

## Initier et développer une stratégie legs

Initiation sur les fondamentaux d'une stratégie legs en partant de cas réels, incluant l'organisation interne, la relation testateur, l'animation de réseau sans oublier le marketing et la communication legs.

### Objectifs de la formation

- Connaître les principes généraux de la collecte de legs, notamment juridiques et déontologiques,
- Réussir à promouvoir sa stratégie legs en interne,
- Construire des outils de collecte de legs répondant aux attentes des testateurs,
- Mettre en œuvre une stratégie legs : print, salon, web, achat d'espace,
- Prendre en charge la relation avec les testateurs potentiels.

### Prérequis

Aucun

Toutes personnes en charge du développement des legs dans une association ou une fondation, que ce soit d'un point de vue purement stratégique que de celui de la mise en œuvre de la relation avec les testateurs.

### Compétences et aptitudes

- Connaître les fondements d'une stratégie legs
- Identifier les promesses de communication vu du testateur
- Déterminer les outils de promotion
- Budgéter une campagne de legs
- Réaliser son audit interne afin d'identifier les points d'amélioration
- Autodiagnostiquer ou gérer une relation avec le testateur
- Bonne écoute, empathie, intégrité

### Méthode pédagogique

Présentation plénière, travaux de groupe, exercices pratiques

### Modalités d'évaluation

- Quiz

### Accessibilité

Consulter le pôle formation : [Caroline@fundraisers.fr](mailto:Caroline@fundraisers.fr)

PARCOURS  CERTIFIANT



#### DURÉE

**1 jour**  
de 9h30 à 18h  
soit 7h de formation  
En présentiel : 12 personnes

#### DELAI D'ACCES

7 jours à réception  
du devis signé dans la limite  
des places disponibles



#### LIEU & DATES

A Paris  
20 mars 2024



#### TARIFS

Adhérent : 480€  
Non adhérent : 600€  
*Étudiants et demandeurs  
d'emploi, nous contacter*

#### Informations pratiques :

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

Lieu : Association  
Française des Fundraisers  
– 14 rue de Liège – 75009  
Paris



**Intervenant :** Leila BAHLOUL

Treize années dans le secteur caritatif et plus particulièrement chargée des Libéralités au sein de la fondation WWF France et depuis 7 ans Leila Bahloul est responsable Libéralités et Philanthropie auprès de l'association Action contre la Faim. Son parcours est marqué par un engagement dans les métiers à forte dimension relationnelle et son implication ne se limite pas à son activité professionnelle, elle est aussi bénévole au sein de l'association Asuka, anime la webradio Agora Nanterre et est membre du réseau EPI.

## PLANNING DETAILLE DE LA FORMATION

**Association Française  
des Fundraisers**  
14 rue de Liège  
75009 Paris

Tél +33 (0)1 43 73 34 65  
Fax +33(0)1 43 49 68 77  
[info@fundraisers.fr](mailto:info@fundraisers.fr)

 [www.fundraisers.fr](http://www.fundraisers.fr)

TVA intracommunautaire : FR64452102726  
Code NAF : 804 d - Siret : 452 102 726 000 42  
Numéro d'organisme de formation agréé : 11 75 38 60 375

09h15 - 09h30 : Accueil

09h30 - 10h45 : Mieux connaître pour mieux convaincre : le marché, les aspects techniques.

Présentation : Des données financières, juridiques et fiscales bien sûr, mais aussi des questions d'ordre déontologiques pour mieux appréhender la problématique afin d'argumenter votre stratégie.

Travail de groupe : 10 minutes, trouver 5 arguments pour convaincre du lancement d'une stratégie legs

10h45 – 12h30 : Les fondements d'une stratégie legs

Quelles sont les attentes des testateurs potentiels ? Ce module permet de mieux comprendre un testateur, les mots auquel il va être sensible, les actions à éviter, l'importance de la symbolique...

Travail de groupe, 3 personnes, 20 minutes : Sur un cas concret, identifiez les promesses de communication qui ont du sens pour un testateur!

12h30 – 14h00 : Pause déjeuner sur place et networking

14h00 – 15h30 : Les outils de promotion

Seront abordés les outils relationnels, l'achat d'espace les salons et congrès, et tous les outils disponibles pour communiquer auprès des donateurs et du grand public ainsi que des principes budgétaires.

Tour de table en 10 minutes : Quels est le plan de communication idéal, à quel coût?

15h30 – 17h30 : L'autodiagnostic de votre relation avec votre public

Faire léguer, c'est gérer une relation sans faille avec, notamment, vos donateurs. Où en êtes-vous ? Comment faire son audit Interne ? Quelles recommandations d'amélioration privilégier ?

17h30 – 18h00 : Conclusion de la journée

Quiz de validation des acquis / Questionnaire de satisfaction