

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

5 - REFERENTIELS

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

Bloc 1 : définir la stratégie globale de collecte de fonds et de mécénat en adéquation avec les valeurs et l'identité de l'organisation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Elaboration et pilotage d'une stratégie de développement des ressources -Construction de son modèle économique en tenant compte de son environnement concurrentiel - Définition des modalités de mise en œuvre, les moyens humains, financiers et matériels nécessaires pour atteindre les objectifs de la collecte - identification des cibles adaptées à l'organisation de la collecte de fonds et du mécénat	C1.1. Analyser et établir un diagnostic de la structure et de son modèle économique dans le but de poser les jalons de la stratégie de fundraising en identifiant l'ADN et la spécificité d'une organisation à travers la définition de la vision, missions et valeurs de la structure et en établissant un audit interne grâce à des outils d'audit tels que le SWOT, PEST	Cas pratiques : A partir d'un cas pratique réel ou reconstitué, le candidat devra rédiger les étapes clés pour bâtir une stratégie de collecte de fonds Sous forme d'un tableau de synthèse qui sera évalué par un formateur	Les candidats identifient la de la vision, missions et valeurs d'une structure. Les outils d'audit (SWOT, PEST...) sont maîtrisés. Les candidats élaborent une stratégie en adéquation avec le diagnostic et définissent les cibles à privilégier (grand public, entreprises...)

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>Définition de la stratégie de collecte de fonds et du mécénat</p> <ul style="list-style-type: none"> - définition de la stratégie par cible - élaboration des objectifs, des moyens humains et matériels et du planning - définition des outils de reporting et des indicateurs de performance - Maitrise de l'environnement juridique : grands principes juridiques et fiscaux qui encadrent l'ensemble des activités en lien avec le mécénat et la collecte de fonds 	<p>C1.2. Elaborer la stratégie de la collecte de fonds et du mécénat en définissant les moyens de mise en œuvre en adéquation avec la stratégie globale de la structure, tout en mobilisant ses connaissances juridiques et fiscales qui encadrent l'ensemble des activités en lien avec le mécénat et la collecte de fonds.</p> <p>Assurer une veille continue sur le secteur de la collecte de fonds et du mécénat, principalement en matière juridique, règlementaire et fiscale, afin d'identifier les nouvelles techniques de levée de fonds et être innovant</p>		<p>La veille est axée sur les aspects juridiques intéressant la collecte de fonds et du mécénat : legs, sponsoring, mécénat...</p> <p>Les pratiques de la collecte de fonds et du mécénat dans les autres organisations sont analysées.</p> <p>La culture juridique permet d'identifier les contraintes à prendre en compte dans la définition de la stratégie.</p>
<p>Construction du positionnement de cause</p> <ul style="list-style-type: none"> - Articulation entre enjeux de collecte et positionnement de cause - Identification des messages clés - Structuration de l'argumentaire de cause - Communication de l'argumentaire en interne - Mobilisation de toutes les parties prenantes 	<p>C1.3. Élaborer le discours de cause à partir du positionnement défini et construire son argumentaire de cause spécifique à la collecte de fonds et du mécénat avec des messages clés</p>		<p>Le discours de cause est adapté aux enjeux de collecte et aux cibles concernées identifiées.</p> <p>Une trame de messages clés est élaborée pour bâtir les discours</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>Planification du budget</p> <ul style="list-style-type: none">- Evaluation des spécificités de certaines activités (libéralités)- Prise en compte des priorités d'investissement en fonction des différents leviers de collecte (dons, mécénat, philanthropie, legs...) et défendre ses choix budgétaires auprès de la gouvernance, du conseil d'administration	<p>C1.4. Construire un budget prévisionnel en prenant en compte les spécificités de certaines activités et en priorisant les investissements en fonction des différents leviers de collecte, avec pour objectif, la validation par la gouvernance</p>		<p>Les coûts et les priorités d'investissements sont identifiés.</p> <p>Le budget est planifié en prenant en compte les priorités et les spécificités de certaines activités.</p> <p>Chaque élément du budget est justifié et argumenté en vue de convaincre les décisionnaires (comité de direction, gouvernance...)</p>
--	---	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc 2 : mettre en œuvre la stratégie de collecte de fonds et de mécénat grand public multicanale

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Élaboration des campagnes de marketing relationnel et multicanal - Élaboration du plan stratégique marketing multicanal - Rédaction du plan d'action avec tous les outils disponibles - Choix des thématiques de campagne - Elaboration des messages à diffuser - Détermination des grilles de niveaux de dons - Définition des contreparties	C2.1. Élaborer le plan de marketing relationnel et multicanal en lien avec la stratégie de l'organisation et en utilisant tous les outils existants en matière de collecte de fonds auprès du grand public tout en tenant compte des facteurs clés de succès (moyen humains et financiers, implication de la gouvernance...)	Cas pratiques : A partir d'un cas pratique réel ou reconstitué, le candidat répond à un ensemble de questions ouvertes et fermées sur les différents outils à mobilisés pour organiser son plan d'action de collecte grand public Ce document est évalué par un formateur	Le candidat décline les objectifs du plan d'action multicanal destiné au grand public
			Il a une vision 360° de l'ensemble des disciplines de collecte de fonds auprès du grand public
			Le choix des canaux et de leurs articulations sont adaptés en fonction des cibles de donateur tout en tenant compte des contraintes budgétaires afin d'améliorer le retour sur investissement des actions menées.

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>Construction des actions de marketing multicanal de la collecte de fonds</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification des enjeux et des objectifs de la prospection de donateurs - Identification des leviers de fidélisation des donateurs - Maitrise des bases de données et des statistiques : de la segmentation au scoring - Gestion de la data - Coordination des équipes internes et prestataires -Suivi et contrôle de toutes les étapes de la campagne multicanale 	<p>C2.2. Conduire un plan d'action multicanale combinant prospection et fidélisation des cibles donateurs avec l'aide d'outils adéquats (marketing, direct, crowdfunding, marketing digital, événementiel de collecte...) et en mesurer les performances.</p> <p>C2.3. Mettre en place les outils adaptés pour optimiser la relation donateur indispensable à la relation</p> <p>C2.4. Optimiser la base de données afin d'améliorer la prospection et la fidélisation des donateurs</p>		<p>Le candidat maîtrise la gestion de la data et les outils CRM mais aussi le cadre légal qui encadre le respect des données personnelles (RGPD)</p> <p>Les équipes du projet internes et externes sont sollicitées et coordonnées.</p>
<p>Mesure des performances des opérations de marketing multicanal</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse des campagnes de marketing on et off line - Évaluation de la performance et suivi des indicateurs 	<p>C2.5. Suivre les indicateurs de performance et mettre en place un tableau de bord facilitant le reporting des objectifs atteints</p>		<p>Il crée un tableau de bord recensant les indicateurs clés permettant le suivi régulier des actions de marketing multicanal</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>- Réalisation de tableaux de bord (reporting)</p>			<p>Le candidat fait preuve d'un bon esprit d'analyse et de synthèse.</p> <p>Il assure un reporting régulier</p> <p>Les retours sont pris en compte pour adapter efficacement la stratégie de la prochaine campagne.</p>
--	--	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc 3 : mettre en œuvre la stratégie de collecte de fonds spécifique à la philanthropie et aux donateurs stratégiques

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>Elaboration de la stratégie d'approche des donateurs stratégiques : libéralités (legs), grands donateurs, mécénat d'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition des objectifs et des moyens à mettre en œuvre pour chacune des cibles - Concourt à la définition des offres adaptées aux donateurs stratégiques - Définition d'une approche stratégique de legs dans le respect du cadre juridique et déontologique 	<p>C3.1. Élaborer la stratégie d'approche donateurs stratégiques (libéralités, grands donateurs et mécénat d'entreprise) en définissant les objectifs et les plans d'actions adaptés à chaque cible, tout en mobilisant des compétences relationnelles très fortes</p>	<p>Mise en situation professionnelle réelle fictive : A partir d'un cas pratique réel ou reconstitué, le candidat est mis en situation pour construire un argumentaire spécifique pour un donateur et rédige un argument de 5 minutes en mettant en avant les points forts de sa proposition.</p>	<p>Le candidat a une capacité d'analyse du monde économique et du milieu des grandes fortunes.</p>
	<p>C3.2. Mobiliser les ressources internes en impliquant la gouvernance, les acteurs de terrain et partenaires (porteurs de projets, responsables de programmes, chercheurs...) autour du projet et constituer, le cas échéant, un comité de campagne composé d'ambassadeurs</p>		<p>Argumentation corrigée par un formateur</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Mobilisation des ressources internes - Implication de la gouvernance 			<p>Le candidat identifie les ressources internes à mobiliser autour de cette stratégie de collecte de haut niveau qui nécessite une forte mobilisation interne.</p> <p>Le candidat développe un argumentaire à destination de la gouvernance.</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			Le candidat démontre une forte capacité à convaincre
<p>Identification des donateurs stratégiques (grands donateurs et entreprises mécènes)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir les cibles donateurs stratégique en adéquation avec la cause - Identifier les types d'entreprises cibles à prospecter - Identifier l'interlocuteur dans l'entreprise à solliciter - Identification des testateurs potentiels - Qualification des donateurs stratégiques 	<p>C3.3. Identifier les cibles donateurs stratégiques (testateurs, grands donateurs, entreprises) dans l'objectif de qualifier leur potentiel à l'aide des données nécessaires (base de données, ouvrages, web, articles...)</p>		<p>Le candidat maîtrise les techniques de recherche sur Internet, pour optimiser sa veille et identifier de nouveaux prospects à haut potentiel.</p> <p>Le candidat maîtrise les outils CRM mais aussi le cadre légal qui encadre le respect des données personnelles (RGPD)</p> <p>Le candidat porte une attention particulière à la qualité de la relation qu'il entretient avec les donateurs.</p>
<p>Mise en œuvre de la stratégie globale de promotion et de développement des libéralités (legs)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Information et valorisation du legs -Création de supports de communication sur le legs - Mobilisation de l'expertise juridique sur les legs 	<p>C3.4. Organiser la valorisation des legs en élaborant des outils de communication (bulletins d'information, des brochures envoyées lors des publipostages...)</p>		<p>Le candidat met le legs et les libéralités comme modalités de soutien substantiel à son organisation et qui présentent des intérêts fiscaux dont il est en capacité de défendre et d'argumenter</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>-Veille et enrichissement de l'expertise juridique sur les legs</p> <p>-Information du testateur sur la législation et fiscalité des legs</p> <p>- Conseil juridique</p> <p>-Développement d'une relation de confiance avec le testateur</p> <p>-Respect des volontés du testateurs</p>			<p>Des supports de communication valorisant les legs et les libéralités sont créés et diffusés</p> <p>Le candidat assure une veille juridique sur l'évolution de la législation et de la réglementation du droit privé, notamment successoral, ainsi que de la jurisprudence au niveau national, communautaire ou international.</p>
<p>-Gestion de la relation avec les donateurs</p> <p>-Entretien de la relation avec les donateurs sur la durée</p> <p>-Organisation de « rencontres » (communications, entretiens, événements...)</p> <p>-Cadrage des éléments contractuels des engagements réciproques</p> <p>-Coordination des éléments administratifs et juridiques</p>	<p>C3.5. Accompagner le testateur potentiel dans sa prise de décision et établir une relation de confiance et de respect</p>		<p>Il est à l'écoute et respecte les motivations du potentiel testateur.</p> <p>Une relation de confiance est construite avec un souci permanent d'éthique et de respect de la déontologie</p> <p>Le candidat sait être un bon conseiller ou s'entoure des compétences nécessaires à la prise en compte de l'évolution du cadre juridique et fiscal</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>Réalisation de rendez-vous d'argumentation adapté au donateur cible</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rédaction de la trame d'entretien - Finalisation des objectifs et indicateurs de succès adaptés au donateur stratégique - Préparation des rendez-vous - Analyse des entretiens - Proposition de plan d'actions à suivre <ul style="list-style-type: none"> - Contrôle et suivi des engagements - Suivi des plans d'action et gestion des écarts 	<p>C3.6 Gérer la relation avec les donateurs et/ou l'entreprise mécène et assurer un suivi régulier des besoins exprimés, entretenir des relations directes et individuelles avec chacun des donateurs.</p>		
	<p>C3.7. Elaborer la trame de l'entretien recensant les points clés de l'échange adaptés à chaque donateur dans le but de présenter et de convaincre sur son rôle, les causes défendues et la force de l'organisation</p> <p>C3.8 Démontrer la pertinence de l'investissement aux donateurs, notamment en argumentant les contreparties pour l'entreprise mécène partenaire en termes de visibilité et fiscalité</p> <p>C3.9 Contrôler et suivre les engagements réciproques et écarts constatés afin de mettre en œuvre les plans d'actions correctifs nécessaires aux engagements de collecte</p>		<p>La trame d'entretien est rédigée et contient les points clés de l'échange.</p> <p>Les arguments de cause sont construits et adaptés à la cible.</p> <p>Le candidat est force de conviction.</p> <p>Les arguments sont adaptés au potentiel du donateur.</p> <p>Le candidat maîtrise les techniques de conduite de l'entretien face à face avec un interlocuteur de haut niveau.</p> <p>La présentation orale est de qualité.</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>Le candidat met en œuvre des techniques de négociation :</p> <ul style="list-style-type: none">-Il est à l'écoute de ses interlocuteurs.-Il fait preuve de diplomatie.-Ses arguments de cause sont convaincants. <p>Le candidat démontre une aisance relationnelle.</p> <p>Le candidat maîtrise les outils de communication (communications, entretiens, événements...).</p> <p>Le candidat mobilise ses connaissances en matière de fiscalité.</p> <p>L'argumentaire est de nature à convaincre le donateur stratégique de la pertinence de son investissement.</p> <p>Les engagements des donateurs sont suivis de façon régulière.</p>
--	--	--	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>Le candidat est force de proposition d'actions correctives.</p>
--	--	--	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<ul style="list-style-type: none"> - Animation des réunions de travail - Direction des bénévoles 	<p>consignes avec assertivité, tout en s'adaptant à ses collaborateurs internes, externes et bénévoles</p>		<p>Le candidat fait preuve de capacité d'écoute et de respect des remarques des interlocuteurs.</p> <p>Les consignes sont émises de façon constructive.</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Supervision des équipes du projet - Mise en place d'indicateurs de suivi -Contrôle de la réalisation des missions des équipes internes et des bénévoles - Contrôle de la bonne exécution des obligations des prestataires extérieurs -Le cas échéant, réalisation d'entretiens individuels annuels 	<p>C4.3. Assurer le suivi de l'avancée des objectifs de chacun des collaborateurs en mettant en place les indicateurs de suivi adéquats et conduit les entretiens individuels annuels</p>		<p>Les indicateurs de suivi sont définis.</p> <p>Le suivi du planning et le respect des délais est assuré.</p> <p>Le candidat supervise ses équipes en suivant régulièrement l'avancement des missions de ses collaborateurs.</p>
<p>Instauration de la cohésion et de l'esprit d'équipe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Influence avec intégrité - Accompagnement au changement au sein d'une équipe - Favorisation de la collaboration entre les différents acteurs 	<p>C4.4. Développer son aisance relationnelle en utilisant les techniques d'argumentation adaptées à son auditoire afin d'encourager ses équipes vers de meilleurs résultats</p>		<p>Le candidat montre une capacité à convaincre son interlocuteur ou une équipe. Il s'exprime de façon claire et concise.</p> <p>Il s'adapte au contexte, choisit le vocabulaire</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<ul style="list-style-type: none"> - Gestion du conflit - Développement des capacités relationnelles pour écouter et concerter les points de vue différents - Encadrement des équipes - Réalisation d'entretien individuels - Résolution de problèmes 	<p>C4.5. Gérer les conflits pouvant survenir au sein de l'équipe en gérant positivement les objections afin d'élaborer une solution constructive, tout en recadrant un collaborateur le cas échéant</p>		<p>adapté, pour être plus impactant à l'oral et interagir efficacement avec ses interlocuteurs.</p> <p>Les relations conflictuelles sont gérées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les modalités de gestion des aléas sont clairement définies. - Les conflits pouvant survenir entre les membres de l'équipe sont maîtrisés. - Des solutions sont apportées.
--	---	--	--

Modalités d'évaluation de l'ensemble de la certification : L'examen final est une évaluation différente de celles présentes au sein des blocs. Cet examen final est composé d'une épreuve écrite et d'un examen oral devant un jury de professionnel de la collecte de fonds et du mécénat. A partir d'une étude de cas, le candidat élabore un rapport écrit décrivant la mise en œuvre d'une stratégie de collecte de dons, le plan de développement et de suivi associé. Ce rapport est évalué par un jury de professionnel. Une synthèse du rapport est présentée à l'oral. Le candidat est amené à répondre aux questions posées par le jury de certification.

Chaque bloc a ses critères et ses modalités d'évaluation qui lui sont propres. L'acquisition du bloc fait l'objet de remise d'un certificat. Il faut avoir un certificat de réussite de chacun des blocs pour être convoqué à l'épreuve finale.

Bloc de compétences capitalisable, obligatoire pour l'obtention du titre (validité du bloc illimitée).