



PRESENTATION D'UNE FORMATION

Communiquer gratuitement

OBJECTIFS DE LA FORMATION :

- Diagnostiquer et optimiser la communication de l'association, tout en réactualisant son identité.
- Élaborer un plan stratégique aligné sur les objectifs de l'association.
- Maîtriser Google Ads Grant et optimiser les campagnes publicitaires pour un impact maximal.
- Développer des stratégies efficaces pour mobiliser et fidéliser des partenaires institutionnels et
- privés.

PUBLIC CONCERNE :

- Responsables d'associations.
- Membres du conseil d'administration.

PRE-REQUIS :

- Connaissances de base en gestion d'association.
- Être membre ou gestionnaire actif d'une association.

Document actualisé le 10/01/2025

HEURIDIOM, 12 rue Vivienne 75002 Paris
Siret : 83018766200010 – Naf : 8559A – TVA : Exempté – RCS Paris B 830 187 662
SAS au capital de 100€
Tel : 06 80 78 15 94 – Email : contact@heuridiom.com
Site internet : www.heuridiom.com



DUREE ET HORAIRES :

- Horaires : de 9h00 à 12h30 et de 14h00 à 17h30 (aménagement possible si besoin)
- Délai d'accès : 1 semaine

DATE :

- **Durée totale : 64 heure** réparties sur 9 jours (présentiel et distanciel).
- **Horaires :** 9h00 à 12h30 et 14h00 à 17h30.
- **Délai d'accès :** 2 semaines.

LIEU :

- Site client ou par visio-conférence

COÛT :

- Sur devis

MOYENS PEDAGOGIQUES :

- Méthodes pédagogiques :
 - Alternance de théorie et de pratique.
 - Études de cas associatifs réels.
 - Travail collaboratif.
 - Simulations et jeux de rôles.
 - Sessions de feedback structuré.
- Moyens techniques :
 - Support de formation remis au stagiaire
- Dispositions d'accessibilité :
 - En cas de situation de handicap, veuillez nous consulter pour étudier ensemble la faisabilité et l'adaptation de l'action de formation.
- Dispositions d'accueil nécessaires en cas d'intervention sur site :
 - Salle de formation, vidéoprojecteur, support de projection.

INTERVENANT :

Quentin Michelet : Expert en stratégie de financement et fondateur de Donasafe.

Document actualisé le 10/01/2025

HEURIDIOM, 12 rue Vivienne 75002 Paris

Siret : 83018766200010 – Naf : 8559A – TVA : Exempté – RCS Paris B 830 187 662

SAS au capital de 100€

Tel : 06 80 78 15 94 – Email : contact@heuridiom.com

Site internet : www.heuridiom.com



Robleh Wihip Djama : Spécialiste en partenariats associatifs.

Lucile Guez : Consultante en développement associatif et levée de fonds.

DISPOSITIF DE SUIVI DU PROGRAMME ET D'APPRECIATION DES RESULTATS :

Feuille d'émargement - Évaluation des acquis des stagiaires à l'issue de la formation via QCM
- Analyse des informations obtenues - Remise d'une attestation de fin de formation

CONTENU

Module 1 : Construire une stratégie de communication efficace

Jour 1 (Matin) : Introduction et définition des objectifs

- **Présentation du programme de formation et des objectifs pédagogiques**
- **Tour de table : niveaux, attentes et expériences des participants**
- **Introduction aux fondamentaux de la communication associative**
- **Pourquoi et comment structurer une communication efficace**

 **Objectifs pédagogiques :**

- ✓ **Comprendre l'importance d'une stratégie de communication**
- ✓ **Apprendre à structurer une stratégie efficace et adaptée aux associations**

Jour 1 (Après-midi) : Diagnostic et analyse de la communication existante

- **Apprendre à analyser ses supports existants (site web, réseaux sociaux, brochures...)**
- **Réalisation d'un diagnostic SWOT de la communication**
- **Identification des publics cibles et de leurs attentes**
- **Atelier pratique : analyse et critique des supports de communication des participants**

Document actualisé le 10/01/2025

HEURIDIOM, 12 rue Vivienne 75002 Paris

Siret : 83018766200010 – Naf : 8559A – TVA : Exempté – RCS Paris B 830 187 662

SAS au capital de 100€

Tel : 06 80 78 15 94 – Email : contact@heuridiom.com

Site internet : www.heuridiom.com

📌 Objectifs pédagogiques :

- ✓ Évaluer les forces et faiblesses de sa communication
- ✓ Définir son public cible pour mieux adapter ses messages

Jour 2 : Élaborer un plan de communication multicanal

- Cours théorique : les principes d'un plan de communication efficace
- Choisir les bons outils : réseaux sociaux, emailings, site web, affiches, vidéos...
- Rédaction et structuration d'un message clair et impactant
- Travaux pratiques : chaque participant construit son propre plan de communication

📌 Objectifs pédagogiques :

- ✓ Savoir construire un plan de communication structuré
- ✓ Choisir les outils adaptés à ses objectifs

Jour 3 : Produire du contenu attractif et engageant

- Apprendre à rédiger un contenu efficace pour le web et les réseaux sociaux
- Utilisation d'outils gratuits pour créer des visuels percutants (Canva, Adobe Express...)
- Planification et gestion d'un calendrier éditorial
- Atelier pratique : création d'un post impactant pour les réseaux sociaux

📌 Objectifs pédagogiques :

- ✓ Produire du contenu de qualité avec des outils accessibles
- ✓ Organiser et planifier sa communication sur le long terme

Module 2 : Utiliser Google Ads Grants et optimiser sa présence en ligne

Jour 1 (Matin) : Introduction et définition des objectifs du module

- Présentation du programme Google Ads Grants

Document actualisé le 10/01/2025



- Pourquoi utiliser la publicité en ligne pour une association ?
- Tour de table : état des lieux des connaissances des participants
- Cours théorique : Les bases de la publicité sur Google

📌 Objectifs pédagogiques :

- ✓ Comprendre comment Google Ads peut aider une association
- ✓ Découvrir les opportunités offertes par Google Ads Grants

Jour 1 (Après-midi) : Création et configuration de Google Ads Grants

- Apprentissage pas à pas : comment configurer un compte Google Ads Grants
- Recherche et choix des bons mots-clés avec Google Keyword Planner
- Optimisation SEO du site web pour améliorer l'efficacité des campagnes
- Atelier pratique : création d'un compte et choix des mots-clés

📌 Objectifs pédagogiques :

- ✓ Mettre en place une campagne Google Ads efficace
- ✓ Améliorer le référencement naturel de son site

Jour 2 : Élaboration et lancement des campagnes publicitaires

- Structuration des campagnes : objectifs publicitaires, ciblage et audience
- Rédaction et optimisation des annonces Google Ads
- Lancement et test des campagnes publicitaires
- Exercices pratiques : création et simulation d'une campagne Google Ads

📌 Objectifs pédagogiques :

- ✓ Construire et gérer une campagne Google Ads réussie
- ✓ Apprendre à rédiger une annonce performante

Jour 3 : Suivi et optimisation des campagnes Google Ads

- Introduction à Google Analytics pour suivre les performances des campagnes
- Optimisation et ajustement des campagnes en fonction des résultats
- Analyse des performances et définition des axes d'amélioration
- Travaux pratiques : analyse des résultats et optimisation des campagnes

Document actualisé le 10/01/2025

 Objectifs pédagogiques :

- ✓ Suivre l'efficacité de ses campagnes publicitaires
- ✓ Améliorer ses annonces pour maximiser l'impact

Module 3 : Social Ads et Intelligence Artificielle dans la communication associative

Jour 1 (Matin) : Introduction et définition des objectifs du module

- Introduction aux Social Ads (publicité Facebook, Instagram, LinkedIn...)
- Pourquoi utiliser la publicité sur les réseaux sociaux pour une association ?
- Tour d'horizon des plateformes et de leurs spécificités

 Objectifs pédagogiques :

- ✓ Comprendre les principes des Social Ads
- ✓ Choisir la plateforme la plus adaptée à ses besoins

Jour 1 (Après-midi) : Création de campagnes Social Ads

- Cours : Comment structurer une campagne Facebook & Instagram Ads
- Paramétrage des audiences et des objectifs publicitaires
- Exercices pratiques : simulation de campagne Social Ads

 Objectifs pédagogiques :

- ✓ Savoir créer et gérer une publicité sur les réseaux sociaux
- ✓ Cibler efficacement son audience

Jour 2 : Utilisation de l'Intelligence Artificielle dans la communication

- Présentation des outils d'IA pour automatiser et optimiser sa communication
- Exemples : ChatGPT, Midjourney, DALL-E pour la création de contenu
- Atelier pratique : génération d'images et de textes avec l'IA

 Objectifs pédagogiques :

- ✓ Découvrir et tester les outils d'IA pour améliorer sa communication
- ✓ Automatiser certaines tâches pour gagner du temps

Jour 3 : Mesurer et ajuster sa stratégie digitale

Document actualisé le 10/01/2025



- **Comment analyser les résultats des campagnes Social Ads ?**
- **Comprendre les KPIs et adapter sa stratégie**
- **Travaux pratiques : étude de cas et optimisation des stratégies existantes**

📌 **Objectifs pédagogiques :**

- ✓ **Lire et interpréter les données des campagnes digitales**
- ✓ **Savoir ajuster sa stratégie en fonction des performances**
- ✓ **Valider les compétences acquises**
- ✓ **Mettre en place une stratégie de communication durable**

HANDICAP

Toutes les formations dispensées chez Heuridiom sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Lors de l'inscription à nos formations, nous étudions avec le candidat en situation de handicap et à travers un questionnaire les actions que nous pouvons mettre en place pour favoriser son apprentissage.

Pour cela, nous pouvons également nous appuyer sur un réseau de partenaires nationaux préalablement identifiés.

CONTACTS

Robleh Wihip : robleh.whip@donasafe.com

06 59 76 40 70

QUELQUES CHIFFRES (exemples)

4 promotions	Taux de satisfaction : 100 %	Taux d'admis : 89%	Objectifs à 3 mois : 72%	Taux d'insertion à 6 mois : 92%
------------------------	--	------------------------------	---------------------------------	--

Document actualisé le 10/01/2025

HEURIDIOM, 12 rue Vivienne 75002 Paris
Siret : 83018766200010 – Naf : 8559A – TVA : Exempté – RCS Paris B 830 187 662
SAS au capital de 100€
Tel : 06 80 78 15 94 – Email : contact@heuridiom.com
Site internet : www.heuridiom.com



Document actualisé le 10/01/2025

HEURIDIOM, 12 rue Vivienne 75002 Paris
Siret : 83018766200010 – Naf : 8559A – TVA : Exempté – RCS Paris B 830 187 662
SAS au capital de 100€
Tel : 06 80 78 15 94 – Email : contact@heuridiom.com
Site internet : www.heuridiom.com