais il existe quelques conseils clés qui peuvent vous aider à développer votre discours d'ascenseur :

Commencez votre présentation par une déclaration ou une question convaincante qui attire l'attention de l'auditeur. Utilisez un langage vivant, des techniques de narration ou des statistiques intrigantes pour piquer la curiosité.

Expliquez clairement le problème ou la lacune du marché auquel votre produit, votre idée ou votre projet répond. Démontrez que vous comprenez les défis auxquels est confronté votre public cible dans le secteur culturel et créatif.

Expliquez de manière concise comment votre offre résout le problème identifié ou répond au besoin non satisfait. Mettez l'accent sur les caractéristiques uniques, l'innovation ou l'approche créative qui distinguent votre produit de la concurrence.

Adaptez votre "elevator pitch" aux intérêts et aux valeurs spécifiques de votre public cible. Comprenez leurs besoins, leurs préférences et leurs difficultés pour communiquer efficacement la valeur de votre produit, de votre idée ou de votre projet.

Répétez votre présentation jusqu'à ce qu'elle se déroule naturellement et avec assurance. Demandez l'avis de pairs ou de mentors du secteur culturel et créatif pour vous assurer que votre discours est percutant et qu'il trouve un écho auprès de votre public cible.

N'oubliez pas qu'un discours d'ascenseur ne consiste pas seulement à transmettre des informations, mais aussi à créer une expérience mémorable et attrayante. La maîtrise de cette compétence vous permettra de saisir des opportunités, de nouer des liens significatifs et de mettre en valeur votre expertise dans le secteur culturel et créatif.

### **3.3. Comment s'habiller pour les événements de networking**

La tenue vestimentaire appropriée pour un événement de réseautage peut varier en fonction du niveau de formalité. Les femmes, en particulier, ont toujours plus de mal à choisir la tenue appropriée. Alors que les costumes masculins sont assez simples et laissent peu de place aux variations, les femmes sont confrontées à davantage de défis. Cette question est encore compliquée par les spécificités du secteur culturel et créatif. Dans certaines professions liées à

l'art, les femmes ne portent généralement pas de costumes féminins traditionnels, contrairement à d'autres femmes d'affaires dans les domaines du droit, de la finance, de l'administration, etc.

Dans cette unité, nous passerons en revue les principaux types de tenues, en fonction de la formalité, et nous discuterons de leur applicabilité dans le secteur culturel et créatif.

#### - **Affaires formelles**

Si l'événement est qualifié de "business formal", optez pour une tenue plus professionnelle et plus soignée. Un costume sur mesure de couleur unie ou une robe classique avec un blazer sont appropriés. Choisissez des couleurs neutres ou sombres et associez-les à des chaussures fermées. Les accessoires doivent être minimales et de bon goût.

Les événements nécessitant une tenue d'affaires formelle sont plutôt rares chez les artistes et les personnes travaillant dans le domaine de la création. Il peut s'agir, par exemple, de cérémonies de remise de prix, de la présentation d'un nouveau produit, de la participation à des conférences, etc.

#### - **Décontracté**

Pour un événement de réseautage décontracté, vous disposez d'une plus grande marge de manœuvre. Pensez à porter une robe ou une jupe bien ajustée avec un chemisier, ou un pantalon ajusté avec un chemisier ou un pull. Vous pouvez incorporer de la couleur et des motifs à votre tenue tout en conservant une apparence professionnelle. Associez votre tenue à des chaussures fermées ou à des chaussures plates habillées, ce qui est généralement approprié pour les événements de réseautage ou les réunions avec des clients.

Les femmes travaillant dans les secteurs des arts, de la culture et de la création peuvent avoir une allure plus "artistique" si elles choisissent de ne pas être très strictes dans leur tenue. Vous pouvez ajouter quelque chose - une couleur ou une décoration par exemple, qui peut être identifiée comme un élément de votre signature.

#### - **Décontracté et élégant**

Un événement de réseautage décontracté permet une tenue plus décontractée et plus élégante. Vous pouvez opter pour une robe, une jupe avec un chemisier ou un pantalon habillé avec un haut élégant. Incorporez un blazer ou un cardigan pour un look soigné. Choisissez des chaussures confortables mais à la mode, comme des talons, des chaussures plates ou des bottes élégantes.

Pour un événement de réseautage encore plus décontracté, vous avez plus de liberté pour exprimer votre style personnel. Vous pouvez porter un chemisier avec un jean ou un pantalon habillé, une robe décontractée ou une jupe avec un haut élégant. Vous pouvez opter pour des chaussures confortables mais présentables, telles que des chaussures plates, des sandales ou des baskets à la mode.



*Image 7 – Tenue d'affaires décontractée ou tenue d'affaires formelle. Source: Pinterest*

Il est important de noter que si ces lignes directrices fournissent un cadre général, il est également essentiel de tenir compte du secteur d'activité, de la culture et du lieu de l'événement. Si vous n'êtes pas sûr du code vestimentaire, il est toujours préférable d'opter pour une tenue un peu plus formelle plutôt que d'être mal habillé. En outre, il est essentiel de veiller à sa tenue personnelle, à sa propreté et à son adéquation avec l'événement, quel que soit le niveau de formalité.

### **Principaux enseignements**

- Les sujets liés au travail ne sont pas les seules options pour entamer une conversation lors d'événements de réseautage. Commencez par de petites conversations, soyez ouvert d'esprit et faites attention à votre langage corporel.

- 
- Préparez un discours d'ascenseur, car il sera très certainement utile lors des événements de networking. C'est en forgeant qu'on devient forgeron, alors répétez-le.
- 
- Il est généralement préférable d'être un peu trop habillé que pas assez. Cela dit, les personnes exerçant des professions créatives et artistiques peuvent recourir à des solutions plus atypiques pour s'améliorer.

### **Recommandations de lectures complémentaires**

Dans ce module, nous avons brièvement mentionné que les opportunités de networking et les conversations sincères avec des pairs peuvent grandement contribuer à la gestion du stress. Pour plus d'informations à ce sujet, voir le module 8 : Gestion du stress dans le secteur culturel et créatif.

Nous reviendrons sur le concept d'"écoute active" dans le module 6 : Diriger comme une femme entrepreneur.

### **Références pour l'unité 3 :**

**Kelly, C., & London, S. (2005).** Dress Your Best: The Complete Guide to Finding the Style That's Right for Your Body.

**Rothman, L. A. (2013).** Style Bible: What to Wear to Work.

## Bonnes pratiques

### **Eva Doncheva : Certains propriétaires sont plus compétitifs que collaboratifs, mais je suis définitivement du genre collaboratif**



Nous avons discuté de la networking avec l'entrepreneuse bulgare Evelina Doncheva, qui dirige la galerie d'art "Listopadna (Leaf Falling - en bulgare)". Il s'agit d'une boutique d'artisanat où elle collabore avec 30 autres artistes bulgares. Elle y vend des bijoux uniques et des objets de décoration pour la maison et organise différents ateliers pour les amateurs et les artisans qui veulent essayer quelque chose de nouveau.

"Listopadna art gallery" existe depuis le 7 février 2020 et Evelina a dû le développer pendant la pandémie sans mettre l'entreprise en ligne. Sa décision a fini par payer, à force de persévérance, et elle a depuis lors contribué à la création de l'entreprise.

### **Les entrepreneurs de votre secteur sont-ils compétitifs ou collaboratifs ? Pourriez-vous donner des exemples de projets de collaboration ?**

*Certains propriétaires de magasins sont plus compétitifs que collaboratifs, tandis que d'autres sont très ouverts aux projets communs et à la networking. Je suis définitivement du genre à collaborer. Nous travaillons avec différents artistes, nous ne sommes donc pas vraiment en concurrence les uns avec les autres. Le travail que nous faisons est unique et nous ne pouvons qu'en tirer profit en le partageant avec nos clients respectifs.*

*Nous avons de très bonnes collaborations avec certains propriétaires d'entreprises en ligne - certains d'entre eux sont heureux d'utiliser ma galerie comme salle d'exposition ou d'y prendre rendez-vous avec leurs clients. L'un de mes exemples préférés est la collaboration avec "Lunaria", une marque de "peintures" réalisées à partir de vraies fleurs séchées. Simona Krushkina - la créatrice de ce magnifique projet - a commencé à travailler avec nous il y a quatre ans, lorsque j'organisais des bazars d'art. Elle est venue nous voir parce que personne ne lui avait donné jusqu'alors la chance de montrer son art et quand elle l'a eue, elle s'est épanouie, et la marque aussi.*

*Il existe une communauté - mix and match - qui essaie maintenant de soutenir d'autres collaborations comme la nôtre, mais je ne suis pas optimiste.*

## **Comment entretenez-vous vos relations avec d'autres entrepreneurs ? Cela vous aide-t-il dans vos affaires ?**

*Parfois, je me rends dans d'autres boutiques comme la mienne ou dans des bazars d'art, comme un client. Lorsque les collègues apprennent que j'ai une entreprise et que je ne vends pas en ligne, ils manifestent un certain intérêt.*

*Je suis très exigeante en ce qui concerne mes relations d'affaires et je leur fais savoir que je ne travaille qu'avec des artistes qui ont tous les enregistrements légaux et qui peuvent me fournir des factures. Malheureusement, en Bulgarie, une grande partie du secteur culturel et créatif fait encore partie de l'économie souterraine. Cela entrave les collaborations au niveau de la chambre de commerce locale ou d'autres organisations professionnelles.*

*Cela dit, j'ai aussi plusieurs collègues à Sofia qui ont des boutiques similaires et qui partagent mes valeurs. Nous échangeons constamment des produits, nous recommandons des clients ou nous partageons les taxes liées à la participation à des bazars artistiques. Ce faisant, nous nous donnons mutuellement plus de visibilité et rendons les événements moins onéreux.*

## **Comment un nouvel entrepreneur peut-il s'impliquer dans la communauté des affaires de votre pays ?**

*Cela dépend. D'une part, les groupes d'artisans et de travailleurs indépendants sur Facebook sont en plein essor. Mais cela ne garantit pas que vous recevrez en ligne des informations correctes sur la manière de créer votre propre entreprise. Les médias sociaux comptent également de nombreuses personnes mal intentionnées. Il est donc préférable, si vous souhaitez vous impliquer dans le monde des affaires, de rechercher des personnes qui partagent vos valeurs.*

*C'est vraiment difficile à cause des problèmes juridiques et des attitudes que j'ai mentionnés plus haut, mais je suis sûr que tout le monde peut atteindre ses gens - collègues et clients - s'il a la patience et l'espoir de chercher assez fort.*

## Conseils et recommandations

- Les groupes de soutien, les clubs d'affaires et les événements de networking favorisent la collaboration et les partenariats entre les membres, ce qui les aide à s'établir dans le monde des affaires et à préserver leurs intérêts.
- 
- Il est recommandé d'entrer en contact avec des associations professionnelles et de participer à tout matériel de marketing commun qu'elles peuvent produire, comme des almanachs ou des brochures "who's who".
- 
- Recherchez des organisations spécifiquement dédiées au soutien des femmes entrepreneurs et vérifiez si la chambre de commerce locale compte des femmes parmi ses membres.
- 
- S'il n'existe pas d'événements de networking dans votre région, prenez l'initiative d'en organiser un vous-même et saisissez l'occasion.
- 
- Le choix du lieu et l'aménagement de l'espace sont des facteurs cruciaux qui contribuent au succès d'un événement de réseautage.
- 
- Faites la promotion de votre événement sur les médias sociaux, en tenant compte des caractéristiques démographiques, des centres d'intérêt et des canaux de communication préférés de vos collègues entrepreneurs.
- 
- Lors des événements de réseautage, les sujets de conversation ne doivent pas nécessairement être liés au travail. Commencez par de petites conversations, gardez l'esprit ouvert et soyez attentif à votre langage corporel

## Glossaire

**Chambre de commerce** - Une chambre de commerce est une association d'entreprises et d'organisations dans une zone géographique spécifique. Son objectif est de promouvoir et de protéger les intérêts des entreprises locales, de favoriser la croissance économique et d'offrir à ses membres des possibilités de networking. Les chambres de commerce organisent souvent des événements, offrent des services de soutien aux entreprises et défendent des politiques liées aux entreprises.

**Elevator pitch** - Un elevator pitch est une présentation concise et convaincante d'une idée, d'un produit ou de soi-même, qui dure généralement entre 30 secondes et deux minutes, soit le temps qu'il faut pour prendre l'ascenseur. Il vise à capter l'attention de l'auditeur et à transmettre efficacement les points clés ou la proposition de valeur d'une manière concise. Les discours d'ascenseur sont couramment utilisés dans les situations de réseautage et lors de la recherche d'opportunités commerciales potentielles.

**Mentorat** - Le mentorat est une relation professionnelle dans laquelle une personne expérimentée, appelée mentor, fournit des orientations, des conseils et un soutien à une personne moins expérimentée, appelée mentoré. Les mentors partagent leurs connaissances, leur expertise et leurs idées pour aider les mentorés à développer leurs compétences, à prendre des décisions éclairées et à s'orienter dans leur carrière ou dans des domaines d'intérêt spécifiques.

**Mingling** - Le mingling fait référence à l'acte de socialiser et d'interagir avec d'autres personnes dans un cadre décontracté ou informel. Dans le contexte du travail en réseau, le "mingling" consiste à engager des conversations avec diverses personnes, à apprendre à les connaître et à nouer des liens. Il s'agit d'une pratique courante lors d'événements, de conférences et de réunions d'affaires.

**Réseautage** - Le réseautage désigne le processus consistant à établir et à entretenir des relations professionnelles avec des individus et des groupes afin d'échanger des informations, des contacts et des ressources. Il s'agit souvent d'assister à des événements, de nouer des relations sociales et d'engager des conversations afin d'élargir son réseau professionnel.



## Vérifiez vos connaissances (choix multiple avec une seule réponse correcte)

### 1. Quand les associations professionnelles bulgares ont-elles été rétablies après des décennies de suppression ?

- a) En 1989, après la chute du régime communiste.
- b) En 2007, après l'adhésion de la Bulgarie à l'Union européenne.
- c) En 2011, après l'adoption par le parlement bulgare de nouvelles lois régissant les associations professionnelles locales.
- d) Les associations professionnelles bulgares n'ont jamais été supprimées, certaines remontent à la fin du XIXe siècle.

### 2. Pourquoi est-il important de participer à des almanachs, des brochures "Qui est qui" et d'autres supports de marketing produits par des associations professionnelles ?

- a) Ce n'est pas le cas. Les entreprises ne gagnent rien à partager leur exposition médiatique avec des concurrents potentiels.
- b) Les frais de participation ne représentent qu'une fraction de ce qui serait nécessaire pour produire et distribuer un dépliant propre.
- c) Les clients font davantage confiance aux almanachs qu'à la publicité individuelle.
- d) Il est obligatoire d'être inclus si vous voulez faire partie d'une association professionnelle locale.

### 3. Parmi les associations professionnelles luxembourgeoises suivantes, lesquelles se consacrent à l'autonomisation des femmes entrepreneurs ?

- a) Design Luxembourg et Women in Business.
- b) Platform for Business et Luxembourg Club.
- c) Union des femmes entrepreneurs au Luxembourg.
- d) Le Luxembourg étant un petit pays, il n'existe pas d'organisations dédiées aux femmes entrepreneurs.

### 4. Quel est l'un des principaux objectifs des événements de networking ?

- a) Présenter ses réalisations personnelles devant d'autres entrepreneurs
- b) rivaliser avec d'autres participants dans divers tournois
- c) Découvrir les dernières tendances de la mode chez les femmes chefs d'entreprise.
- d) Rencontrer et apprendre à connaître d'autres entrepreneurs qui font face aux mêmes défis que vous.

## **5. Lesquelles des catégories suivantes sont des événements de networking pour les entrepreneurs ?**

- a) Programmes de mentorat
- b) Séminaires et ateliers professionnels
- c) Activités de renforcement de l'esprit d'équipe
- d) Toutes les activités susmentionnées

## **6. Comment aménager l'espace événementiel si vous souhaitez créer une atmosphère moins formelle ?**

- a) Utilisez une disposition classique de salle de classe pour la pièce.
- b) Disposez les chaises en forme de U ouvert.
- c) Supprimez complètement les possibilités de s'asseoir, afin d'encourager une plus grande mobilité des participants.
- d) Disposer les sièges de manière aléatoire dans la salle.

## **7. Qu'est-ce qu'un "elevator pitch" ?**

- a) Un type d'événement qui se déroule délibérément dans des espaces restreints afin d'encourager le travail en réseau.
- b) La musique de fond, conçue pour créer une atmosphère amicale entre les participants à l'événement.
- c) Une brève présentation de vous-même et de votre entreprise. Idéalement, ce que vous pourriez dire à un partenaire commercial potentiel pendant la durée d'un trajet moyen en ascenseur.
- d) Une courte note, distribuée aux participants, qui comprend le programme de l'événement.

## **8. Lors d'un événement de réseautage, comment pouvez-vous établir une présence invitante et accessible ?**

- a) Maintenir un langage corporel ouvert, sourire et établir un contact visuel lorsque vous entamez une conversation.
- b) Porter des vêtements ou un uniforme liés au travail pour montrer clairement que vous êtes l'un des participants.
- c) Soyez curieux et posez des questions personnelles aux autres participants afin de briser la glace.
- d) Commencez la conversation par des plaisanteries sur l'événement, les participants et/ou vous-même.

**9. Laquelle des tenues suivantes serait considérée comme "décontractée" ?**

- a) Il n'existe pas de tenue "décontractée". Les tenues peuvent être soit professionnelles, soit décontractées.
- b) Un costume cintré de couleur unie ou une robe conservatrice.
- c) Une robe ou une jupe bien ajustée avec un chemisier, ou un pantalon sur mesure avec un chemisier ou un pull.
- d) T-shirts sans étiquette et jeans.

**10. Pourquoi est-il important d'être attentif à l'heure lorsque l'on travaille en réseau lors d'événements ?**

- a) Les événements ont un calendrier très strict et vous ne voudriez pas en manquer une partie.
- b) Il est considéré comme inapproprié d'avoir des conversations trop courtes. (moins de 3 minutes).
- c) Parce qu'il peut y avoir d'autres personnes qui attendent de communiquer avec vous ou avec votre interlocuteur.
- d) Parce que les femmes ont tendance à parler trop longtemps de sujets insignifiants.