

Communication et collecte développez les synergies au service de votre collecte

Comprendre les enjeux d'une stratégie concertée entre communication et collecte, cerner les enjeux de communication dans le paysage actuel, identifier les éléments structurants de sa stratégie de cause, imaginer les implications d'un territoire de cause sur sa stratégie de collecte, partager des expériences, des idées pour renforcer la personnalité de votre marque associative : tels sont les objectifs de cette formation !

Objectifs de la formation

- Permettre à chaque participant de :
- Comprendre les enjeux d'une stratégie concertée entre communication et collecte
- Cerner les enjeux de communication actuels dans le paysage actuel
- Identifier les éléments structurants de sa stratégie de cause
- Imaginer les implications d'un territoire de cause sur sa stratégie de collecte
- Partager des expériences, des idées pour renforcer la personnalité de votre marque associative

Public

Cette formation s'adresse aussi bien à des personnes débutant ou dont la structure débute en collecte de fonds qu'à des personnes expérimentées souhaitant challenger leurs stratégies et innover dans la structuration de leurs plans d'actions.

Éléments de contenu

- - Panorama dynamique de stratégie de communication de cause
- - Les fondements d'une stratégie de communication de cause
- - Evaluation de votre potentiel de cause
- - Rédaction d'un argumentaire de cause

Méthode pédagogique

Présentation plénière, travaux de groupe, exercices pratiques

PARCOURS  CERTIFIANT



DURÉE

1 jour
de 9h30 à 18h
soit 7h de formation



LIEU & DATES

Paris
18 septembre 2019



TARIFS

Adhérent : 440€
Non adhérent : 550€
*Étudiants et demandeurs
d'emploi, nous contacter*

Informations pratiques :

Accueil à 9h15
Début à 9h30 / Fin à 18h00

Lieu : AFF - 14 rue de Liège
2^{ème} étage
75009 Paris

Intervenante : Catherine SUDRES

Catherine est consultante en stratégies de communication et de collecte de fonds. Pilote, pendant quinze ans au sein du groupe Y&R (Wunderman), de grands programmes de relations clients (CRM) ce qui lui permet de mesurer l'impact de la marque sur les stratégies de recrutement et de fidélisation. Intervient pour des grandes marques en France et à l'international. Rejoint Maxima en 2004 pour se consacrer entièrement à l'intérêt général. Elle devient DGA de l'agence et accompagne ses principaux clients au service d'associations et fondations dans les secteurs santé, handicap, action sociale et humanitaire. En 2012, elle crée sa propre structure de conseil Causes & Co afin de proposer un modèle de collaboration souple et économe totalement dédié à l'écoute des clients et à la co-construction de leurs programmes.

Elle apporte un conseil expert en veillant à la synergie des messages et des actions : stratégies de positionnement des associations, argumentaires de cause et de collecte, études qualitatives des profils et attentes donateurs, stratégies de mobilisation et de collecte.

Catherine Sudres, adhérente à l'AFF intervient dans les formations du l'AFF et aussi au sein du CNAM dans le cadre du séminaire sur *la communication et lobbying dans l'économie sociale*.

PLANNING DETAILLE DE LA FORMATION

09h15 - 09h30 : Accueil

09h30 - 10h30 : Panorama dynamique de stratégies de communication de cause
(animation participative plénière)

Ce module va permettre aux participants de s'interroger sur le rôle de la communication dans le succès des stratégies de collecte de fonds : en quoi la notoriété, la clarté du positionnement et la cohérence des messages servent-ils la collecte de fonds des organisations concernées.

10h30 - 11h45 : Les fondements d'une stratégie de communication de cause
(présentation plénière)

Ce module va permettre aux participants de connaître les différents points d'ancrage d'une stratégie de positionnement de cause et son utilité dans la structuration des messages et des plans d'action

11h45 - 12h30 : Evaluation de votre potentiel de cause
(travail de groupes)

Ce module va permettre à chaque participant d'évaluer son positionnement et son discours de cause à l'aune de ses enjeux de collecte : pertinence et différenciation vs les autres acteurs, crédibilité et pertinence des arguments vs les cibles concernées...

12h30 - 14h00 : Pause déjeuner sur place

Le déjeuner sera l'occasion de partager les audits menés en fin de matinée et d'échanger ensemble sur des points spécifiques

14h00 – 15h30 : Stratégie de communication et fundraising
(présentation plénière)

Ce module va permettre aux participants de connaître les différentes étapes pour structurer ou renforcer son argumentaire de cause et de construire un plan d'action au service des messages clés

15h30 – 17h00 : Rédaction de son argumentaire et évaluation en plénière
(travail de groupes et plénière)

Ce module va permettre à chaque participant de construire la trame de son argumentaire, de partager celui avec les autres participants et de s'engager sur sa réalisation.

17h00 – 17h30 : Quelques clefs pour aller de l'avant
(présentation plénière)

Ce module va permettre aux participants de connaître les recommandations et conseils clefs pour construire et « vendre » son argumentaire en interne

17h30 – 18h00 : Conclusion de la journée
(animation participative plénière)

Bilan de la journée

Quiz de validation des acquis

Question de satisfaction