

## 03

## ACR 2019 : Outils numériques pour développer les partenariats

**Fiche technique****Secteurs**

Tous secteurs

**Public**

Toute personne souhaitant mettre en place du mécénat pour son association

**Organisme de formation**

☞ MADEA

**Date limite d'inscription**

21/06/2019

**Lieux & dates**☞ **Groupe 1****Dép. 06 / 83 / 04-05 - matin**

Le 1er février 2019

☞ **Groupe 2****Dép. 13 / 84 / 04-05 - matin**

Le 14 mars 2019

**Interlocuteur OF****Monsieur TAILLADE**[administratif@madea.fr](mailto:administratif@madea.fr)

05 59 03 70 83

**Contexte**

Dans le cadre d'une mutualisation des feuilles de routes suite à une première action de formation lancée par UNIFAF PACAC en 2017, ont été identifiées 3 thématiques distinctes pour traiter et former les populations des différents établissements adhérents aux outils numériques dont ils peuvent disposer pour promouvoir leurs projets et actions.

Aussi, le focus est ici mis sur le mécénat d'entreprise, afin de le placer comme levier de promotion des différents projets.

**Objectifs**

Cette action a comme objectif général de professionnaliser des collaborateurs chargés de la communication associative afin qu'ils puissent développer le mécénat d'entreprise via des outils numériques.

Cette action doit permettre à chaque participant de :

- ☞ Elaborer une stratégie de communication numérique pour susciter le mécénat
- ☞ Faire l'inventaire des outils numériques pouvant contribuer à cette opération de communication (Site internet, Facebook, Twitter, site de crowdfunding...)
- ☞ Connaître la spécificité et le langage de chacun de ces outils dans le cadre de la recherche de mécénat
- ☞ Savoir utiliser les outils les moins connus et les plus centrés sur la recherche de fonds
- ☞ Savoir mettre en place un plan d'action pour mener à bien ce type de communication

**Prérequis**

7 heures de formation au total, découpées en deux phases successives :

- ☞ 3,5 heures en distanciel : modules e-learning centrés sur la théorie, à suivre en autoformation selon votre organisation, **4 semaines avant la date du présentiel**
- ☞ 3,5 heures en présentiel : ½ journée de formation centrée sur le partage d'expérience et la pratique, animée par un formateur

**Contenu**☞ **Le contenu de formation e-learning (durée : 3,5 heures)**

**Objectif d'apprentissage n°1** : Présenter l'ensemble de la formation. Cette partie expose les objectifs, la philosophie pédagogique et le planning de la formation. Le but est de donner envie à l'apprenant de suivre la formation dans son intégralité.

**Objectif d'apprentissage n°3** : Savoir élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication numérique pour susciter le mécénat.

**Objectif d'apprentissage n°4** : Savoir identifier les outils numériques utiles à cette opération de communication.

**Objectif d'apprentissage n°7** : Evaluer l'assimilation de ces nouvelles connaissances.

L'objectif est de formaliser le bon suivi de la formation par l'apprenant, la compréhension et l'assimilation des connaissances.

### **Le contenu de la formation présentielle (durée : 3,5 heures)**

#### ***Travail en microgroupes autour de cas pratiques sur la stratégie de communication numérique***

☞ Le formateur soumet diverses stratégies de communication numérique présentant des erreurs majeures. Les participants réunis sous forme de microgroupes doivent soulever les points fragiles et/ou défailants de ces stratégies de communication numérique et proposer des axes d'amélioration.

#### ***Partage d'expérience et réflexion en microgroupes***

☞ Chaque membre du microgroupe expose son avancement dans la création d'une stratégie de communication numérique pour susciter le mécénat au sein son association et surtout ses questionnements, doutes, points complexes, etc. Si son projet est suffisamment abouti, il détaille le plan d'action prévisionnel en réponse à cette stratégie. Sa réflexion est enrichie par le partage d'expérience avec les autres membres du microgroupe (et avec l'aide du formateur qui passe dans chaque microgroupe).

Le formateur fait ensuite une synthèse des questionnements et doutes soulevés dans tous les microgroupes et complète les informations transmises avec des notions théoriques si besoin.

#### **Exercices en microgroupe**

☞ Le formateur transmet plusieurs contenus web scénarisés (articles, dossiers, campagne de crowdfunding, etc.) publiés sur différents supports numériques. L'objectif des stagiaires est de déterminer si le support utilisé est en adéquation avec les objectifs du projet associatif décrit, si le mode de communication est adapté, etc. et de proposer des améliorations.

#### **Réflexion axée sur la recherche de fonds**

- ☞ Présentation par le formateur de réels outils utiles à la recherche de fonds : but, spécificités, avantages/inconvénients, utilisation, etc.
- ☞ Travail de réflexion en microgroupe sur les outils les plus pertinents pour leurs propres projets et établissement dans un plan d'action et de méthodologie spécifiques à la recherche de fonds.