



présente ses

Ateliers et Formations 2014-2015
pour entrepreneurs sociaux et leaders communautaires

par :

Jean-Philippe Vézina
Directeur et Coach
Conseil MovezAction
Tél. : (514) 659-5395
jpvezina@movezaction.com
www.movezaction.com

Marketing pour Entrepreneurs Sociaux

Les entreprises d'économie sociale demeurent souvent un secret bien gardé, faute de promotion ou de visibilité. Le marketing, selon certains, serait même en opposition aux valeurs prônées par l'économie sociale.

Cet atelier a pour but de familiariser les administrateurs et responsables d'OBNL et de coopératives avec les divers éléments et concepts liés au marketing éthique et au marketing social.



En quoi consiste le marketing social ?

En termes simples, il s'agit de « vendre des idées ».

Mais pour être plus explicite, disons qu'il s'agit de créer, de mettre en œuvre et de superviser des programmes ou des services conçus pour amener un changement social. Le marketing social reconnaît bon nombre des principes qui s'appliquent au marketing commercial : évaluation des besoins, identification du public cible, mise au point de produits, évaluation des résultats. Cependant, le marketing social se distingue essentiellement en ce qu'il ne vise pas la conclusion d'une opération commerciale qui n'a lieu qu'une seule fois, mais bien la création de rapports durables entre une organisation et ses différents groupes cibles.

Principaux sujets abordés:

- Les nouvelles réalités de l'économie sociale
- Définition et notions de base en marketing
- Les principes du marketing social
- Développer son plan marketing rapidement et efficacement
- Développer une communauté de supporteurs pour son organisation
- Choisir ses outils de promotion
- Le marketing et la collecte de fonds

L'animation sera faite de façon à mettre à contribution le plus possible les participants dans les échanges avec l'animateur.

Des activités en groupe ainsi qu'une étude de cas seront prévues.

Durée: 9h à 15h30 (pause de 45 minutes pour le diner)

Capacité: maximum 25 participants

Public visé : entrepreneurs sociaux, administrateurs et gestionnaires d'entreprise d'économie sociale.

Documentation fournie : La présentation PowerPoint et le guide « Feuille de Route pour un Marketing Éthique »

Tarif : à déterminer

Marketing des Médias Sociaux pour les entreprises d'économie sociale

À quoi sert un site Web?

Ça peut paraître banal comme question, et pourtant, plusieurs engouffrent de coquettes sommes sans se l'être réellement posée. Comment vendre votre produit de grande qualité si personne ne sait qu'il existe? Comment partager une idée révolutionnaire si elle se perd parmi les millions de nouvelles pages qui apparaissent chaque jour sur le web?



Qu'il fasse office de carte de visite ou qu'il ait l'ambition d'être une véritable plateforme commerciale, votre site web doit, d'abord et avant tout, être visible. La visibilité n'est peut-être pas la finalité du portail, mais elle est essentielle à cette dernière.

C'est une question de contenu...

Le plus grand défaut qui afflige la majorité des sites est leur manque de contenu.

Pas de contenu, pas de référencement. Pas de référencement, pas de visibilité.

Sans visibilité, votre site Web est inutile. Vous pouvez avoir le plus beau design, des animations fluides, des couleurs vives, des produits à prix compétitifs et un système sécurisé de paiement en ligne, le manque de textes plombera vos efforts auprès des moteurs de recherche.

Heureusement, dès que vous 'meublez' votre site de manière convenable, l'amélioration de son référencement est très rapide, et durable.

Et les médias sociaux dans tout cela?

Un bon moyen d'améliorer le trafic est d'utiliser les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.) pour cimenter et étendre la visibilité de votre site et de votre cause. Plus on y fera référence, plus il sera mentionné, plus sa cote sera élevée

Cette formation a pour objectifs de vous présenter les principales plateformes et leur utilité pour votre organisation.

Voici ce que vous allez apprendre:

- Comment faire l'analyse de votre situation actuelle sur internet, apprendre à faire de la recherche stratégique et la veille de vos clients et concurrents
- Connaître les médias sociaux les plus importants et comment vous pouvez les utiliser
- Comment implanter des stratégies d'*Inbound Marketing* et de gestion automatisée de contenu
- Développer un plan stratégique pour la gestion de vos profils de médias sociaux
- Quelques trucs et astuces pour la création des profils, ressources et contenu d'une communauté et mise en œuvre du plan
- Comment mesurer votre succès

L'animation de cet atelier sera faite de façon à mettre à contribution le plus possible les participants dans les échanges avec l'animateur.

Des activités en groupe ainsi qu'une étude de cas seront prévues.

En entrant dans la salle de cours, un guide d'introduction aux Médias Sociaux vous sera remis. Vous y trouverez un ensemble de stratégies simples, mais efficaces qui vous mettront sur la bonne voie et vous permettront de prendre des décisions éclairées.

Des outils de réflexion qui permettront à vos efforts de promotion et de communication d'être de plus en plus efficaces et profitables.

Ce sera l'occasion pour vous de trouver des réponses aux premières phases de votre stratégie marketing des médias sociaux et de profiter du savoir collectif des participants.

Durée: 3 heures (de 9h à 12h ou de 13h à 16h)

Capacité: maximum 25 participants

Public visé : entrepreneurs sociaux, administrateurs et gestionnaires, intervenants et chargés de projets.

Documentation fournie : La présentation PowerPoint et le guide « Feuille de Route pour un Marketing Éthique »

Tarif : à déterminer

« Guide de démarrage pour une image de marque écoresponsable »

Présentation :



Avez-vous fait récemment un "passage au vert"?

Cherchez-vous à faire connaître votre engagement envers l'environnement et le développement durable?

Comme pour beaucoup de professionnels et d'entrepreneurs, on vous a sûrement vanté tout le potentiel de croissance et tous les bienfaits qu'un engagement sincère envers le développement durable pourrait apporter à votre profession ou à votre entreprise.

Vous avez peut-être même déjà travaillé au développement de produits ou de services innovateurs qui font vraiment la différence pour l'environnement.

Alors, maintenant, comment allez-vous communiquer efficacement et profiter pleinement de votre passion, de votre engagement et de toute cette énergie que vous avez investie?

Avez-vous *vos* plan Marketing Vert?

Est-ce que vos ventes et l'impact de votre message sont à la hauteur de vos attentes?

L'atelier Mon Plan Marketing Vert a pour objectif de démystifier les concepts clés du développement durable et du Marketing Vert.

Votre participation à l'atelier vous permettra de répondre aux questions suivantes :

- Le Marketing Vert, c'est quoi?
- Quels avantages les entreprises québécoises ont-elles à prendre le « virage vert »?
- Quelles sont les étapes pour engager votre entreprise sur la voie du développement durable?
- Comment identifier les clients qui achètent « vert » et qui accordent de la valeur aux entreprises écoresponsables?
- Comment votre organisation peut-elle éviter le greenwashing en faisant la promotion de ses produits ou services écoresponsables?
- Comment, en tant qu'entrepreneur, faut-il naviguer à travers la panoplie d'étiquettes vertes et comment choisir la bonne?
- Comment rédiger un plan Marketing Vert efficace et le suivre?

Un questionnaire sera distribué aux personnes inscrites avant la présentation de l'atelier pour identifier les sujets, les questionnements et les thèmes qui sont chers aux participants afin d'adapter le mieux possible le contenu.

L'animation sera faite de façon à mettre à contribution le plus possible les participants dans les échanges avec l'animateur.

Des activités en groupe ainsi qu'une étude de cas seront prévues.

En entrant dans la salle de cours, un guide d'introduction au Marketing Vert vous sera remis. Vous y trouverez un ensemble de stratégies simples, mais efficaces qui vous mettront sur la bonne voie et vous permettront de prendre des décisions éclairées.

Des outils de réflexion qui permettront à vos efforts de promotion et de communication d'être de plus en plus efficaces et profitables.

Ce sera l'occasion pour vous de trouver des réponses aux premières phases de votre stratégie marketing et de profiter du savoir collectif des participants.

Êtes-vous prêt à relever le défi?

Durée : 2h30 (9h30 à 12h ou de 13h à 15h30)

Capacité : maximum 25 participants

Public visé : entrepreneurs, gestionnaires de PME, professionnels des communications, du marketing et du développement durable.

Documentation fournie : La présentation PowerPoint et le « Guide de démarrage pour une image de marque Écoresponsable »

Pré requis : Aucun

Tarif : À déterminer

L'ABC de la collecte de fonds

Présentation :

Atelier éducatif et ludique qui consiste à instruire les participants sur les stratégies de collecte de fonds et de développement de revenus autonomes pour les organismes à but non lucratif.

Au cours de cet atelier, les participants auront la chance d'en savoir plus sur les ingrédients d'une bonne collecte de fonds - de même que les différents enjeux contemporains des organismes communautaires (réduction des contributions gouvernementales, l'économie, l'engagement des communautés, les besoins en main d'oeuvre, etc.).



Les participants pourront en apprendre davantage sur les opportunités de financement accessibles à leur organisation et sur quelques stratégies à leur portée pour approcher les fondations, les donateurs individuels et les entreprises.

L'animation est faite de façon à mettre à contribution le plus possible les participants dans les échanges avec l'animateur. Des jeux interactifs et en équipe sont prévus durant l'atelier.

Un questionnaire sera distribué aux personnes inscrites avant la présentation de l'atelier pour identifier les sujets, les questionnements et les thèmes qui sont chers aux participants afin d'adapter le mieux possible le contenu.

Principaux sujets abordés :

- Les principaux ingrédients d'une bonne collecte de fonds
- Pourquoi les gens donnent-ils?
- Les principales techniques de sollicitation
- Comment garder le cap sur ses priorités
- Personnes à impliquer dans ses efforts de collecte de fonds
- Les équipements nécessaires
- Les outils de communications essentiels
- Les principales sources de revenus (avantages et inconvénients)
- Générer des revenus autonomes; comment et pourquoi

Durée : 3 heures (9h à 12h ou de 13h à 16h)

Capacité : maximum de 25 participants

Public visé : administrateurs des OBNL, intervenants et chargés de projets.

Documentation fournie : La présentation PowerPoint

Tarif : à déterminer

Stratégie de capitalisation et développement de revenus autonomes pour les OBNL

Afin de faire face aux défis liés à la réalisation de ses activités courantes et l'atteinte de ses objectifs de croissance et de pérennité, les OBNL se doivent de réfléchir à leurs options pour générer des revenus autonomes. Les OBNL ont la possibilité de devenir des entreprises collectives durables, rentables sur le plan social et viables sur le plan économique.



Cet atelier propose une journée complète de coaching permettant aux administrateurs et aux responsables d'organismes à but non lucratif de:

- Maîtriser les notions de base de la capitalisation des entreprises de l'économie sociale
- Comprendre les étapes nécessaires de réflexion et de planification pour générer des revenus autonomes
- Travailler concrètement à l'ébauche du modèle entrepreneurial de son organisation

Principaux sujets abordés:

- Comprendre les enjeux de l'économie sociale
- Pourquoi la capitalisation est-elle importante?
- Les étapes et stratégies pour générer des revenus autonomes
- Comment évaluer les forces et les contraintes de son organisation et de son environnement externe
- Inventaire des capacités et des ressources de l'organisation
- Développement des idées et identification des opportunités d'autofinancement
- Évaluation de la faisabilité des opportunités retenues
- Introduction aux étapes pour développer un plan d'affaires pour une entreprise de l'économie sociale
- À quoi s'attendre lors de la mise en œuvre et de l'évaluation de sa stratégie de capitalisation et de développement de revenus autonomes

L'animation sera faite de façon à mettre à contribution le plus possible les participants dans les échanges avec l'animateur. Les participants auront à travailler concrètement sur leur projet.

Durée: Deux journées de 9h30 à 15h00 (pause de 45 minutes pour le dîner)

Pré requis :

- Bien connaître son organisation
- Occuper des fonctions administratives ou de direction au sein de l'organisation
- Avoir l'appui de son C.A. pour explorer de nouvelles opportunités d'autofinancement
- Être prêt à travailler concrètement sur son projet lors de l'atelier

Capacité: maximum 12 participants (maximum 3 personnes par organismes)

Documentation fournie : La présentation PowerPoint et documents de travail

Tarif: À déterminer

À propos de...



Mot du directeur

Je me prénomme Jean-Philippe, je suis un entrepreneur social.

Je suis conscient que nos communautés ont des défis importants à relever et je veux que nos leaders et nos jeunes soient les mieux équipés possible pour y faire face. J'ai donc entrepris un parcours professionnel qui m'a permis de développer des projets et des programmes visant à soutenir l'innovation et l'engagement chez les entrepreneurs et les leaders communautaires.

Changer, Grandir, Se Réaliser

Voici ce que je souhaite voir chez les individus et les organisations en quête de réponses collectives et solidaires aux problèmes vécus par leur communauté.

En tant que formateur et Coach, mes services ont pour objectif :

- De soutenir les leaders communautaires, les entrepreneurs sociaux dans leur développement professionnel et personnel.
- D'accompagner les PME et les organisations lors du développement de stratégies marketing éthiques et écoresponsables pour leurs produits et services

En mettant l'humain et la culture au cœur de mon action, je souhaite venir en aide aux entreprises d'économie sociale et aux entrepreneurs par mes services-conseils, mais aussi par le partage d'expériences et le transfert de connaissances.

J'espère pouvoir partager mes passions pour la justice sociale et le développement durable avec vous et vos collègues très bientôt.

Jean-Philippe Vézina,
Directeur et Coach
Conseil Movez Action
Tél. : (514) 659-5395
jpvézina@movezaction.com
www.movezaction.com

Mon Plan Marketing Vert
<http://monplanmarketingvert.blogspot.com/>



« Au sein de notre environnement instable et turbulent, un seul élément reste constant: le changement. »

_ Dalai-Lama