

## Relations investisseurs : professionnaliser sa pratique



**DURÉE**

1,00 JOUR(S)

7,00 HEURES

### OBJECTIFS

- Maîtriser la diversité des fonctions des Relations Investisseurs (RI) et ses outils.
- Définir ses pairs, ses partenaires et ses cibles clients.
- Se développer professionnellement et faire évoluer la fonction.

### PROGRAMME

#### SPÉCIFICITÉS ET DIVERSITÉ DU METIER DE RI

- Évolution du rôle depuis plusieurs années : une professionnalisation du métier
- Les LPs : institutionnels, retail et émergence des corporates
- Les agents de placement
- Réussir la conquête des clients français et internationaux
- Offrir une gestion d'excellence aux LPs, déontologie et protection du client, point de vue client et défense de ses intérêts
- Être au cœur de la relation : à l'écoute du marché, au centre de la mise en relation, dessiner la nouvelle offre (nouvelles tendances et s'y former, suivre l'actualité juridique, et comprendre et proposer de nouveaux produits)
- Développement de carrière
  - Vers des fonctions de gestion : axer son expertise sur le portefeuille des fonds et ses relations avec les gérants
  - Vers des fonctions de commercial : développer son expertise client et ses relations envers les équipes de commerciaux et de direction
  - Vers des fonctions de RCCI/CFO/Middle Office : développer son expertise juridique et ses relations envers le contrôle financier et l'analyse des fonds
  - Vers des fonctions de responsabilité en relations investisseurs : développer une expertise générale en identifiant les spécialistes dans chaque domaine et en mettant en place un « best client service »

#### ÉTAPES DE LA LEVÉE DE FONDS

##### AVANT-VENTE

- Définir et suivre le plan produits retail, institutionnel et distributeurs (BP, CGP, Assurance-vie, mutuelles)
- Coordonner et participer à l'effort de qualification de prospects en associant les associés
- Fournir du market intelligence (marché, peers, etc.)
- Être au contact des clients/prospects au maximum
- Présence aux événements professionnels (IPEM, association professionnelle, événements des prestataires (avocats, dépositaires, fonds de la place)

### LA LEVÉE DE FONDS

- Les outils (CRM, présentation, docs : PPM, etc.)
- Le timing
- Le cycle de vie d'un produit
- Attirer les clients – aller à l'international
- Le suivi interne (stratégie, points d'étape, tableau de suivi et répartition des rôles Front/RI)

### APRÈS-VENTE

- La souscription
  - Bulletin de souscription
  - Annexes au BS, LAB et CRS/FATCA
  - Pièces KYC
  - Dématérialisation
  - RGPD
- Animation et coordination des relations clients (events, docs, calls et meetings de point d'étape clients...)
- Coordination des démarches ESG (internalisées ou sous-traitées)
- Rapports de gestion, calls trimestriels
- Établir un calendrier de la communication aux investisseurs
  - Capital accounts, e-mail d'information de nouvel investissement, lettres aux porteurs, rapports trimestriels, rapports annuels
  - Réunion annuelle (thématique, programme, invités, événements connexes)
  - Calls réguliers
  - Meeting de points d'étape clients
  - Relation retail avec le distributeur
- Le marketing et service client
  - Se former au marketing
  - Se faire accompagner de prestataires communication et marketing (attaché de presse, agence de communication et marketing)
  - Brander sa communication (définir une identité visuelle)
  - Observer le marché (se tenir au fait de l'offre de la concurrence)
  - Point d'entrée et de sortie pour s'assurer du traitement des réponses et de l'homogénéité des réponses
- Période transition vers le digital
  - Les objectifs : zéro papier, sécurisation des données, homogénéisation des documents sortants, une digitalisation du métier
  - Les outils et les projets (souscription en ligne, CRM, plateforme d'échanges d'informations, présence sur internet)

### BOITE À OUTILS DU RI

- Liste de la documentation client selon le stade de la levée de fonds
- Calendrier des communications aux investisseurs
- Liste des experts en interne pour une réponse rapide
- Liste des événements incontournables
- Offrir un best client service : checklist de suivi par client

### ÉCHANGES SUR L'EXPÉRIENCE SPÉCIFIQUE DES PARTICIPANTS

## MODALITÉS D'ÉVALUATION DE LA FORMATION :

- Un questionnaire d'évaluation des acquis mesurant l'atteinte des objectifs pédagogiques est proposé en fin de formation.
- Un questionnaire "à chaud" évaluant la satisfaction globale est envoyé le lendemain de la formation.
- Un questionnaire "à froid" portant sur la mise en œuvre des acquis est envoyé 2 mois et demi après la formation.



## INTERVENANTS

*Nos formateurs sont recrutés conformément aux spécifications mentionnées pour chaque formation. Ce sont des professionnels en activité et/ou des experts dans leur domaine. Ils utilisent des méthodes et outils appropriés aux formations qu'ils dispensent et adaptent leur pédagogie au public accueilli.*

- Madame Elodie Cholat, Investor Relations Manage – Karista
- Madame Géraldine Lanthier, Head of Investor Relations – MBO+



## PUBLIC VISÉ

- Toute personne en charge des relations investisseurs au sein d'une société de gestion ou en passe de le devenir.



## PRÉREQUIS

- Exercer dans en société de gestion et être en charge des relations investisseurs ou en passe de le devenir.



## LES + PÉDAGOGIQUES

- Les intervenantes s'appuieront sur des exemples tirés de leur pratique opérationnelle.
- Un support pédagogique sera mis à disposition des participants.



## INFORMATIONS PRATIQUES

- Participants : 16 maximum
- Durée : 1 jour (7 heures)
- Horaires : 9 h 00 / 17 h 30
- Déjeuner offert
- Lieu : Paris



## RENSEIGNEMENTS

Tél. : 01 47 20 62 67

Mail : [formation@franceinvest.eu](mailto:formation@franceinvest.eu)

Cette formation fera l'objet d'un certificat de réalisation.