La stratégie de collecte de fonds privés

Description

Depuis quelques années, les contraintes économiques et financières ont conduit de nombreuses organisations oeuvrant dans divers secteurs d'activité et notamment le social et médico-social à rechercher de nouvelles sources de financement.

Dans ce contexte, la collecte de fonds est non seulement un ensemble de méthodes et d'outils opérationnels mais aussi un maillon essentiel de la stratégie des organisations et de leur développement.

UNA Formation vous propose cette formation afin de vous permettre d'étudier la mise en place d'une stratégie cohérente et organisée en s'appuyant sur des techniques et des outils.

Prérequis

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation

Objectifs

La finalité de cette formation est de vous rendre autonomes dans vos démarches, et a pour particularité de vous mettre en position concrète pour la recherche de fonds privés pour votre structure.

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable :

- d'avoir une vision globale sur les enjeux du mécénat et de la collecte de fonds, des implications de cette démarche pour votre organisation
- de comprendre les attentes des entreprises et des donateurs
- de définir votre stratégie de collecte de fonds et de partenariats, adaptée à votre structure
- d'établir votre plan d'action
- d'identifier vos réseaux
- de vous entrainer à convaincre de nouveaux partenaires et savoir les fidéliser
- de mettre en place les outils et les techniques qui vont vous permettre de réussir dans cette démarche.

Contenu

JOUR 1

- **L'état des lieux du mécénat**
  - » Le contexte
  - » Les fondamentaux identitaires : définitions, compréhension complète de la philanthropie et du mécénat
  - » Les approches techniques du fundraising

» Les dernières actualités du mécénat (point juridique et fiscal)

JOUR 2

- **La méthodologie de projet**
  - » Comment définir un projet
  - » Comment fixer un objectif
  - » Comment réviser son modèle économique en incluant le mécénat

JOUR 3

- **Comprendre vos interlocuteurs**
  - » Quelles sont les motivations des donateurs individuels ?
  - » Qu'est ce qui intéresse une entreprise dans un partenariat ?
  - » Que finance le mécénat ?
- **Le réseau**
  - » Dresser un panorama de son réseau
  - » Initier la démarche
  - » Organiser la prospection
  - » Comment aller plus loin que son réseau actuel ?
  - » Outil d'analyse et de gestion de son réseau
- **La charte éthique**

JOUR 4

- **Stratégie**
  - » Quelle approche pour atteindre ses prospects ?
  - » Quelle complémentarité entre ses actions et quel phasage dans le temps ?
  - » Comment planifier la collecte ?
- **Besoins de financement : programme de mécénat, de contreparties et programme de reconnaissance**
  - » Comment approcher les entreprises ?
  - » Quelles opérations / quand / des adhérents / etc..?
  - » Quelle place accorder à vos partenaires (valorisation, contreparties, fidélisation ...)

JOUR 5

- **Outils et communication**
  - » Comment communiquer avec les prospects ?
  - » Quelle est votre stratégie et votre plan d'action ?
  - » Quelle « offre » pour quelle cible ?
  - » Quels sont les arguments pertinents ?
  - » Outil : l'argumentaire pour les entreprises.

- **Phasage de la communication mécénat avec votre stratégie globale de communication.**

JOUR 6

- **Concrétiser**
  - » Comment mener la première rencontre ?
  - » Comment convaincre ?
  - » La convention de mécénat entreprises
  - » Les actions de fidélisation.

- **S'entrainer à** mener la première rencontre / convaincre. (Le pitch) Que faire pour fidéliser un donateur ? *Exercice pratique en groupe d'entrainement.*
- ***Mesurer***
  - » *Etablir sa mesure d'impact*
  - » *Mettre en place tous les éléments de suivi de son activité.*
  - » *Gestion de la collecte.*

Méthodes pédagogiques

La formation se déroule en blended (distanciel et présentiel)

Cette formation est basée sur de la co-construction dynamique s'appuyant sur :

- *la diffusion de supports + animations interactives de co-construction (tableau blanc, réalisation des outils en temps réel et en commun, etc..)*
- *l'entrainement à la sollicitation*
- *la fourniture des supports diffusés et des outils après chaque intervention*
- *des temps de travail à effectuer entre chaque journée de formation par le stagiaire : exercices vus pendant la formation et corrigés sur le journée suivante.*

Chaque nouvelle rencontre débutera par un échange sur les outils expérimentés et un point sur les éventuelles difficultés rencontrées.

Évaluation de la formation

La validation des acquis se fait tout au long de la formation à travers des exercices d'application et des études de cas

Durée : 42 heures réparties sur 6 demi-journées en distanciel et 3 journées en présentiel
Publics : Directeur, DAF, RAF, Responsable de la collecte et Dirigeants Bénévoles

Date des formations

- Nous contacter pour les dates