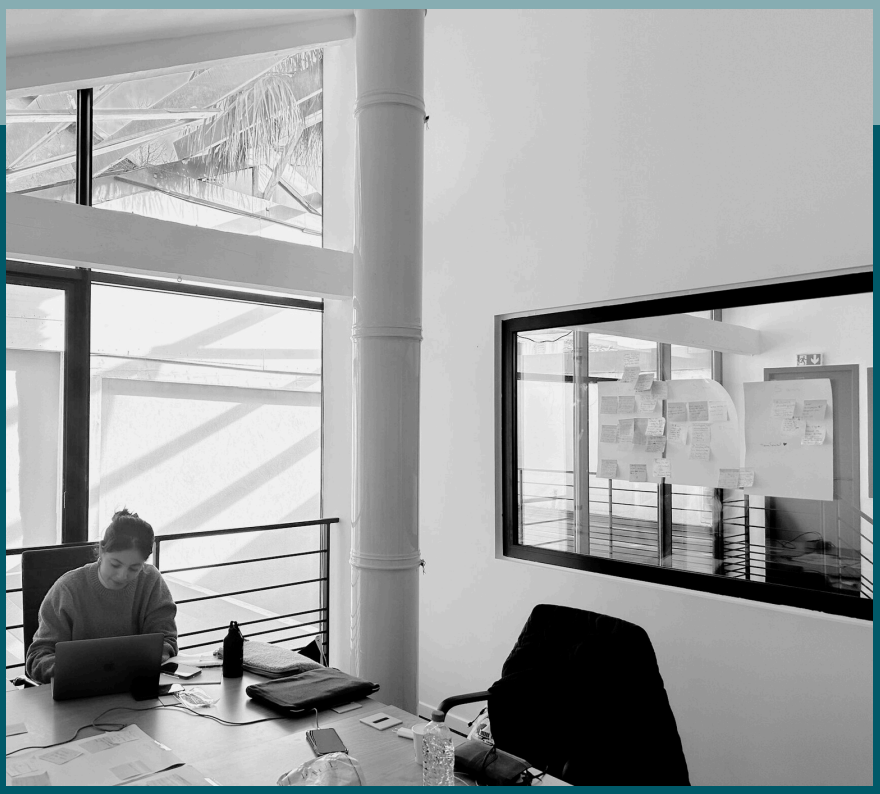
Qualiopi
processus certifié

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante :

ACTIONS DE FORMATION

CATALOGUE DE FORMATIONS



ferli.

SOMMAIRE

01
Notre approche

02
Nos formations

03
Nos modalités d’intervention

04
Contactez l’équipe

NOTRE APPROCHE

Stratégique, opérationnelle et pédagogique

FERLI : agence de conseil des acteurs de l'ESS, implusée par l'association Réseau des Entrepreneurs Citoyens (REC)

Notre vision : Défendre les intérêts économiques des acteurs de l'ESS.

Notre approche s'appuie sur une articulation étroite entre expertise de terrain, vision stratégique, et transfert de compétences à travers des actions de formation.

Nous concevons des formations sur mesure à destination des dirigeant·e·s, équipes opérationnelles et gouvernances, afin de renforcer leur autonomie et leur capacité d'action. Nos modules pédagogiques sont directement issus de nos missions de conseil, ce qui garantit leur ancrage concret et leur utilité immédiate.

Nos domaines d'intervention et de formation :

- **Levée de fonds et partenariats stratégiques**

Ferli dispose d'une solide expérience dans la mobilisation de financements privés et publics. Nos formations permettent aux participant·e·s de comprendre les logiques de financement, de structurer une stratégie de levée de fonds, et de professionnaliser leur relation aux partenaires.

- **Consolidation des modèles socio-économiques**

Nous accompagnons les organisations dans leur structuration juridique, RH, territoriale et financière. Nos parcours pédagogiques visent à doter les équipes d'outils de pilotage, de compréhension budgétaire, de gouvernance et de projection stratégique pour renforcer la résilience des structures.

- **Développement commercial et diversification des ressources**

Nous aidons les structures à bâtir une stratégie de développement commercial adaptée aux réalités du marché de l'ESS, intégrant offre de services, communication, positionnement et élaboration de grilles tarifaires. Les formations associent cas pratiques, co-développement et outillage concret.

La formation est un levier central de notre mission : elle permet de rendre les acteur·rice·s de l'ESS plus autonomes, mieux outillé·e·s, et plus stratégiques dans leurs décisions. Notre approche pédagogique repose sur des principes de co-construction, de valorisation de l'expérience terrain et de mise en situation réelle.

Ce document peut contenir de l'information privilégiée et confidentielle. Toute divulgation, distribution ou copie de ce document est strictement prohibée - © Ferli

FORMATION À LA LEVÉE DE FONDS

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participant.e.s seront en mesure de :

- Élaborer et mettre en œuvre une stratégie cohérente de levée de fonds.
- Identifier et différencier les principales sources de financement possibles.
- Cibler les financeurs adaptés en fonction des projets portés par leur structure.
- Maîtriser des outils de pilotage pour assurer un suivi financier rigoureux de la collecte.
- Utiliser les outils budgétaires nécessaires à la construction d'une demande de financement.
- Déployer des techniques de prospection et de ciblage efficaces.
- Adapter leur discours en fonction des différents types de financeurs.

CONTENUS PÉDAGOGIQUES

- Découvrir et comprendre les différentes sources de financements existantes, publics comme privés, et identifier les plus pertinentes selon les objectifs et les valeurs de l'association.

- Définir et mettre en avant l'objectif de la levée de fonds, l'identification de la vision, de la mission et des objectifs de l'association, l'estimation du besoin financier à partir du budget prévisionnel et la détermination de la temporalité de la levée de fonds.

- Élaborer une stratégie de levée de fonds via la mobilisation des ressources et des outils nécessaires, l'approche des financeurs (les 3 cercles de donateurs), l'accès au mécénat d'entreprise, fondations familiales et fonds de dotation et enfin l'accès aux financements publics.

- Utiliser des outils essentiels pour une levée de fonds réussie tels que la construction d'un discours adapté aux financeurs, la présentation efficace du projet aux différentes cibles (dossier libre, pitch, mail type, etc.) et la préparation aux rendez-vous avec les financeurs.

INFORMATIONS PRATIQUES

Le public visé : Dirigeant.e.s d'associations, salarié.e.s d'associations en charge des partenariats, du développement, salarié.e.s d'associations en charge de la gestion de projets.

Durée : 1,5 à 2 jours

Inter-structures :
Nombre de places : à partir de 4 personnes.
Coût : à partir de 500€ HT/jour/personne.

Intra-structure :
Nombre de places : à partir de 2 personnes.
Coût : sur devis.

Compétences utiles : utilisation d'un PC/Mac, capacités rédactionnelles, maîtrise d'Excel.

Aucun pré-requis n'est nécessaire.

En amont de la formation, un questionnaire sera adressé pour évaluer les besoins et connaître les attentes.

FORMATION À LA PROSPECTION ET AU DÉMARCHAGE DES FINANCEURS

ferli.
AGENCE DE L'ESS

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participant.e.s seront en mesure de :

- Identifier les financeurs potentiels en fonction des projets réalisés.
- Assurer le suivi financier de la collecte de fonds grâce à des outils de pilotage et de suivi.
- Adapter le discours face aux financeurs.
- Mise en action dynamique d'outils de prospection.
- Créer des outils d'aide à la prise de décision.

CONTENUS PÉDAGOGIQUES

- Organiser des ateliers collectifs pratiques et interactifs, conçus pour initier ou relancer une dynamique de prospection et de démarchage auprès des financeurs :
- Rechercher et cibler les financeurs : méthodes pour identifier les bons interlocuteurs, comprendre leurs attentes, utiliser des outils de suivi adaptés.
- Qualifier les contacts : techniques pour affiner le ciblage et personnaliser la prise de contact selon les profils de financeurs.
- Construire ses supports de communication : rédaction d'e-mails types, élaboration de fiches projets synthétiques, conception d'un pitch oral clair et impactant.
- Relancer efficacement : stratégies pour maintenir la relation, relancer par téléphone ou e-mail, et instaurer un lien de confiance.
- Formaliser un plan d'action opérationnel : priorisation des cibles, planification des actions et ajustements.

INFORMATIONS PRATIQUES

Le public visé : Dirigeant.e.s d'associations, salarié.e.s d'associations ou d'entreprises de l'ESS en charge des partenariats ou du développement, salarié.e.s d'associations en charge de la gestion de projets.

Durée : 1,5 jour

Inter-structures :
Nombre de places : à partir de 4 personnes.
Coût : à partir de 500€ HT/jour/personne.

Intra-structure :
Nombre de places : à partir de 2 personnes.
Coût : sur devis.

Compétences utiles : utilisation d'un PC/Mac, capacités rédactionnelles, maîtrise d'Excel.

Aucun pré-requis n'est nécessaire.

En amont de la formation, un questionnaire sera adressé pour évaluer les besoins et connaître les attentes.

FORMATION À LA FIDÉLISATION DES PARTENAIRES

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participant.e.s seront en mesure de :

- Analyser et intégrer les attentes des financeurs dans leurs projets et propositions.
- Concevoir des outils de présentation adaptés (fiches projets, dossiers mécénat).
- Préparer et conduire des rendez-vous avec les financeurs pour établir des relations solides et durables dans le but de les fidéliser.

CONTENUS PÉDAGOGIQUES

- Améliorer les supports de présentation en consolidant/créant les fiches projets selon les attentes des financeurs et en optimisant les dossiers (design, mise en forme, budgets, propositions pour répondre aux attentes spécifiques des financeurs).

- Renforcer les compétences en présentation et pitch notamment à travers des exercices oraux, des présentations pour défendre efficacement les projets lors de rendez-vous et des mises en situation pour préparer les interventions en face-à-face avec les financeurs.

- Fidéliser les partenaires en construisant une relation de confiance durable, en préparant les équipes à se présenter de manière claire et engagée (mise en valeur de leur expertise et de leur implication), en appuyant l'organisation des rendez-vous pour en garantir l'impact et en contribuant à la coordination de conventions des partenaires si souhaité.

INFORMATIONS PRATIQUES

Le public visé : Dirigeant.e.s, Chargé.e.s de développement, Responsables des partenariats ou toute personne impliquée dans le processus de financement des structures ESS.

Durée : 1 jour

Inter-structures :
Nombre de places : à partir de 4 personnes.
Coût : à partir de 500€ HT/jour/personne.

Intra-structure :
Nombre de places : à partir de 2 personnes.
Coût : sur devis.

Compétences utiles : utilisation d'un PC/Mac, capacités rédactionnelles, maîtrise d'Excel.

Aucun pré-requis n'est nécessaire.

En amont de la formation, un questionnaire sera adressé pour évaluer les besoins et connaître les attentes.

FORMATION À LA MISE EN ŒUVRE D'UNE STRATÉGIE COMMERCIALE

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participant.e.s seront en capacité de :

- Définir une stratégie commerciale cohérente avec les valeurs et les objectifs stratégiques de leur structure.
- Utiliser des outils concrets pour structurer leur prospection et gérer la relation avec les clients.
- Convaincre, négocier et fidéliser durablement leurs partenaires.

CONTENUS PÉDAGOGIQUES

- Mettre en lumière les spécificités commerciales de l'ESS à travers la valorisation des missions sociales et environnementales comme différenciateurs auprès des clients et partenaires.

- Construire une stratégie commerciale adaptée, basée sur des objectifs chiffrés et les valeurs de la structure, segmenter et prioriser les cibles (particuliers, entreprises, collectivités, etc.) et identifier des opportunités de marché adaptées.

- Mobiliser des techniques de prospection et de démarchage en identifiant des prospects pertinents, en utilisant des techniques de ciblage et de démarchage (mails, appels, rendez-vous) et en créant des messages impactants.

- Négocier et fidéliser des partenaires à travers l'élaboration d'un pitch valorisant l'activité, des simulations de négociations pour apprendre à convaincre sans compromis sur les valeurs et la mise en place d'une stratégie de fidélisation pour pérenniser les relations avec les clients.

INFORMATIONS PRATIQUES

Le public visé : Dirigeant.e.s, Chargé.e.s de développement, Responsables des partenariats ou toute personne impliquée dans le développement commercial des structures ESS.

Durée : 2 jours

Inter-structures :
Nombre de places : à partir de 4 personnes.
Coût : à partir de 500€ HT/jour/personne.

Intra-structure :
Nombre de places : à partir de 2 personnes.
Coût : sur devis.

Compétences utiles : utilisation d'un PC/Mac, capacités rédactionnelles, maîtrise d'Excel.

Aucun pré-requis n'est nécessaire.

En amont de la formation, un questionnaire sera adressé pour évaluer les besoins et connaître les attentes.

FORMATION À LA CONSTRUCTION ET À L'AFFIRMATION DE SON POSITIONNEMENT COMMERCIAL

ferli.
AGENCE DE L'ESS

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participant.e.s seront en mesure de :

- Comprendre les spécificités de leur marché et les attentes des parties prenantes.
- Identifier leurs forces et faiblesses en tant qu'acteur de l'ESS.
- Développer une stratégie claire et cohérente pour se positionner efficacement.

CONTENUS PÉDAGOGIQUES

- Analyser l'environnement de marché grâce une étude de l'écosystème et des tendances du secteur, l'identification des opportunités et des menaces liées à son environnement (concurrence, règlementations, attentes sociétales...) ainsi que des parties prenantes (clients, financeurs, partenaires...) et l'analyse de leurs attentes.

- Identifier ses atouts et ses axes d'amélioration à travers l'analyse des forces et faiblesses de la structure (SWOT), le repérage des leviers de différenciation (impact social, modèle de gouvernance, démarche environnementale...) et l'élaboration d'une proposition de valeur claire et adaptée aux cibles prioritaires.

- Définir et affiner son positionnement (choix des segments de marché, messages clés, et approche différenciatrice), intégrer des éléments de tarification, de distribution et de communication dans la stratégie globale et aligner ses objectifs stratégiques avec les attentes du marché.

- Déployer une stratégie de positionnement structurée, en construisant un plan d'action opérationnel, en mettant en place une méthode d'évaluation continue de son impact, et en s'appuyant sur l'analyse du marché ainsi que sur des retours d'expérience pour adapter les pratiques aux évolutions du contexte.

INFORMATIONS PRATIQUES

Le public visé : Chargé.e.s de développement commercial, Responsables commerciaux ou toute personne impliquée dans le développement commercial des structures ESS.

Durée : 2 jours

Inter-structures :
Nombre de places : à partir de 4 personnes.
Coût : à partir de 500€ HT/jour/personne.

Intra-structure :
Nombre de places : à partir de 2 personnes.
Coût : sur devis.

Compétences utiles : utilisation d'un PC/Mac, capacités rédactionnelles, maîtrise d'Excel.

Aucun pré-requis n'est nécessaire.

En amont de la formation, un questionnaire sera adressé pour évaluer les besoins et connaître les attentes.

FORMATION INTRODUCTIVE AUX RESSOURCES HUMAINES

FINANCEMENT, PILOTAGE ET FIDÉLISATION DE SON ÉQUIPE

ferli. AGENCE DE L'ESS

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participant.e.s seront en mesure de :

- Établir et financer leur stratégie RH de long terme.
- Fidéliser et faire évoluer leur équipe pour démultiplier son impact.
- Savoir diriger avec sens et bienveillance pour leurs équipes et pour eux.elles.

CONTENUS PÉDAGOGIQUES

- Construire une stratégie RH durable et financée, en identifiant les différentes formes d'engagement humain (salarié.e.s, bénévoles, volontaires, mécénat de compétences), en mobilisant les sources de financement adaptées et en élaborant un plan de développement RH structuré, incluant un plan de financement, une gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) et une vision sur plusieurs années.

- Adopter un management porteur de sens et bienveillant, en développant des pratiques de délégation efficaces, en formulant des feedbacks constructifs, en responsabilisant les équipes pour favoriser l'autonomie, en identifiant les signaux de surcharge et en renforçant le lien entre gouvernance et salarié.e.s.

- Fidéliser, motiver et faire évoluer ses équipes en identifiant les moteurs d'engagement, en structurant une marque employeur authentique, en mettant en place une communication interne cohérente, en suivant les évolutions de compétences, en définissant une politique salariale équitable et évolutive et en valorisant la qualité de vie au travail et la convivialité comme leviers de performance collective.

- Mettre en place des outils de pilotage (organigramme, tableau de bord RH, grille d'entretien annuel, bilan social...) et de suivi (tableau de suivi des congés, d'absences et du temps de travail, questionnaire de satisfaction, calendrier RH annuel, baromètre interne...) afin de permettre la structuration d'une stratégie RH pérenne.

INFORMATIONS PRATIQUES

Le public visé : Dirigeant.e.s d'associations ou d'entreprises de l'ESS, Responsables des Ressources Humaines.

Durée : 2 jours

Inter-structures :
Nombre de places : à partir de 4 personnes.
Coût : à partir de 500€ HT/jour/personne.

Intra-structure :
Nombre de places : à partir de 2 personnes.
Coût : sur devis.

Compétences utiles : utilisation d'un PC/Mac, capacités rédactionnelles, maîtrise d'Excel.

Aucun pré-requis n'est nécessaire.

En amont de la formation, un questionnaire sera adressé pour évaluer les besoins et connaître les attentes.

FORMATION À L'ESS ET AUX ACHATS RESPONSABLES

ferli.
AGENCE DE L'ESS

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participant.e.s seront en mesure de :

- Comprendre les principes fondamentaux de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS).
- Renforcer l'implication des services concernés dans le processus achats ESS.
- Identifier les leviers pour intégrer des pratiques d'achats responsables.
- Analyser les impacts économiques, sociaux et environnementaux des choix d'achats.

CONTENUS PÉDAGOGIQUES

- Présenter le cadre et les valeurs de l'ESS, explorer ses statuts juridiques et analyser les apports concrets d'une collaboration avec ses acteurs.
- Définir les achats responsables, clarifier leurs enjeux et observer les pratiques actuelles au sein des organisations.
- Identifier les leviers d'amélioration pour renforcer la responsabilité dans les processus d'achats.
- Analyser les impacts des décisions d'achat sur le plan économique, social et environnemental à partir d'exemples concrets.
- Recenser les outils internes à mobiliser (catalogues, procédures, supports de communication...) pour structurer la démarche.
- Discuter collectivement des freins rencontrés et co-construire des solutions adaptées aux réalités de terrain.
- Expérimenter une mise en pratique à travers une étude de cas : cartographier les familles d'achats prioritaires et construire un plan d'action opérationnel.

INFORMATIONS PRATIQUES

Le public visé : Dirigeant.e.s, Responsables achats, Responsables RSE, Acheteur.euse.s et Prescripteur.rice.s, Chargé.e.s de projet, ou toute personne impliquée dans les services achats ou RSE de l'entreprise.

Durée : 1 jour

Inter-structures :
Nombre de places : à partir de 4 personnes.
Coût : à partir de 500€ HT/jour/personne.

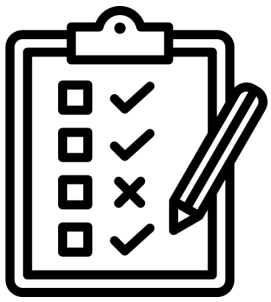
Intra-structure :
Nombre de places : à partir de 2 personnes.
Coût : sur devis.

Compétences utiles : utilisation d'un PC/Mac, capacités rédactionnelles, maîtrise d'Excel.

Aucun pré-requis n'est nécessaire.

En amont de la formation, un questionnaire sera adressé pour évaluer les besoins et connaître les attentes.

NOS MODALITÉS D'INTERVENTION



MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Avant la formation : auto-évaluation pour identifier les besoins, les profils et les niveaux de chacun.e.
- Au début de la formation : évaluation orale pour comprendre les attentes des participant.e.s et s'assurer qu'elles correspondent aux objectifs de la formation.
- Tout au long de la formation : évaluations formatives, incluant des questions orales ou écrites.
- À la fin de la formation : questionnaire pour mesurer l'assimilation des connaissances et des compétences.

LIEUX DE FORMATION

- Formation au 1 rue Houdon - 75018 Paris, accessible aux PMR ou dans un autre centre de formation.
- Formation possible au sein des locaux des participant.e.s si nécessaire dans le cas d'une formation intra-structure.

ferli.
AGENCE DE L'ESS

Ce document peut contenir de l'information privilégiée et confidentielle. Toute divulgation, distribution ou copie de ce document est strictement prohibée - © Ferli

Besoin d'un renseignement ?

Contactez l'équipe de Ferli
à l'adresse suivante :

contact@ferli.fr

ferli.