



Nos formations 2019

espaceidees.ca

Espace idées est une entreprise à mission sociale établie à Granby qui collabore avec les organismes à but non lucratif en proposant des solutions en philanthropie et en communication, des formations variées ainsi qu'un abonnement annuel bien différent!

Cumulant plus de 25 années d'expérience dans ce secteur, l'équipe d'Espace idées est bien consciente de la réalité des OBNL et des enjeux auxquels ils doivent faire face.



Marie-Claude Gratton
Fondatrice et directrice



Catherine Moisan
Responsable des communications



Comment bien communiquer vos nouvelles aux médias

22 janvier 2019, 9h à 11h / **Au Centre communautaire Saint-Benoit**

Isabelle Gaboriault, journaliste, coordonnatrice de l'hebdo Le Plus

25\$ + taxes / personne

Les médias locaux sont de super alliés pour votre organisme afin de faire connaître votre mission, vos services, vos activités de financement et vos bons coups. Isabelle Gaboriault partagera avec vous divers conseils fort utiles pour la rédaction et l'envoi de communiqués de presse concis et efficaces. Elle donnera également de l'information pertinente afin d'entretenir de belles relations avec les médias et d'obtenir la visibilité souhaitée.

OBJECTIFS

- 💡 Expliquer le fonctionnement des médias écrits, leur approche et leur mission;
- 💡 Faire découvrir le rôle joué par les départements de la publicité et de la rédaction dans un journal;
- 💡 Démêler les notions de « conférence de presse », de « communiqué de presse » et de « brèves communautaires »;
- 💡 Guider les participants dans la rédaction de communiqués de presse efficaces et complets;
- 💡 Promouvoir les « suivis ».

THÈMES ABORDÉS

- 💡 La différence entre La Voix de l'Est et l'hebdo Le Plus;
- 💡 La construction d'un journal (publicités, espace disponible, heures de tombée, etc.);
- 💡 La publicité versus le publi-reportage et le reportage;
- 💡 L'importance de l'aspect nouveauté dans une nouvelle;
- 💡 Le contenu d'un communiqué de presse et la nécessité, ou non, d'organiser une conférence de presse;
- 💡 Les informations pertinentes à fournir.

CLIENTÈLE CIBLE

Tout travailleur du secteur des organismes à but non lucratif incluant gestionnaires, membres des CA et autres bénévoles.



Les rapports d'impact : vous faites une différence, vos donateurs veulent le savoir!

18 mars 2019, 9h à 12h

Marie-Claude Gratton, Espace idées

60\$ + taxes / personne

La recherche de l'impact est maintenant très présente chez le donateur. Celui-ci souhaite que son don fasse une réelle différence. Il est heureux de contribuer à un projet, mais il désire surtout avoir un impact concret. Il veut également savoir exactement comment son don sera utilisé. L'organisme doit donc être en mesure d'identifier, de mesurer et de démontrer, à l'aide de rapports d'impact précis et imagés, l'impact du soutien de ses donateurs dans la réalisation de sa mission.

Les OBNL sont très habiles pour communiquer l'importance de leurs services et de leurs activités, mais ne partagent pas assez de messages d'impact, discours des plus utiles pour fidéliser les donateurs et bâtir des liens de confiance durables, et pour se distinguer dans un marché saturé.

OBJECTIFS

- 💡 Être en mesure d'identifier concrètement comment votre organisme a un impact;
- 💡 Outiller les participants afin qu'ils puissent démontrer l'impact de l'OBNL à l'aide de méthodes quantitatives et qualitatives;
- 💡 Savoir par quels moyens de communication diffuser l'impact.

THÈMES ABORDÉS

- 💡 Comment identifier, mesurer et communiquer l'impact;
- 💡 Méthodes quantitatives et qualitatives de démonstration d'impact;
- 💡 Outils de communication utiles et exemples;
- 💡 La fidélisation et son importance pour le développement de relations à long terme.

CLIENTÈLE CIBLE

Tout travailleur du secteur des organismes à but non lucratif incluant gestionnaires, membres des CA et autres bénévoles.



Le plan de financement : prêt, pas prêt, on se lance!

27 mars 2019, 9h à 16h / **Au Centre communautaire Saint-Benoit**

Marie-Claude Gratton et Catherine Moisan, Espace idées

92\$ / personne (OBNL Haute-Yamaska et Brome-Missisquoi)*

Avez-vous remis à plus tard le développement d'un plan de financement pour votre organisme? Organisez-vous vos activités de financement sur une base annuelle sans tenir compte du financement à long terme? L'élaboration d'un solide plan de financement est essentielle pour vous aider à atteindre vos objectifs de financement et pour guider votre organisme. Il s'agit d'un outil nécessaire qui peut même vous faire gagner du temps, de l'argent et de l'énergie à long terme si celui-ci est bien structuré et étoffé. Les formatrices vous présenteront également une vingtaine de méthodes de financement auxquelles vous n'aviez peut-être jamais songé afin de bien garnir votre planification, et ce, pour plusieurs années.

OBJECTIFS

- 💡 Guider les participants dans la conception d'un plan de financement à long terme;
- 💡 Les aider à prendre conscience du contexte philanthropique actuel et du positionnement de leur organisme;
- 💡 Informer les participants de l'existence de multiples sources de financement dans le but de les incorporer au plan;
- 💡 Savoir comment impliquer les différents joueurs de l'organisme.

THÈMES ABORDÉS

- 💡 Contexte philanthropique actuel et positionnement de l'organisme;
- 💡 Les différents modèles philanthropiques;
- 💡 Analyse FFOM (forces, faiblesses, opportunités, menaces);
- 💡 Exploration en détails de diverses sources de financement;
- 💡 Buts et objectifs financiers;
- 💡 Stratégies de financement.

CLIENTÈLE CIBLE

Tout travailleur du secteur des organismes à but non lucratif incluant gestionnaires, membres des CA et autres bénévoles.

***184\$/personne (OBNL extérieurs)**



Le plan de communication : étudier, identifier, élaborer, analyser, RECOMMENCER!

15 avril 2019, 9h à 12h

Catherine Moisan, Espace idées

60\$ + taxes / personne

La plupart des organismes affirment souvent ne pas avoir de budget destiné aux communications. Pourtant, une grande majorité d'entre eux réalisent des actions ponctuelles comme la création de dépliants, la publication de contenu sur Facebook ou l'organisation d'une journée portes ouvertes sans suivre de planification précise et sans réellement les identifier comme des démarches de communication, même si elles en font partie. L'élaboration d'un plan de communication détaillé permet tout d'abord de mieux connaître les besoins de l'organisme, d'ensuite mettre en place les bonnes stratégies liées aux médias adéquats afin d'atteindre les objectifs fixés et de finalement analyser les résultats obtenus. Après la présentation de chaque étape du plan de communication, un temps sera dédié à la création. Les participants seront invités à développer les grandes lignes de leur propre plan afin de faciliter le travail une fois de retour au bureau.

OBJECTIFS

- 💡 Permettre aux participants de créer leur propre plan de communication;
- 💡 Les aider à définir des objectifs précis et des cibles claires;
- 💡 Soutenir les participants dans la création de stratégies adéquates et dans le choix des médias;
- 💡 Mieux comprendre chaque étape du plan et se les approprier.

THÈMES ABORDÉS

- 💡 Description détaillée de chaque étape d'un plan de communication accompagnée d'exemples;
- 💡 Analyse de la situation;
- 💡 Public cible;
- 💡 Objectifs et stratégies de communication;
- 💡 Budget et échéancier;
- 💡 Analyse des résultats.

CLIENTÈLE CIBLE

Tout travailleur du secteur des organismes à but non lucratif incluant gestionnaires, membres des CA et autres bénévoles désirant créer un plan de communication.



Engagement et collaboration : une équipe tissée serrée!

13 mai 2019, 9h à 12h

Marie-Claude Gratton, Espace idées

60\$ + taxes / personne

Comment faire pour vous assurer que tous les membres de votre équipe (employés, bénévoles, CA) partagent une même culture philanthropique? Comment les garder motivés et engagés afin de développer une collaboration à long terme? Comment amener votre CA vers un autre niveau d'implication, le convaincre d'innover, de sortir des sentiers battus et d'apporter de vrais changements? Et surtout, l'encourager à mettre en place les structures nécessaires à l'évolution de l'organisme. Durant cet atelier, la formatrice Marie-Claude Gratton vous partagera plusieurs astuces dans le but de mieux outiller les administrateurs de votre CA ainsi que vos employés et bénévoles afin de leur permettre de jouer un rôle concret et de faire une réelle différence dans la communauté.

OBJECTIFS

- 💡 Encourager les participants à partager les outils présentés lors de la formation avec leur conseil d'administration et commencer une discussion;
- 💡 Amener les administrateurs, les employés et les bénévoles à bien comprendre le rôle de la philanthropie et à partager une seule et même ligne directrice;
- 💡 Les inciter à s'impliquer et à innover.

THÈMES ABORDÉS

- 💡 Le partage d'expertise;
- 💡 Le président / la présidente et son leadership;
- 💡 La culture philanthropique au sein du personnel, des bénévoles et du CA;
- 💡 Le rôle d'ambassadeur;
- 💡 La création de liens et d'un sentiment d'appartenance pour les membres de CA;
- 💡 Le niveau d'implication (temps, effort et implication financière).

CLIENTÈLE CIBLE

Cette formation s'adresse aux employés d'OBNL, mais aussi aux membres de leur conseil d'administration.



La création d'une infolettre efficace : donnez-leur le goût de vous lire!

10 juin 2019, 9h à 12h

Catherine Moisan, Espace idées

60\$ + taxes / personne

Depuis un moment, vous pensez à créer une infolettre mensuelle destinée à vos membres, vos bénévoles et/ou vos donateurs. Votre idée est géniale, car le courriel est encore un très bon moyen de fidéliser les gens qui appuient votre cause! Mais vous ne savez pas par où commencer, quoi y insérer, comment structurer le courriel et bâtir votre liste d'envoi? Inscrivez-vous à cet atelier durant lequel la formatrice vous partagera plusieurs conseils fort utiles pour l'élaboration d'une infolettre réussie présentant un contenu captivant et imagé. Vous verrez également la base des différentes étapes de création de l'infolettre à l'aide de la plateforme MailChimp afin de vous permettre de commencer ce beau projet une fois de retour au bureau!

OBJECTIFS

- 💡 Permettre aux participants de créer leur propre infolettre;
- 💡 Les inspirer pour la création d'un contenu attrayant;
- 💡 Leur fournir une panoplie de petits trucs pour augmenter le taux d'ouverture du courriel.

THÈMES ABORDÉS

- 💡 Modèles de courriel;
- 💡 Création et gestion de listes;
- 💡 Design de l'infolettre;
- 💡 Objet et accroche;
- 💡 Contenu et appel à l'action.

CLIENTÈLE CIBLE

Tout travailleur du secteur des organismes à but non lucratif incluant gestionnaires, membres des CA et autres bénévoles.



Les éléments clés du publipostage : pour tomber en amour avec la cause!

23 septembre 2019, 9h à 11h

Marie-Claude Gratton, Espace idées

40\$ + taxes / personne

Malgré l'utilisation importante des nouvelles technologies dans le processus de sollicitation, le publipostage demeure une technique qui a fait ses preuves et qui peut être très pertinente pour les organismes, même auprès d'un public cible plus jeune. Lors de cet atelier, la formatrice vous guidera dans l'élaboration complète d'un publipostage attrayant et partagera de nombreux exemples afin de vous montrer quoi faire et quoi ne PAS faire. Elle s'attardera aussi sur l'analyse des résultats et l'importance des suivis. Vous en repartirez confiant et prêt à séduire vos donateurs potentiels!

OBJECTIFS

- 💡 Être en mesure de développer et d'envoyer un publipostage ciblé et personnalisé contenant tous les éléments nécessaires à son succès;
- 💡 Créer un contenu original rejoignant les donateurs potentiels;
- 💡 Savoir analyser les résultats et bien faire les suivis.

THÈMES ABORDÉS

- 💡 Élaboration de messages clés;
- 💡 Témoignages;
- 💡 Ciblage;
- 💡 Analyse des résultats et suivis;
- 💡 Partage de nombreux exemples.

CLIENTÈLE CIBLE

Tout travailleur du secteur des organismes à but non lucratif incluant gestionnaires, membres des CA et autres bénévoles.



Comment bâtir une relation solide avec vos donateurs, commanditaires et partenaires

21 octobre 2019, 9h à 12h

Marie-Claude Gratton, Espace idées

60\$ + taxes / personne

La plupart des organismes à but non lucratif n'existeraient tout simplement pas sans l'apport de généreux donateurs, commanditaires et partenaires! Il est donc primordial d'établir une relation solide et durable avec eux. Mais comment réussir à bâtir cette relation de confiance? Ayant occupé le poste de *Manager Donor Relations* pendant 6 ans pour *Mont Royal University*, Marie-Claude est LA personne pour vous donner de nombreux conseils afin de fidéliser vos donateurs, commanditaires et partenaires et de s'assurer de leur soutien continu.

OBJECTIFS

- 💡 Développer des stratégies personnalisées de remerciement et de reconnaissance;
- 💡 Fidéliser les donateurs, commanditaires et partenaires;
- 💡 Déterminer quel type de remerciement utilisé selon les dons, commandites, partenariats;
- 💡 Impliquer davantage les donateurs à la suite de leur don pour la réussite de la mission de l'organisme.

THÈMES ABORDÉS

- 💡 Les étapes pour un remerciement d'impact;
- 💡 Les différents moyens de reconnaître un donateur, un commanditaire ou un partenaire;
- 💡 Les diverses communications destinées aux donateurs et leur fréquence;
- 💡 Les rapports sur l'utilisation des dons et leur impact;
- 💡 Les politiques et procédures nécessaires;
- 💡 L'implication de tous les membres de l'équipe dans la reconnaissance aux donateurs.

CLIENTÈLE CIBLE

Tout travailleur du secteur des organismes à but non lucratif incluant gestionnaires, membres des CA et autres bénévoles.



Voici d'autres formations qu'Espace idées est en mesure d'offrir.

Si vous désirez plus de renseignements ou si l'une de ces formations vous intéresse, n'hésitez pas à communiquer avec nous!



Les OBNL et Facebook : quoi faire et quoi ne PAS faire en tant qu'organisme sur Facebook.



Les incontournables en financement et comment mettre ces méthodes en pratique au sein de votre organisme.



Organiser et évaluer une activité de financement : comment créer un événement lucratif et mémorable!



Les activités organisées au profit de votre cause par des membres de la communauté : comment les évaluer et les gérer pour un partenariat gagnant!