



SILVER UP

Des solutions numériques pour soutenir le mentorat en matière d'innovation sociale
pour les entrepreneurs seniors par le biais de l'éducation des adultes

2020-1-FR01-KA204-080520

IO1. Plate-forme en ligne Cours B-Learning / Activités pratiques



SOMMAIRE

Introduction	3
Dimension 1. La conscience personnelle	4
Activité 1. Laboratoire d'idées pour le mentor et les aspects du mentorat	4
Activité 2. "Séances "Comment aborder ?.....	8
Activité 3. Les préférences personnelles	12
Activité 4. Dialogue VS Débat	16
Dimension 2. Développement personnel et apprentissage continu.....	19
Activité 1. Ai-je ce qu'il faut pour être un entrepreneur ?.....	19
Activité 2. Premiers pas vers le mentorat formel	22
Activité 3. Passer à l'action : mon programme de mentorat pour entrepreneurs seniors	27
Dimension 3. Orientation vers les résultats et l'action	33
Activité 1. Entreprendre à plus de 50 ans : c'est encore possible.....	33
Activité 2. Ma meilleure idée est l'esprit d'entreprise	36
Activité 3. Mon plan de modèle d'entreprise sociale !	39
Activité 4. Moins, c'est plus ?	43
Dimension 4. Ressources et outils numériques	49
Activité 1. Utilisation des outils numériques pour le mentorat électronique	49
Activité 2. Mettre en œuvre une stratégie de marque pour le Social Business.....	53
Activité 3. Stratégies d'e-marketing utilisées.....	58
Activité 4. Utiliser les médias sociaux pour la promotion et le réseautage	63

Introduction

Les ressources pragmatiques sont des activités, des exercices, des outils, des dynamiques ou des tâches dans lesquels les entrepreneurs seniors apprennent à appliquer des connaissances et des compétences afin de résoudre un problème, trouver une solution ou faire une démonstration.

Les ressources pragmatiques vont être appliquées dans la salle de classe (formation en face à face), de sorte qu'aucune autre adaptation à l'environnement d'apprentissage en ligne n'est nécessaire.

Ces activités en face à face sont destinées aux bénéficiaires cibles du projet SILVER UP.

Toutes les activités pratiques comprennent les éléments suivants :

1. Objectifs d'apprentissage
2. Description détaillée
3. Ressources utiles
4. Matériel nécessaire
5. Outils d'évaluation
6. Annexe (le cas échéant)

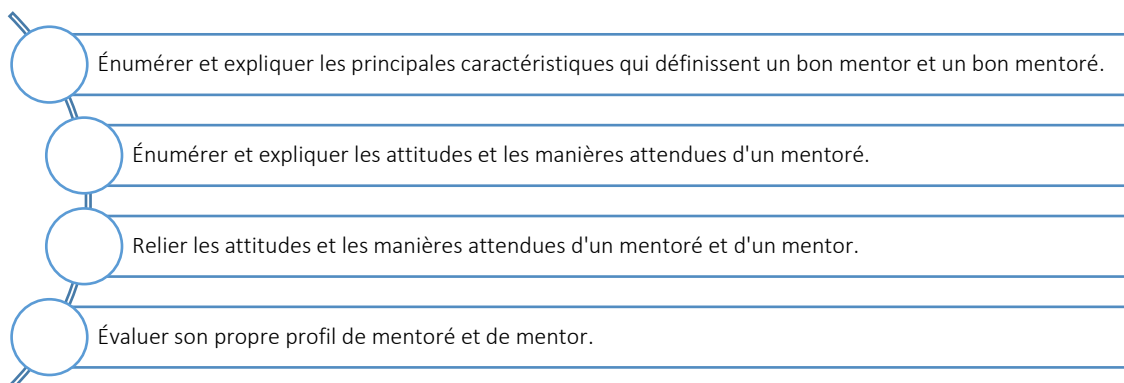
Ce document fournit des lignes directrices pour développer uniquement les **ressources pragmatiques** sur les compétences de mentorat pour soutenir l'innovation sociale pour les entrepreneurs seniors, organisées en domaines, niveaux et unités (sur la base du cadre de compétences de l'IO1).

Dimension 1. Conscience personnelle

Activité 1. Laboratoire d'idées pour le mentor et les aspects du mentorat

Cette activité couvre l'unité d'apprentissage 2 "Profil du mentor", 3 "Profil du mentoré" et 4 "Mentoring Mindset : compétences relationnelles".

1. Objectifs d'apprentissage

- 
- Énumérer et expliquer les principales caractéristiques qui définissent un bon mentor et un bon mentoré.
 - Énumérer et expliquer les attitudes et les manières attendues d'un mentoré.
 - Relier les attitudes et les manières attendues d'un mentoré et d'un mentor.
 - Évaluer son propre profil de mentoré et de mentor.

2. Ressources pragmatiques

Durée : 2 heures 10 minutes

Préparation préalable : Si vous le souhaitez, les cartes du jeu de l'esprit d'entreprise peuvent être imprimées. L'ANNEXE I doit être imprimée par apprenant.

Description

Étape 1 : (30 min.)

- Demandez aux apprenants de regarder [la vidéo ici](#). Posez-leur les questions suivantes :
 - Quelles caractéristiques d'un mentoré sont mentionnées dans la vidéo ? Que préféreriez-vous ajouter comme caractéristiques d'une personne guidée ?
 - En parlant du mentor et de la personne guidée, quelles sont les caractéristiques d'un mentor qui peuvent être liées au sujet traité ici ? Quelle caractéristique d'un mentor peut faciliter le processus pour la personne guidée ?
 - Que recherchez-vous chez un mentor ou un mentoré ? Quel type de personne vous conviendrait le mieux ?

- Permettez-leur d'expliquer leurs idées et de discuter entre eux.

Étape 2 : (20 min.)

- Laissez-les former des groupes de deux. Distribuez-leur la liste de contrôle de l'ANNEXE I. Demandez-leur de réfléchir à leurs propres expériences et de remplir la liste de contrôle.
- Demandez-leur de partager leurs propres expériences et de refléter les profils de mentoré et de mentor qu'ils ont expérimentés dans le cadre du mentorat et d'en discuter avec leur binôme. Demandez-leur de considérer et d'identifier les caractéristiques dans lesquelles ils ont besoin de développement professionnel.
- Demandez-leur de présenter leurs expériences et leurs idées à l'ensemble de la classe.

Étape 3 : (30 min.)

- Dans cette étape, les apprenants doivent faire un brainstorming inversé. Ce n'est pas une technique de brainstorming "normale". Au lieu de cela, les apprenants font les pires idées sur le mentor et les caractéristiques du mentorat. Cela permet de s'amuser dans un groupe d'apprenants. Un apprenant sélectionné écrit toutes les idées sur un tableau.
- Ensuite, compilez toutes les idées et inversez-les à nouveau.
- Évaluez les idées avec les apprenants.

Étape 4 : (20 min.)

- Demandez aux apprenants de faire une analyse SWOT de leurs propres caractéristiques de mentor et de mentoré.

FORCES	FAIBLESSES
OPPORTUNITÉS	MENACES POTENTIELLES

Étape 5 : (30 min.)

- Dans cette étape, les apprenants doivent jouer au [jeu de l'état d'esprit de l'entrepreneur \(Entrepreneurial mindset cards\)](#). Il y a 24 cartes de l'état d'esprit dans un jeu ici. Vous pouvez les imprimer ou utiliser le générateur de cartes. Le jeu peut être joué de deux façons :
 - Chaque joueur reçoit une carte (imprimée ou générée par le générateur de cartes). À tour de rôle, les joueurs lisent la définition de l'esprit et répondent à la question posée sur la carte.
 - Chaque joueur reçoit deux cartes et explique comment les mentalités sont liées d'une manière ou d'une autre. (Si les deux cartes ont la même mentalité, échangez une carte).

Éléments obligatoires et facultatifs : Toutes les étapes sont conçues de manière à faciliter l'appréhension par les apprenants des objectifs d'apprentissage. Il est conseillé de les suivre dans l'ordre.

Recommandations méthodologiques : Expliquez l'objectif aux apprenants dès le début. Les informer de chaque étape. Distribuer le matériel par étape juste avant celle-ci. Donnez les instructions, donnez le temps nécessaire aux participants pour réaliser l'exercice. Permettez-leur d'expliquer librement leurs idées et d'apporter leurs propres expériences à l'environnement d'apprentissage. Observez le groupe pendant les activités afin de procéder à une évaluation de base de la motivation, de la participation et de l'engagement.

3. Ressources utiles

- [Un guide abrégé du mentorat et de la menteeship](#)
- [Un programme de mentorat des Nations Unies : Manuel du mentoré](#)
- [Un programme de mentorat des Nations Unies : Manuel du mentor](#)

4. Matériel nécessaire

- Un ordinateur portable, une connexion Internet, un tableau, un marqueur pour tableau.
- Liste de contrôle imprimée de l'ANNEXE I, cartes de jeu de l'esprit d'entreprise ou ordinateurs portables pour voir la version numérique.

5. Outils d'évaluation

Des questions d'autoréflexion sont posées aux apprenants sur la base de l'observation faite pendant l'activité.

- Que pensez-vous de cette activité ? Vous a-t-elle aidé à mettre en pratique les profils de mentor et de mentoré ?
- Quelle a été votre principale motivation dans cette activité ?
- Qu'est-ce qui a été agréable ou difficile pour vous ? Comment s'est déroulé le travail en binôme ?

6. Annexe

ANNEXE I _Liste de contrôle pour un mentor et un mentoré

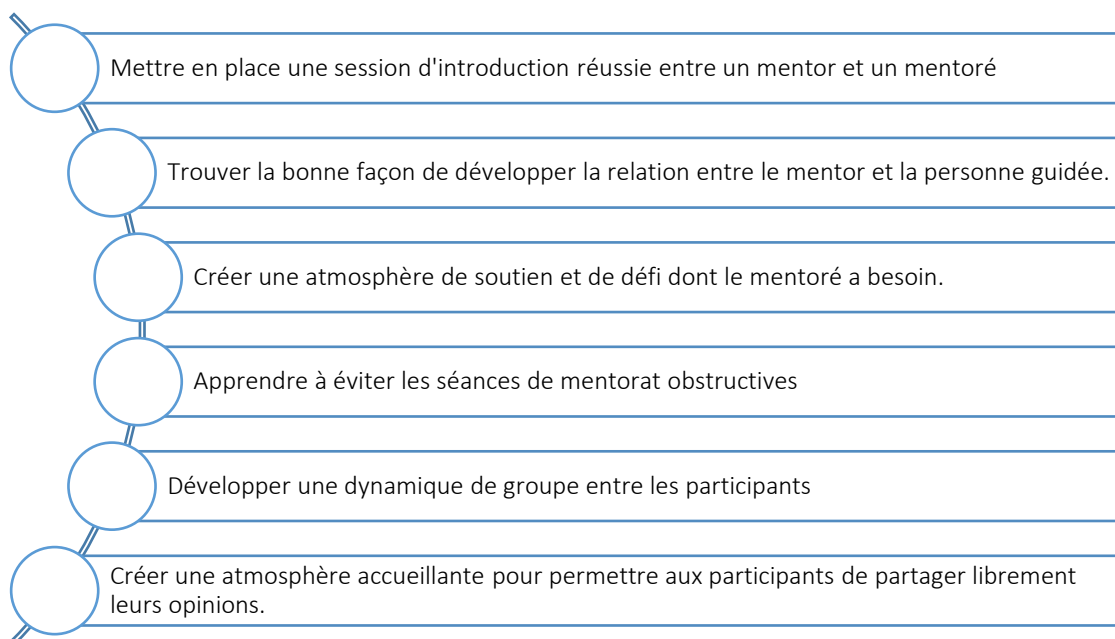
CHECKLIST DU MENTOR	
Caractéristiques	Oui/Non
Réaliser que chaque personne a une culture unique	
Être conscient de ses préjugés personnels	
Reconnaître les contributions et la valeur des différentes opinions	
Se rappeler qu'il n'y a pas de vérité unique sur un sujet donné.	
Donner la priorité à la session de mentorat	
Partager des ressources et des expériences	
Réserver du temps et de l'espace	
Communiquer par l'écoute active	
Accorder toute son attention au mentoré	
Fournir un feedback honnête	
Respecter les limites du mentoré	

Maintenir une relation professionnelle	
CHECKLIST DU MENTORÉ	
Caractéristiques	Oui/Non
L'écoute active	
Fixer des objectifs	
Apprentissage continu	
Collaboration avec le mentor	
Une communication claire	
La motivation pour réussir	
Confiance en soi	
Flexibilité	
Responsabilité	
Oublier les stéréotypes générationnels	

Activité 2. Séances "Comment aborder ?"

Cette activité couvre l'unité d'apprentissage 4 "Mentoring Mindset : Compétences relationnelles".

1. Objectifs d'apprentissage



2. Ressources pragmatiques

Durée : 2 heures

Préparation précédente : Imprimer l'ANNEXE II

Description :

Étape 1 (1 heure)

- Expliquez toutes les étapes aux participants avant de commencer l'activité.
- Répartissez-les en petits groupes. (L'animateur peut décider du nombre de personnes dans les groupes).
- Distribuez des feuilles de travail comprenant un ordre du jour suggéré pour des exemples de sessions de mentorat.

Étape 2 (30 min.)

- Demandez aux apprenants de lire l'ordre du jour et d'essayer de préparer une session de tutorat selon cet ordre du jour.
- Demandez à deux volontaires de chaque groupe de se présenter devant la classe pour jouer le rôle de la séance de mentorat. Celle-ci durera 60 minutes.

Étape 3 (30 min.)

- Après avoir vu toutes les présentations, demandez aux apprenants les questions ci-dessous pour avoir une session de discussion libre :

Considérer les présentations de jeux de rôles ;

1. Le mentor a-t-il eu des questions directrices pendant la session ?
2. Le mentor a-t-il donné suffisamment de temps à la personne guidée pour s'exprimer clairement ?
3. Le lieu de rencontre était-il approprié pour une séance de mentorat ?
4. Le mentor avait-il des objectifs clairs pour la première session de mentorat ?
5. Le mentor était-il empathique ?
6. Tous les objectifs ont-ils été couverts pendant la séance de mentorat ?
7. Quelles autres mesures peuvent être prises pendant la session ?
8. Comment guideriez-vous la session, si vous étiez le mentor dans ce cas ?

3. Ressources utiles

- [Ma carrière](#)
- [Comment aborder les questions relatives aux réunions avec les mentors et les meilleures pratiques.](#)
- [Les mentors parlent de la façon d'aborder votre session de mentorat sur le sitest en se concentrant sur ce qui est important.](#)
- [Mentee. Liste de contrôle de la première réunion](#)
- [Mentor & Mentee. Guide de rencontre](#)

4. Matériel nécessaire

- Tableau blanc et feutres pour écrire les principaux titres des feedbacks
- Deux chaises pour les volontaires qui présenteront le jeu de rôle du mentor et du mentoré.
- ANNEXE II imprimée comprenant des exemples d'ordres du jour
- Liste imprimée de questions pour l'évaluation par apprenant

5. Outils d'évaluation

Discussions en petits groupes

La classe doit être divisée en petits groupes de 3 à 4 personnes par rapport au nombre total. Chaque groupe analysera et évaluera l'activité et partagera ses commentaires avec

l'ensemble de l'équipe. La discussion en petits groupes est un bon moyen d'amener les apprenants à s'engager les uns envers les autres sans craindre de devoir s'adresser à un grand groupe. A la fin de la session de discussion, chaque groupe peut partager ses réactions et ses opinions en choisissant un orateur volontaire.

Techniques d'auto-évaluation

Les apprenants peuvent utiliser la technique d'auto-évaluation pour connaître les progrès qu'ils ont réalisés en matière de compétences de mentorat. Elle exige que les apprenants surveillent leurs propres capacités et évaluent leurs forces et leurs faiblesses. C'est également un bon outil d'évaluation qui permet aux apprenants d'être largement responsables de leur propre développement. Ils se sentiront plus confiants dans leurs talents

Les questions ci-dessous peuvent être utilisées pour cette technique :

(En considérant l'exemple de session de mentorat et la partie discussion)

1. Où pensez-vous avoir besoin de plus de soutien ?
2. Quelle a été votre approche la plus forte pendant la session ?
3. Quelles améliorations pourraient être apportées pour faciliter votre rôle ?
4. Quel devrait être votre premier objectif pour guider un mentoré de manière plus efficace et plus professionnelle ?

(D'autres questions peuvent également être ajoutées à cette liste par les apprenants).

Rapports écrits

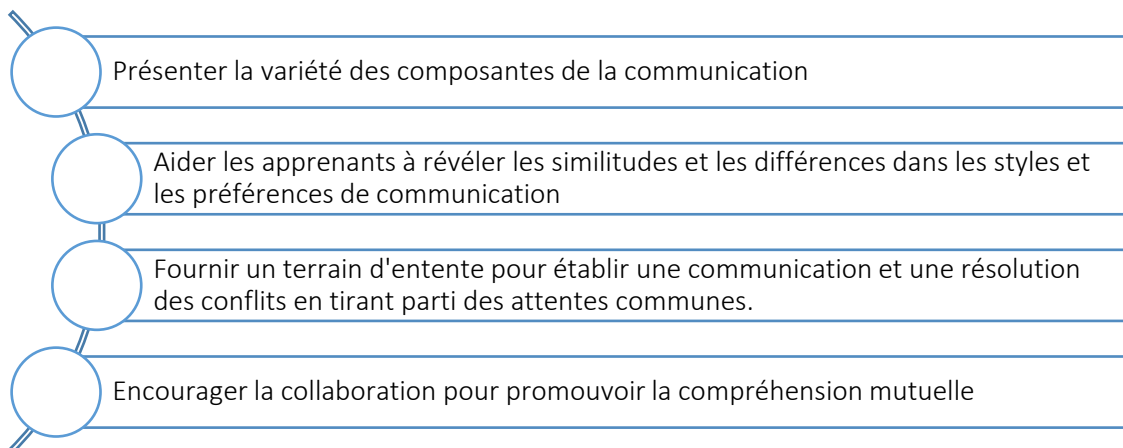
Chaque apprenant peut préparer un rapport écrit pour lui-même. Le rapport peut inclure des commentaires d'auto-évaluation et une révision générale de l'activité. La rédaction du rapport aidera les apprenants à revoir l'ensemble du processus et à partager librement leurs opinions.

Après avoir préparé les rapports, les volontaires peuvent lire les rapports des autres, juste pour donner une idée aux autres. De cette manière, l'échange d'opinions renforcera la cohésion du groupe.

Activité 3. Les préférences personnelles

Cette activité couvre l'unité d'apprentissage 5 "Mentoring mindset : compétences de communication".

1. Objectifs d'apprentissage



2. Ressources pragmatiques

Durée : 1 heure

Préparation préalable : N'oubliez pas d'imprimer le document (ANNEXE III) avant le début de l'activité.

Description

Étape 1 (10 min.)

- Donnez aux mentorés le temps (environ 10 minutes) de remplir la colonne "Préférences personnelles" du tableau des lignes intitulées "Mentoré" avec la façon dont ils préfèrent traiter les différents types de communication.

Étape 2 (10 min.)

- Puis, donnez au mentor le temps (environ 10 minutes) de remplir la colonne "Préférences personnelles" du tableau des lignes intitulées "Mentor" avec la façon dont il préfère traiter les différents types de communication.

Étape 3 (20 min.)

- Dans la phase suivante, le binôme se réunit pour examiner et comparer leurs préférences personnelles en termes de similitudes et de différences.

Étape 4 (20 min.)

- Ensuite, le couple remplit ensemble la colonne "Attentes du couple". Cela les guidera dans leur façon d'aborder chaque type de communication dans leur partenariat. Le binôme doit s'inspirer de ses préférences personnelles et de la conversation de l'étape précédente pour définir ces attentes.

Conseil : les sections intitulées "Autres" sont des espaces dans lesquels il est possible d'articuler des sujets de communication non répertoriés mais importants pour les participants.

3. Ressources utiles

- [Une compilation de 75 conseils pour aider à établir un rapport et des relations de mentorat efficaces.](#)
- [Activités pour les mentors et les mentorés : Types et avantages](#)

4. Matériel nécessaire

Pen et l'imprimable correspondant (ANNEXE III. Tableau des préférences et des attentes)

5. Outils d'évaluation

Examen et discussion

Après la session de révision, de comparaison et de compilation du Tableau des préférences et des attentes, les questions ci-dessous peuvent être utilisées pour évaluer les aspects individuels et relationnels qui contribuent à la communication dans le processus de tutorat.

- Existe-t-il un autre moyen de découvrir un terrain d'entente avec votre mentor/mentoré que l'exposition de manière directe ? Si oui, quels pourraient être ces moyens ?
- Quels résultats peut-on attendre de la construction d'un terrain pour les "attentes partagées" à partir des préférences individuelles ?

- Comment pensez-vous que la mise en œuvre de ces attentes partagées peut affecter votre relation et votre communication mentor/mentoré ?
- Quel type de conflit pensez-vous pouvoir résoudre à l'aide de cette activité ?
- Comment pouvez-vous mesurer votre relation de mentorat et votre communication en regardant le point de vue de l'autre ?

Devoir écrit

Si l'on considère l'activité ci-dessus, la construction d'un code de communication par un terrain d'attentes partagé nécessite une adaptation et des compétences. On peut demander aux apprenants de réfléchir à leurs forces et à leurs faiblesses dans le processus de construction d'une relation de mentorat à l'aide de compétences de communication efficaces. Quelles sont les compétences qui favorisent une communication efficace ? Le mentor/mentoré considère-t-il ces compétences comme une force ou une faiblesse qui lui est propre ? Comment peuvent-ils utiliser les forces de l'autre et améliorer ses faiblesses ?

6. Annexe

ANNEXE III : Tableau des préférences et des attentes

SUJET DE COMMUNICATION	PRÉFÉRENCES PERSONNELLES	ATTENTES PARTAGÉES
Email (mentoré)		
Email (Mentor)		
Face-à-face (mentoré)		
Face-à-face (Mentor)		

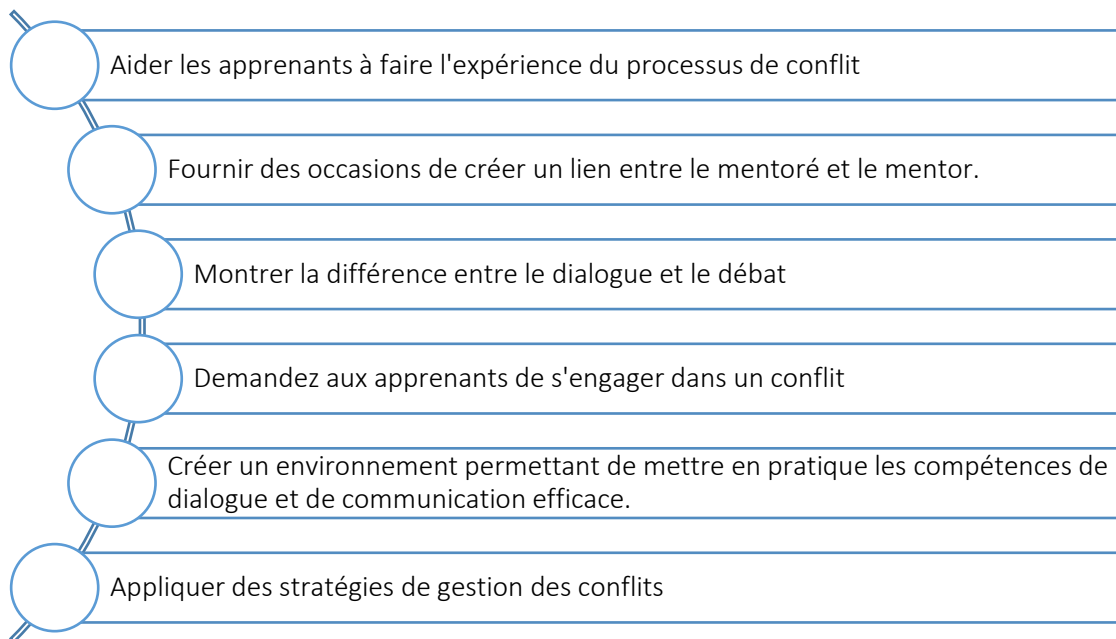


Mise à jour de l'avancement du projet (mentoré)		
Mise à jour de l'avancement du projet (Mentor)		
Résolution de problèmes (mentoré)		
Résolution de problèmes (mentor)		
Résolution des conflits (mentoré)		
Résolution des conflits (Mentor)		
Partager le succès (mentoré)		
Partager le succès (Mentor)		
Confidentialité (mentoré)		
Confidentialité (Mentor)		
Autre (Mentee)		
Autre (mentor)		

Activité 4. Dialogue VS Débat

Cette activité couvre l'unité d'apprentissage 6 "Mentoring Mindset : compétences de résolution".

1. Objectifs d'apprentissage



2. Ressources pragmatiques

Durée : 30 minutes

Préparation préalable : Mettez 2 chaises face à face où les apprenants pourront s'asseoir pendant l'activité.

Description :

Étape 1 (10 min.)

- Demandez aux apprenants de se mettre par deux avec un partenaire.
- Demandez à chaque paire de s'asseoir sur une chaise, face à face

Étape 2 (20 min.)

- Dites-leur de crier le nom de l'objet auquel ils pensent.

- Après avoir crié leurs articles, les paires commencent à débattre entre elles des raisons pour lesquelles leur article pourrait être meilleur ou battre celui de leur partenaire.
- Veillez à ce que les paires poursuivent le débat pendant 2-3 minutes, puis accordez un bref temps mort pour discuter de la différence entre débat et dialogue.
- Expliquez que la différence essentielle entre le débat et le dialogue est que le vrai dialogue est collaboratif. Les participants s'efforcent d'acquérir une compréhension commune de la position de l'autre et d'y trouver de la force et de la valeur. Un débat est une discussion dont l'objectif est de persuader ou de défendre son propre point de vue, de tenter de prouver que l'autre partie a tort et de chercher les failles et les faiblesses de la position de l'autre. Dans le dialogue, l'intention est d'écouter réellement le point de vue de l'autre avec la volonté d'être influencé par ce que l'on entend. Le dialogue permet aux gens de comprendre les perspectives, les pensées et les sentiments de l'autre et de réévaluer leur propre position à la lumière de la compréhension de l'autre. Demandez ensuite aux paires de poursuivre leurs conversations, mais encouragez-les à dialoguer - en posant des questions et en écoutant les réponses - pour parvenir à un accord entre eux.

3. Ressources utiles

- [Résoudre les conflits : Le pouvoir du dialogue et des excuses authentiques](#)
- [Utiliser la méthode du dialogue pour résoudre les conflits sur le lieu de travail :](#)
- [Comparaison entre débat, discussion et dialogue :](#)
- [Guide pour les mentors \(TR\)](#)

4. Matériel nécessaire

- 2 chaises pour les paires

5. Outils d'évaluation

Après les processus de débat et de dialogue, les apprenants seront invités à réfléchir sur l'expérience de résolution de conflit qu'ils ont vécue à travers les questions de discussion suivantes :

1. Comment avez-vous réagi à votre mini-conflit lors de votre débat avec votre binôme ?
2. Est-ce ainsi que vous agissez normalement dans des situations de conflit ? Pourquoi ou pourquoi pas ?
3. Comment avez-vous pu parvenir à un consensus ?
4. Que s'est-il passé lorsque vous êtes passé du débat au dialogue ?
5. Est-il difficile d'écouter quand quelqu'un n'est pas d'accord avec vous ? Pourquoi ?
6. Qu'est-ce qui vous a facilité la tâche dans cette activité ?
7. De quelle manière pourriez-vous utiliser ces compétences la prochaine fois que vous serez en conflit avec une autre personne et/ou votre mentor ?

Grâce à ces questions, les apprenants auront la possibilité d'évaluer leurs compétences en matière de communication et de résolution nécessaires à la résolution efficace des problèmes et des conflits.

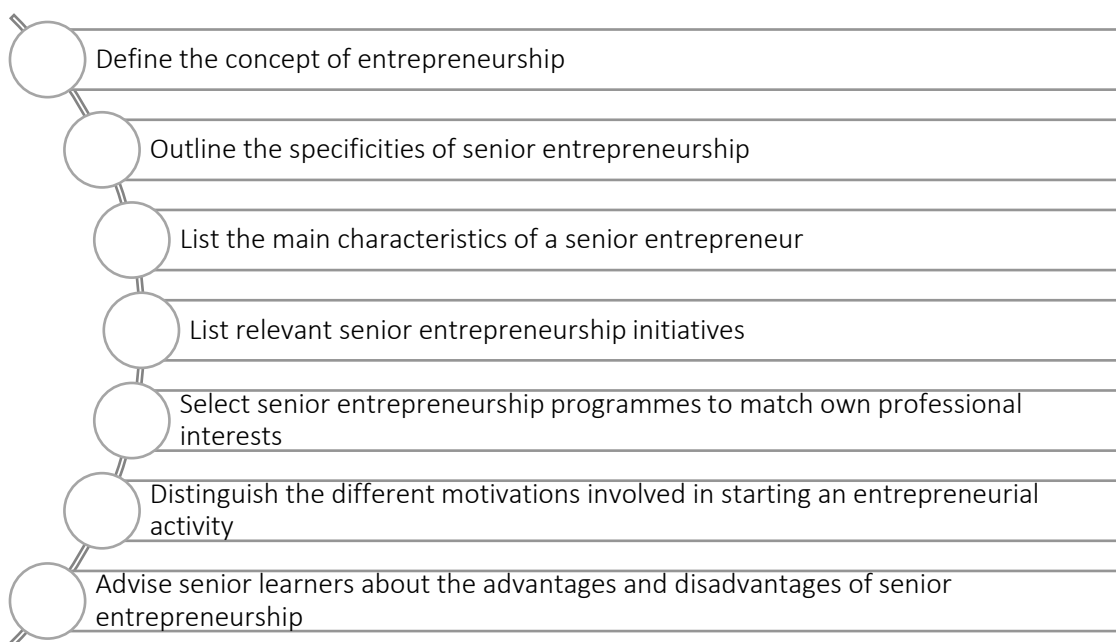
Une autre variante pourrait consister à demander à d'autres apprenants de réfléchir à ces questions de leur point de vue d'observateur.

Dimension 2. Développement personnel et apprentissage continu

Activité 1. Ai-je ce qu'il faut pour être un entrepreneur ?

Cette activité couvre l'unité 1 " Entrepreneuriat senior ".

1. Résultats de l'apprentissage



2. Ressources pragmatiques

Durée : 4 heures

Préparation préalable : Vous devez vous préparer et adapter les activités proposées au contexte de vos participants. Les liens fournis dans la section ressources peuvent être utilisés comme lectures essentielles pour préparer chacune des étapes indiquées dans la section mise en œuvre.

Description

Étape 1. Théorie, visualisation vidéo et exercice de brainwriting (60 min.)

Présentez brièvement le contenu et les objectifs de l'unité d'apprentissage et présentez aux participants la vidéo suivante :

- Comment je suis devenu un entrepreneur à 66 ans | [Paul Tasner](#)

Après la visualisation vidéo, demandez aux participants de se réunir en groupes de trois et/ou quatre pour un exercice de brainwriting. En groupe, ils devront rédiger une déclaration répondant à la question " **Qu'est-ce qui définit un entrepreneur ?** ". Chaque groupe désignera ensuite un orateur qui présentera le texte à l'ensemble du groupe. Demandez aux groupes de présenter les déclarations à tour de rôle et de prendre des notes sur un tableau blanc/une feuille de papier/un tableau numérique des principales caractéristiques énoncées. L'objectif est de disposer d'une liste finale contenant les caractéristiques de l'entrepreneur décrites par les participants dans leurs réponses. Gardez cette liste visible pendant l'étape suivante de l'exercice.

Étape 2. Exercice basé sur la recherche (90 min.)

Les mêmes groupes vont maintenant effectuer une recherche en ligne pour identifier les sources d'information pertinentes sur l'**entrepreneuriat des seniors**. Fournissez aux participants les indications suivantes pour réaliser l'exercice

- *Allez sur votre moteur de recherche web préféré et recherchez un article, une plateforme, une vidéo ou une autre source d'information sur l'entrepreneuriat senior.*
- *Citez trois ressources que vous trouvez pertinentes.*
- *Choisissez-en un pour le présenter au groupe.*
- *Expliquez pourquoi vous avez choisi cette ressource, en répondant à la question directrice suivante : quel type d'information cette ressource fournit-elle et pourquoi est-elle pertinente pour vous ?*
- *Donnez-nous la définition de votre groupe de l'entrepreneuriat senior*

En présentant cette partie de l'activité, demandez également aux participants de vous envoyer par e-mail les liens et les ressources qu'ils ont sélectionnés. Et pendant qu'ils préparent l'activité à présenter à l'ensemble du groupe, dressez une liste complète des ressources que vous partagerez ensuite avec tous les participants.

Après les présentations de groupe, demandez aux participants s'ils font le lien entre les caractéristiques qu'ils ont énumérées dans la première partie (**Qu'est-ce qui définit un entrepreneur ?** ") de cette activité et leur propre définition de l'**entrepreneuriat senior**.

Étape 3. Débriefing et exercice de réflexion (90 min.)

Pour conclure les activités proposées, complétez un tableau où vous comparerez, avec les participants, les caractéristiques d'un entrepreneur avec les compétences requises dans un rôle de mentor. Vous pouvez faire cet exercice à l'aide d'un tableau blanc, d'un tableau à feuilles mobiles ou d'un tableau numérique. L'objectif est d'avoir un lien avec les unités d'apprentissage précédentes sous la dimension 1 "Conscience personnelle" faisant référence aux compétences de base du mentorat.

Terminez les activités par la présentation d'une étude de cas pertinente sur l'entrepreneuriat senior, répertoriée dans la section des ressources, et demandez aux participants de remplir un questionnaire d'auto-évaluation sur les compétences entrepreneuriales. Invitez les participants à partager les résultats et à réfléchir à la manière dont l'entrepreneuriat senior peut potentialiser leur développement personnel et professionnel.

3. Ressources utiles

- [EntreComp : Le cadre des compétences entrepreneuriales](#)
- [Rapport 2019 sur les entrepreneurs disparus. Les activités d'auto-emploi et d'entrepreneuriat des seniors, p.119-147.](#)
- [L'entrepreneuriat des seniors : L'autre facette des plus de 50 ans](#)
- [Manuel des bonnes pratiques de l'entrepreneuriat senior](#)
- [SILVER UP e-Directory](#)
- [Plate-forme Better Entrepreneurship de l'OCDE : ressources sur l'entrepreneuriat inclusif et social](#)

4. Matériel nécessaire

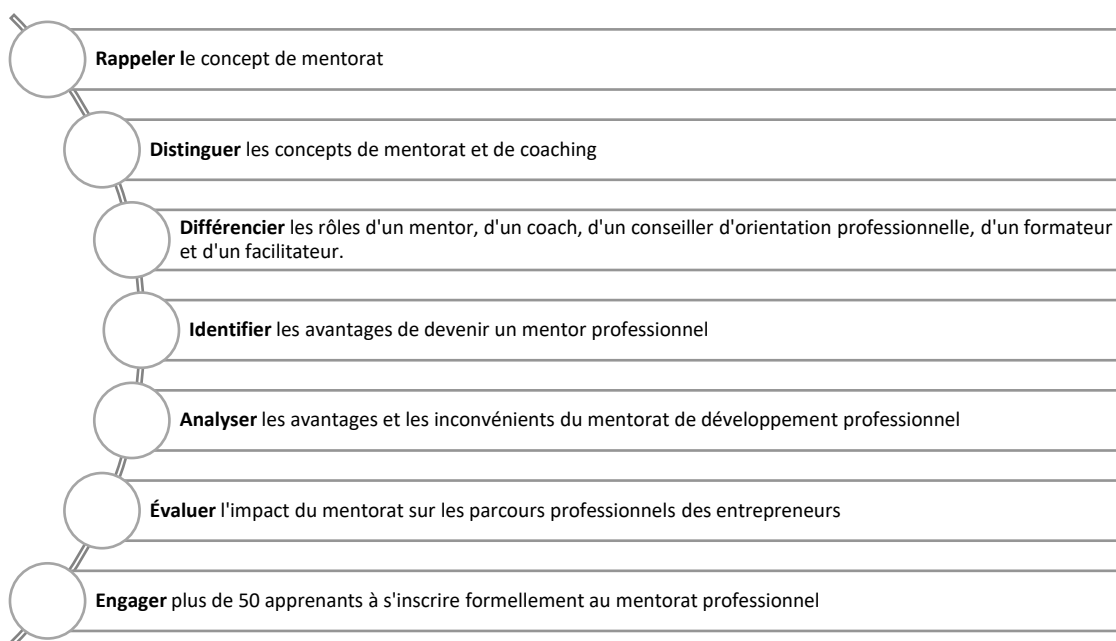
- PC/ordinateurs portables, smartphones et connexion Internet
- Tableau blanc/tableau à feuilles mobiles/ tableau numérique

5. Outils d'évaluation

Cette activité ne nécessite pas d'évaluation formelle pour tester les connaissances des participants sur les différents sujets présentés. En revanche, nous vous conseillons de suggérer aux participants de passer le test en ligne suivant afin qu'ils puissent évaluer leur esprit d'entreprise et/ou leur mentalité :

- [Auto-évaluation du potentiel entrepreneurial](#)
- [OCDE - Soutenir les chômeurs dans l'entreprenariat](#)

Activité 2. Premiers pas vers le mentorat formel



2. Ressources pragmatiques

Durée : 3 heures et 45 minutes

Préparation préalable : Vous devez vous préparer et adapter les activités proposées au contexte de vos participants. Pour mettre en œuvre l'étape 1, vous devez préparer un test d'auto-évaluation afin que les participants puissent évaluer dans quelle mesure ils

réunissent les compétences requises pour être un mentor. Pour mettre en œuvre l'étape 2, l'animateur doit sélectionner à l'avance jusqu'à trois études de cas et/ou meilleures pratiques sur des programmes de mentorat destinés à promouvoir l'entrepreneuriat des seniors. Les liens fournis dans la section des ressources peuvent être utilisés comme lectures essentielles pour préparer chacune des étapes indiquées dans la section de mise en œuvre.

Description

Étape 1. Théorie, rappel des concepts (45 min.)

Rappelez brièvement les principaux concepts présentés dans l'unité d'apprentissage 1, en renforçant le fait que l'entrepreneuriat et le mentorat ont aligné un ensemble de compétences et de comportements. Cela signifie que les capacités qui définissent un bon mentor sont celles attendues de tout esprit d'entreprise.

Un mentor est :	Un entrepreneur doit :
<ul style="list-style-type: none">• Facilitateur et enseignant• Résolveur de problèmes• Motivateur• Auditeur• Guide• Influenceur• Networker	<ul style="list-style-type: none">• Soyez curieux (esprit inquisiteur)• Être prêt à apprendre• Avoir la capacité d'écouter• Pratiquer et apprendre la gestion (communication, réseau, finances, etc.)• Combiner des compétences interpersonnelles et des compétences non techniques essentielles telles que la réflexion stratégique, la persévérance, l'esprit critique et créatif, la résolution de problèmes et la capacité à diriger soi-même.

Demandez aux participants de passer le test d'auto-évaluation du mentor que vous avez préparé. Après que les participants aient passé le test, menez une conversation pour qu'ils puissent présenter brièvement les résultats de l'évaluation. Vous pouvez mener la conversation à l'aide des questions suivantes :

- Envisageriez-vous de devenir un mentor professionnel ?
- Si oui, quelle est l'expertise pertinente que vous souhaitez partager ?
- Pensez-vous combiner les compétences d'un mentor et d'un entrepreneur ?
- Etiez-vous prêt à servir de mentor à d'autres seniors ?
- Quels seraient les avantages du mentorat d'autres personnes âgées ?
- (...)

Prenez autant d'informations que possible pour introduire l'étape suivante de l'activité.

Étape 2. Exercice basé sur un scénario

Divisez le groupe en petits groupes et présentez aux participants les scénarios décrits à l'**annexe 1** et demandez-leur de réaliser le premier groupe de tâches. Les groupes seront ensuite invités à présenter les solutions qu'ils ont apportées à chaque problème. Expliquez-leur qu'ils peuvent utiliser l'internet pour rechercher des ressources qui les aideront à accomplir les tâches.

Pendant que vous demandez au hasard aux participants de partager leurs résultats, vous devrez introduire les concepts suivants et les informations qui s'y rapportent :

- Différences entre les relations de mentorat formelles et informelles
- Avantages de l'établissement d'une relation formelle de mentorat
- Types et modèles de programmes de tutorat
- Qu'est-ce qu'un accord de mentorat ?
- Réunions/séances de mentorat
- Suivi des réunions/sessions de mentorat

Après la présentation du sujet, demandez aux participants de réaliser le deuxième groupe de tâches fournies dans le polycopié 1. Les groupes devront à nouveau partager les résultats de leur travail et les ressources qu'ils utilisent pour le réaliser. Complétez cette partie de l'activité en présentant d'autres modèles utilisés dans le cadre du mentorat formel afin qu'ils puissent les comparer aux résultats de leur travail.

Étape 3. Débriefing et exercice d'auto-réflexion

Sélectionnez jusqu'à trois bonnes pratiques pertinentes de programmes de mentorat visant à stimuler l'esprit d'entreprise des seniors, puis demandez aux participants de les analyser en se concentrant sur les aspects suivants

- Type de programme de mentorat
- Pertinence ou avantages pour eux de s'inscrire

Concluez les réflexions des participants en présentant la vidéo suivante, comme un autre exercice de réflexion, mais qu'ils garderont pour eux : [What I Got Wrong About Mentorship | Simon Sinek](#)

3. Ressources utiles

- [Cadre de compétence globale de l'EMMC, 2015](#)
- [Compétences de base de la CIF, 2019](#)
- [Évaluation des compétences de mentorat \(MCA\) pour l'auto-réflexion](#)
- [Auto-évaluation : dans quelle mesure êtes-vous un bon mentor ?](#)

4. Matériel nécessaire

- PC/ordinateurs portables, smartphones et connexion Internet
- Tableau blanc/tableau à feuilles mobiles/ tableau numérique
- Annexe 1 : Exercices basés sur des scénarios

5. Outils d'évaluation

Cette activité ne nécessite pas d'évaluation formelle pour tester les connaissances des participants sur les différents sujets présentés. En revanche, nous vous conseillons de suggérer aux participants de passer le test en ligne proposé ci-dessus afin qu'ils puissent évaluer leurs compétences en matière de mentorat.

6. Annexe

Scénario 1 : Ruth Applegate, 54 ans

Elle a travaillé toute sa vie dans une usine et a également été volontaire dans le service d'incendie local. Elle est également un membre actif de sa communauté et s'implique souvent dans des causes sociales. Malheureusement, l'usine où elle travaillait depuis près

de 25 ans a fermé ses portes, laissant de nombreuses personnes sans emploi. Ruth cherche un emploi depuis plus d'un an maintenant, sans succès. Il semble qu'elle soit trop vieille pour le marché du travail. Entre-temps, elle a aidé une association culturelle locale à collecter des fonds pour promouvoir ses activités, notamment la préservation d'une tradition ancestrale de tricotage de laine pure. Vous voyez, Ruth est l'une des rares personnes de son village à apprendre cet ancien métier. Et elle utilise son temps libre pour tricoter des pulls, des écharpes et d'autres objets pour les vendre et aider l'association locale à sauvegarder cette tradition ancestrale.

Scénario 2 : Roberta Jones, 75 ans

Elle est propriétaire d'un fabricant de meubles depuis près de 50 ans. Elle a dirigé son entreprise familiale en suivant l'héritage de son grand-père. Elle a décidé de prendre sa retraite et a transmis l'entreprise à son fils et à sa fille qui la dirigent maintenant. Elle pensait pouvoir profiter de cette pause pour se reposer et profiter de la vie, mais elle a immédiatement découvert qu'elle ne pouvait pas s'empêcher d'avoir des idées... L'entreprise lui manque et le contact avec ses employés lui manque aussi.

Premier groupe de tâches - Pourquoi le mentorat ?

- Analyser les deux cas présentés et :
 - Expliquez comment ces deux personnes pourraient bénéficier de l'engagement dans une relation de mentorat.
 - Si vous pensez qu'ils pourraient bénéficier d'une relation de mentorat, qui serait le mentor et qui serait le mentoré ?
 - Justifiez votre réponse précédente en nous donnant des exemples de programmes de mentorat que vous connaissez et qui sont spécialement conçus pour les personnes âgées.
 - Pouvez-vous expliquer pourquoi ces programmes sont pertinents ?

Deuxième groupe de tâches - Premiers pas dans le mentorat formel ?

Scénario 3 : Roberta Jones, 75 ans

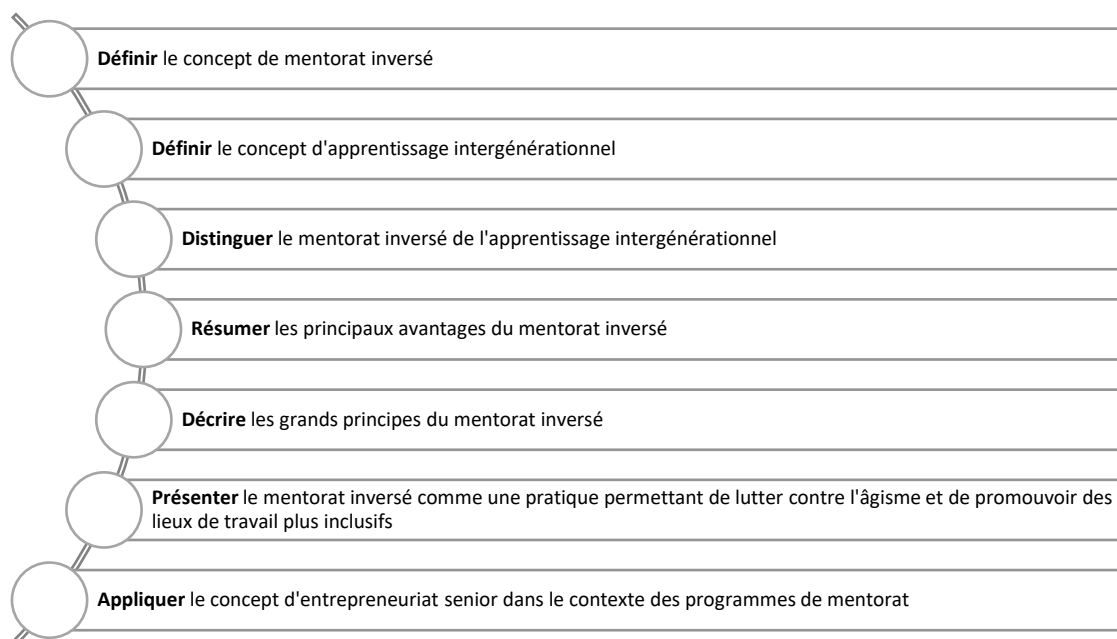
Roberta a découvert un nouvel appel... Alors qu'elle participait à l'une des activités promues par l'association culturelle locale où Ruth est bénévole, elle y a immédiatement vu une opportunité d'entreprise sociale. Selon elle, ils devraient mener une entreprise sociale, c'est-à-dire maintenir la tradition de l'artisanat de la laine en vendant les produits. Elle a reconnu en Ruth les capacités à gérer cette entreprise. D'abord pour commencer à enseigner l'artisanat aux autres, afin que la tradition se perpétue, puis pour créer un plan d'affaires pour l'association. Mais Ruth a de sérieux doutes à ce sujet... C'est alors que Roberta décide qu'elle va devenir son mentor officiel.

- En gardant à l'esprit la décision de Roberta, vous devrez rédiger les documents de soutien qu'elle devra utiliser pour mener ses sessions de mentorat, et cela comprend :
 - un modèle de convention de mentorat
 - un modèle pour la mise en œuvre d'une session de mentorat (journal de la réunion de mentorat) avec des fiches de suivi respectives

Activité 3. Passer à l'action : mon programme de mentorat pour entrepreneurs seniors

Cette activité couvre l'unité d'apprentissage 4 "Mentorat inversé", l'unité d'apprentissage 5 "Planifier, mettre en œuvre et évaluer un programme de mentorat pour l'entrepreneuriat senior", et 6 "Planifier, mettre en œuvre et évaluer un programme de mentorat inversé".

1. Objectifs d'apprentissage



2. Ressources pragmatiques

Durée : 4 heures

Préparation préalable : Vous devez vous préparer et adapter les activités proposées au contexte de vos participants. Les liens fournis dans la section ressources peuvent être utilisés comme lectures essentielles pour préparer chacune des étapes indiquées dans la section mise en œuvre. Dans cette activité, vous devrez également préparer à l'avance la manière dont vous allez évaluer la présentation des projets des participants.

Description

Étape 1. Théorie, visualisation vidéo, mind-mapping et concept-mapping (60 min.)

Présentez les concepts de mentorat inversé, d'apprentissage intergénérationnel et d'âgisme à l'aide des vidéos suivantes :

- **Vidéo 1** : #OldLivesMatter : une campagne mondiale contre l'âgisme - [Cas 1](#)
- **Vidéo 2** : #OldLivesMatter : une campagne mondiale contre l'âgisme - [Cas 2](#)
- **Vidéo 3** : #OldLivesMatter : une campagne mondiale contre l'âgisme - [Cas 3](#)

Organisez des petits groupes de trois et/ou quatre personnes et donnez-leur environ 15 minutes pour discuter du sujet "Comment l'âgisme s'est-il manifesté sur votre lieu de

travail". Après les discussions de groupe, demandez-leur de présenter leurs conclusions, soit oralement, soit en utilisant tout autre support de visualisation qu'ils jugent pertinent.

Comme méthodologies alternatives pour introduire les sujets du mentorat inversé, vous pouvez : utiliser des processus métacognitifs comme le mind-mapping et le concept-mapping pour présenter ces concepts et aussi les relier à des concepts précédemment présentés comme le mentorat et le coaching.

Étape 2. Activité pratique pour préparer l'exercice basé sur le projet (90 min.)

Présentez aux participants les bases des phases de mise en œuvre d'un programme de tutorat et donnez quelques exemples (voir la section des ressources). Remettez ensuite aux participants le polycopié 2 "Liste de contrôle pour développer un programme de tutorat formel".

Utilisez le polycopié pour expliquer les objectifs de l'exercice basé sur un projet qu'ils devront développer. Pour ce faire, l'animateur devra préparer un exercice basé sur un scénario (voir la section des ressources), dans lequel les participants sont invités à répondre à la question suivante : Comment concevriez-vous et mettriez-vous en œuvre une relation formelle de mentorat ? L'exercice basé sur un scénario devra également couvrir les éléments suivants :

- Accord de mentorat (buts et objectifs clairs, règles et limites, plan d'action).
- Réunions de mentorat régulières (structure et objectif clairs).
- Mettre fin à la relation de tutorat (revoir les objectifs initiaux et les comparer aux résultats finaux).

Dans cette étape, vous devez présenter tous les contenus liés aux programmes de tutorat formel qui sont affichés dans le polycopié. Vous accorderez du temps, entre cette session et une autre session (étape 3), pour que les participants puissent accomplir leurs tâches.

Il vous est également conseillé d'encourager les participants à travailler de manière autonome et en groupe, mais d'être disponible pour fournir un soutien à chaque fois que cela est demandé.

Étape 3. Activité pratique pour présenter l'exercice basé sur le projet (90 min.)

Cette dernière étape doit être organisée comme une session de présentation des projets et le facilitateur évaluera la performance des apprenants en fonction des résultats obtenus. Il est également possible d'utiliser des plateformes en ligne (par exemple Microsoft Teams, Zoom). Dans ce cas, l'engagement en ligne doit être organisé comme un forum de discussion où les médiateurs interculturels sont encouragés à partager leurs projets et leurs idées et à apprendre de leurs expériences respectives.

3. Ressources utiles

- [Ensemble : un programme de mentorat des Nations Unies. Manuel du mentor](#)
- [Mentorat : soutenir et promouvoir le développement et l'apprentissage professionnels](#)
- [Évaluation d'un programme de tutorat](#)

4. Matériel nécessaire

- PC/ordinateurs portables, smartphones et connexion Internet
- Tableau blanc/tableau à feuilles mobiles/ tableau numérique
- Annexe 1 : Exercices basés sur des scénarios

5. Outils d'évaluation

Les participants seront évalués selon une approche par projet en petits groupes, en développant un exercice de planification de scénario basé sur des contextes professionnels réels ou fictifs, dans lequel les participants conçoivent un programme de mentorat pour stimuler l'entrepreneuriat senior dans les écosystèmes d'innovation sociale, en appliquant l'ensemble des connaissances, compétences et attitudes acquises dans les 6 unités précédentes.

6. Annexe

Partie 1 - Buts et objectifs du programme de tutorat

- Définition claire des objectifs
- Objectifs et finalité du programme de tutorat

Partie 2 - Portée du programme de tutorat

- Caractérisation des groupes cibles
- Type(s) de modèle(s) de mentorat
- Profil des mentors et des mentorés
- Rôles et responsabilités de tous les participants au programme.

Partie 3 - Mise en œuvre du programme

- Former le mentor (si nécessaire)
- Jumelage des mentors et des mentorés
- Relations formelles de mentorat : nombre de séances de mentorat ; planification ; suivi ; séance de fin et évaluation).

Partie 4 - Processus de qualité du programme

- Évaluation de l'ensemble du programme de mentorat et il en tant que responsabilité des personnes chargées de la mise en œuvre du programme.

Partie 5 - Outils et modèles





- Plateformes qui seront utilisées
- Accord de mentorat
- Plan des sessions de mentorat
- Plan d'action du mentoré
- Formulaires d'évaluation
- Exercices de mentorat
- Tout autre outil et modèle

Dimension 3. Orientation vers les résultats et l'action

Activité 1. Entreprendre à plus de 50 ans : c'est encore possible

Cette activité couvre l'unité d'apprentissage 1 "Entrepreneuriat social".

1. Objectifs d'apprentissage

-  Définir le concept d'entrepreneuriat social.
-  Citer les principales caractéristiques d'un entrepreneur social.
-  Identifier les valeurs et la philosophie de l'entrepreneuriat social.
-  Décrire les différentes approches de l'entrepreneuriat social.

2. Ressources pragmatiques

Durée : 2 heures - 3 heures (réglable selon le cas)

Préparation préalable : Formez des binômes seniors (en fonction du nombre de participants).

- Donnez une liste de questions aux participants à partir d'une liste distribuée lors de la session.
- Description du processus, y compris les différentes étapes ou phases.
- Chaque paire choisira 5 questions et écrira sur un post-it les réponses à chaque question (voir ci-dessous une série de questions à proposer. Nous pouvons en proposer d'autres si nécessaire).
- Retour d'information : le formateur énumère les questions qui ont été choisies par les binômes et les note sur le tableau de papier.
- Chaque paire donne sa réponse à tour de rôle. Cela devrait ouvrir la voie à la discussion, à la clarification, etc.
- Synthèse par le formateur : apport sur chaque question. Interaction avec le groupe.

- S'il reste du temps, d'autres questions peuvent être abordées. C'est le principe pour que les participants se mettent d'accord entre eux sur le choix des questions à étudier.
- Série de questions en 3 blocs à remettre aux participants pour les choix qu'ils devront faire et les réponses qu'ils devront **donner**.

Étape 1. Senior souhaitant s'engager dans l'entrepreneuriat social (1 heure)

1. J'ai besoin d'entreprendre parce que j'ai besoin d'un salaire
2. je veux développer mes compétences
3. l'entrepreneuriat social doit faire des bénéfices
4. je veux d'abord créer des emplois
5. mon objectif est d'aider les autres
6. j'ai le droit de dire quand je ne suis pas d'accord
7. il est important d'être reconnu dans son travail

Étape 2. Sur le lieu de travail (1 heure)

8. dans les ateliers, vous devez respecter les règles de sécurité.
9. vous devez disposer de bonnes instructions pour faire votre travail
10. la qualité des relations de travail est importante pour se sentir bien dans son travail
11. 11. Les heures de travail ne sont pas importantes
12. il est important de faire un bon travail (travail de qualité)

Étape 3. Sur la gestion et le fonctionnement de l'entreprise (1 heure)

13. le patron a toujours raison !
14. il est difficile d'unir un groupe de travail
15. au travail, si j'ai besoin de poser des questions, je peux le faire facilement
16. quel est l'intérêt de demander l'avis des collègues ?

17. vous devez prendre l'initiative
18. pour trouver sa place dans l'équipe, il faut être le meilleur

Éléments obligatoires et facultatifs : se projeter dans l'entrepreneuriat social, avoir une posture de senior, avoir eu des expériences antérieures....

Recommandations méthodologiques : expliquer l'objectif, donner les feuilles de questions, donner les instructions, donner le temps nécessaire aux participants pour réaliser l'exercice.

4. Ressources utiles

Le formateur peut s'appuyer sur des recherches mais il est préférable de s'appuyer sur les expériences des participants seniors. On peut ensuite donner quelques informations sur le cadre à adopter :

- Assurez-vous que les participants comprennent les questions en expliquant les instructions.
- Confirmez avec eux qu'ils doivent se mettre d'accord sur les questions choisies dans les sous-groupes mis en place au début des travaux.
- Vérifiez qu'ils écrivent leurs réponses sur les post-it de la présentation (ils peuvent utiliser plusieurs post-it).
- Veillez à ce que tous prennent la parole et s'expriment (attention à ceux qui "monopolisent" trop la parole).

Le formateur aura également un rôle à jouer pour aider les participants à se projeter dans la partie entrepreneuriale, les rassurer si nécessaire et favoriser les échanges au sein des sous-groupes.

5. Matériel nécessaire

- Ressources informatiques : ordinateur, internet, projecteur, tableau blanc, post it, marqueurs, graphiques, etc.
- Fiche d'activité ou feuille de travail, questionnaire, liste de contrôle, etc.

6. Outils d'évaluation

L'évaluation peut être réalisée à l'aide d'une grille SWOT : forces, faiblesses, opportunités, menaces, afin d'évaluer ce qu'ils ont appris mais aussi ce qu'ils auraient voulu apprendre mais n'ont pas pu.

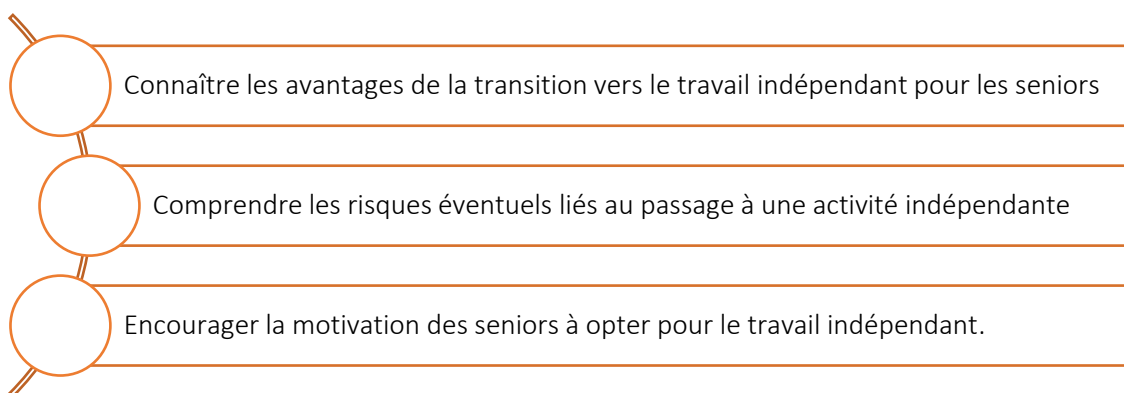
L'évaluation peut également être réalisée au niveau du grand groupe, dans une démarche d'évaluation collective.

- Questionnement des participants sur chaque question choisie
- Échange et discussion au sein du groupe
- Faire prendre conscience aux participants de leurs représentations du sujet et des questions abordées.

Activité 2. Ma meilleure idée est l'esprit d'entreprise

Cette activité couvre l'unité d'apprentissage 5 "Transition vers le travail indépendant".

1. Objectifs d'apprentissage



2. Ressource pragmatique

Durée : 1 heure et 30 minutes (aprox.)

Description :

Étape 1 (10 min)

L'éducateur d'adultes divisera la classe en trois groupes égaux (égalité entre hommes et femmes, nombre de participants, etc.). Cela sera bénéfique pour le discours généré par l'ensemble de la classe, car dans un premier temps, ils devront discuter en petits groupes, mais ensuite ils devront générer une seule idée partagée par les trois groupes.

Étape 2 (10 min)

Une fois la classe divisée en trois groupes, ils devront d'abord discuter au sein de chaque groupe des avantages personnels, économiques et sociaux du travail indépendant pour les personnes âgées. Il y aura un leader dans chacun des trois sous-groupes, qui sera chargé de communiquer ce qui a été convenu dans chaque groupe.

Étape 3 (10 min)

Il en sera de même en ce qui concerne les risques éventuels que le travail indépendant peut comporter pour les personnes âgées.

Étape 4 (15 min)

Une fois que vous aurez identifié les avantages et les risques potentiels en termes de travail indépendant des personnes âgées, vous ferez un diagramme SWOT sur un tableau de papier.

Étape 5 (15 min)

Après avoir analysé les forces et les faiblesses du travail indépendant des personnes âgées, ils discuteront au sein de chaque groupe des solutions possibles aux dangers qu'ils ont rencontrés.

Étape 6 (20 min)

Le chef de chaque groupe présentera les avantages, les risques potentiels, l'analyse SWOT et les solutions. Ils devront présenter et argumenter leurs opinions et parvenir à un consensus.

Pendant ce temps, le reste de la classe devra évaluer (à l'aveugle) la présentation des trois leaders.

Étape 7 (20 min)

L'éducateur d'adultes terminera par une conclusion des principaux résultats transmis tout au long de la session et passera la [vidéo](#) suivante pour que les participants réfléchissent à la fois aux résultats et à ce qu'ils ont appris.

Étape 8

Les élèves devront faire une réflexion à la maison, que l'éducateur pour adultes corrigera ensuite et concevra un dossier avec toutes les réflexions, qui sera imprimé et partagé avec tous les élèves. Il leur fournira également le dossier en format pdf.

Éléments obligatoires et facultatifs : Il sera obligatoire jusqu'à l'étape 7. L'étape 8 peut être facultative.

3. Ressources utiles

- [Construire la décision professionnelle](#)
- [Comment changer le monde : les entrepreneurs sociaux et le pouvoir des nouvelles idées](#)
- [Guide de l'entrepreneur social](#)

4. Matériel nécessaire

- Ordinateur, Internet, projecteur, tableau blanc, carton, papier, crayons et stylos.

5. Outils d'évaluation

Dans cette activité, il n'y aura pas d'évaluation formelle, mais plutôt une évaluation par l'observation non participante de l'éducateur d'adultes.

L'observation participante est le type principal et le plus répandu d'observation qualitative. Le chercheur sélectionne un groupe humain (association de quartier, usagers de la salle d'attente d'un grand hôpital, groupe de jeunes, travailleurs d'une entreprise, participants à un forum électronique, internautes dans un chat room, etc.) et l'observe de près, en interagissant étroitement avec ses composantes. Des séjours prolongés sont indispensables pour accéder au sens et aux définitions de la réalité des personnes, pour arriver à "converser" avec elles.

Activité 3. Mon plan de modèle d'entreprise sociale !

Cette activité couvre l'unité d'apprentissage 7 "Plan de modèle d'entreprise sociale".

1. Objectifs d'apprentissage

- Appliquer la méthodologie du business model canvas pour développer un plan d'affaires social.
- Choisir des méthodologies, des outils et des ressources pour élaborer un business plan social.
- Utiliser des méthodologies, des outils et des ressources pour élaborer un plan d'affaires social.
- Superviser la mise en œuvre d'un plan d'affaires social.

2. Ressources pragmatiques

Durée : 40-60 minutes (aprox.)

Description :

L'élaboration du plan d'affaires (PAB) nous permettra de comprendre pleinement l'opportunité d'affaires dont nous voulons profiter, en nous permettant de quantifier de façon réaliste l'investissement, ainsi que les moyens matériels et humains nécessaires à son démarrage, en plus de faire une prévision de sa rentabilité. Il nous servira également, une fois le projet lancé, à évaluer l'évolution de l'activité et à détecter les éventuels écarts par rapport aux prévisions initialement prévues.

Voyons les étapes à suivre :

Première étape. Idée d'entreprise (20 min.)

Il s'agit de présenter l'idée de manière concise, en trois points principaux. Elle ne doit pas occuper plus d'une demi-face. Activité : Quels sont les produits ou services que vous proposez ? Clientèle cible : Qui pourrait s'y intéresser ? Quels sont les besoins qu'il couvre ? Proposition de valeur : Qu'est-ce qu'il a de novateur ? Quels avantages offre-t-il par rapport aux produits existants ?

1.1. Des choses sur lesquelles nous devons être clairs et auxquelles nous devons réfléchir à l'avance :

- Quelle valeur l'idée apporte-t-elle ? - Quel besoin aidons-nous à résoudre ? - Que font d'autres entreprises ou organisations pour répondre à ce besoin ? - Quels sont les

produits ou services que vous proposez ? - Qu'ont-ils de novateur ? - Puis-je diversifier mon activité ? - Pourquoi voulons-nous réaliser ce projet ?

1.2. Données de l'entreprise

- Nom de l'entreprise : - Activité : - Localisation géographique : - Date estimée de début de l'activité : - Forme juridique choisie : - Nombre de travailleurs prévus : - Investissement total : - Ressources propres et besoins de financement :

Bien qu'il soit situé au début, il s'agit d'une récapitulation des points les plus importants et il est préférable de le faire lorsque le projet a déjà été développé.

Étape 2. Étude de marché (20 min.)

2.1. Les clients : Des choses qu'il faut savoir et auxquelles il faudra répondre : - Qui sont nos clients ? - En avons-nous plusieurs types ? - Quels sont leurs besoins ? - Combien de clients pouvons-nous avoir ? - Combien peuvent-ils dépenser mensuellement ou annuellement pour nos produits et services ? - Quelles sont les principales entreprises ou entités qui travaillent dans la même zone avec une activité similaire à la mienne et qu'offrent-elles ? - Pourrions-nous collaborer avec eux ? - Existe-t-il une association ou un groupe d'intérêt avec lequel nous pourrions nous allier ?

2.2. Collaborateurs / alliances. Prestataires

2.3. Concours

2.4. SWOT

Troisième étape. Plan de marketing. Comment allons-nous nous faire connaître (20 min.)

Les points sur lesquels nous devons être clairs et auxquels nous devons répondre - Comment allons-nous interagir avec nos clients ? - Comment allons-nous faire connaître notre projet et nos produits et services ? - Quelle image voulons-nous donner de notre entreprise et de nos produits / services ? - Comment allons-nous distribuer et vendre nos produits / services ?

3.1. La communication. L'image de l'entreprise et de nos produits

3.2. Canal de distribution et de vente

3.3. Estimation des ventes (prix et marge commerciale)

Étape 4. Plan d'organisation. Activités et ressources (20 min.)

Les points sur lesquels nous devons être clairs et sur lesquels nous devons travailler -
Quelles activités l'entreprise doit-elle réaliser pour fournir le service ou offrir les produits
? - De quelle capacité de travail disposons-nous et quel temps pouvons-nous consacrer
au projet ? - Si nous sommes une équipe, qu'est-ce que nous savons le mieux faire ?
Qu'est-ce que nous aimons le plus faire ? - Organisation des tâches et des temps. - Mon
activité est-elle saisonnière ? - De quelles ressources allons-nous avoir besoin :
matérielles et humaines ?

*4.1. Activités. La capacité de travail. Organisation des tâches et des temps. Saisonnalité
de l'activité.*

4.2. Les ressources matérielles. Les investissements. Coûts fixes et variables

4.3. Logistique et gestion des stocks. AQ.

*4.4. Ressources humaines. Coûts du personnel. Prévisions de croissance de l'emploi.
Conciliation de la vie professionnelle et de la vie familiale. Risques professionnels*

4.5. Estimation des coûts fixes, y compris les coûts de personnel

Étape 5. Plan économique et financier. Coûts et bénéfices. Bilan économique, social et environnemental (20 min.)

Des choses sur lesquelles nous devons être clairs et sur lesquelles nous devons travailler
: - Combien cela me coûte-t-il de démarrer (investissements) ? - Quelles sont mes
dépenses fixes ? - Quelles sont les dépenses liées à la vente de mes produits ou services
(dépenses variables) ? - Mon projet a-t-il un coût social et/ou environnemental ? - Quel
est le montant estimé des recettes ou des ventes mensuelles et annuelles ? - Quelle est
la prévision de croissance de mon activité ? - Quels bénéfices sociaux et/ou
environnementaux mon activité apporte-t-elle ?

5.1. Équilibre économique.

5.1.1. Plan d'investissement et de financement

5.1.2. *Compte de profits et pertes. La faisabilité économique. La rentabilité de l'entreprise.*

5.1.3. *Budget du Trésor. La viabilité financière. La solvabilité de l'entreprise.*

5.1.4. *Le bilan.*

5.1.5. *Indices économiques et financiers. Le point d'équilibre.*

5.2. *L'équilibre social.*

5.3. *L'équilibre environnemental.*

Étape 6. DÉMARRAGE (20 min.)

Les points sur lesquels nous devons être clairs et sur lesquels nous devons travailler - Quelle est la forme juridique qui convient le mieux à notre projet ? - Existe-t-il des dispositions légales qui conditionnent mon activité ? - Quelles obligations comptables, fiscales, sociales, de protection des données et de prévention des risques professionnels dois-je prendre en compte ? - Quelles sont les démarches à effectuer pour immatriculer mon entreprise et démarrer mon activité ? - Comment puis-je obtenir un financement pour mon entreprise.

Étape 7. Viabilité. Pourquoi notre idée est-elle viable ? (20 minutes)

Enfin, nous résumerons pourquoi nous pensons que notre idée est viable en fonction de tout ce que nous avons vu dans les points précédents. En mettant en évidence l'opportunité du marché, les avantages compétitifs de nos produits ou services, leurs possibilités de vente, la viabilité économique et financière, et surtout la capacité de l'équipe humaine à la réaliser. Il ne doit pas occuper plus de la moitié d'un visage.

3. Ressources utiles

- [Études de marché sectorielles](#)
- [Informations sur le commerce extérieur](#)

4. Matériel nécessaire

- Ordinateur, internet, projecteur, papier, tableau.

Certaines des variations peuvent nécessiter l'utilisation d'un tableau blanc, de marqueurs, de papier, de crayons ou d'images imprimées.

5. Outils d'évaluation

Les enseignants doivent observer le groupe pendant les activités afin de procéder à une évaluation de base des aspects suivants :

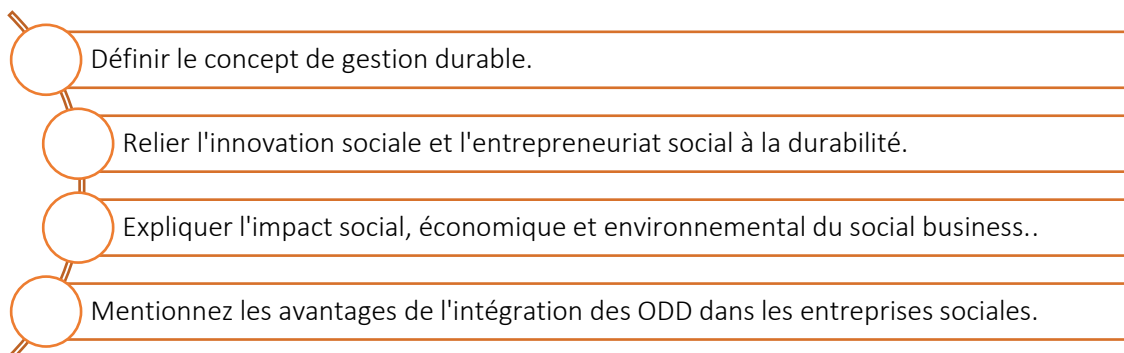
- Motivation, participation et engagement
- Comprendre et présenter un bon plan d'affaires en fonction des activités exercées.

En outre, l'enseignant peut poser des questions sur l'utilité de l'activité et discuter du SBMP.

Activité 4. Moins, c'est plus ?

Cette activité couvre l'unité d'apprentissage 8 "Pratiques de gestion pour la durabilité".

1. Objectifs d'apprentissage

- 
- Définir le concept de gestion durable.
 - Relier l'innovation sociale et l'entrepreneuriat social à la durabilité.
 - Expliquer l'impact social, économique et environnemental du social business..
 - Mentionnez les avantages de l'intégration des ODD dans les entreprises sociales.

2. Ressources pragmatiques

Durée : 4 heures

Préparation précédente :

Le programme des activités à réaliser est présenté, ce qui motive les étudiants à participer et leur fait voir l'importance de ces activités pour la réussite du programme. Les apprenants sont encouragés à participer par le biais de questions qui facilitent la réflexion sur l'utilité et la pertinence des activités qu'ils vont réaliser pour leur développement professionnel, ainsi que pour le développement social, économique et environnemental. Le professionnel de l'éducation des adultes explique aux étudiants les

objectifs, les contenus à développer, la méthodologie, l'horaire, le lieu, ainsi que qui et avec qui ils vont participer. Cette présentation est combinée avec la présentation de questions et d'avantages qui sont utilisés pour la réflexion en petits groupes et le partage ultérieur des conclusions.

Dans quels aspects spécifiques cette première présentation globale du Programme peut-elle avoir une influence : en obtenant un plus grand succès dans la participation, l'implication et l'intérêt des étudiants et en les encourageant à se faire une idée globale des aspects à travailler tout au long du Programme.

Description

Étape 1. "Que sais-je de mes valeurs et de mes objectifs ?" (2 heures)

Pour construire un projet personnel de formation et un projet professionnel, il est nécessaire de distinguer, tout d'abord, ce qui est considéré comme le plus important, ce qui est le plus valorisé et apprécié et pourquoi. Ainsi, les valeurs et les objectifs qui sont priorisés influenceront la décision prise et il est donc essentiel de valoriser leur lien avec le développement durable.

Les gens - dans leur enfance, leur jeunesse et leur âge adulte - se demandent parfois ce qu'ils aimeraient réaliser dans la vie, ce qui leur donne de la satisfaction. Cette activité éveillera cette partie de la curiosité sur ce que l'on attend dans la vie, au travail, sur ce qui leur donne une satisfaction éducative et professionnelle ; c'est-à-dire sur les valeurs-buts que chaque personne a individuellement par rapport au travail et à partir de là pour contribuer au développement durable.

Étape 2. "Que sais-je de mes intérêts professionnels ?" (1 heure)

Pour connaître les intérêts professionnels de manière objective, il est essentiel d'obtenir des informations sur les différents types de formation, d'activités professionnelles et de loisirs que chacun préfère et par lesquels coopérer au développement durable.

Comme dans l'activité précédente, les élèves ont fait l'effort d'imaginer ce qu'ils attendaient d'un emploi, cette activité continuera à anticiper l'avenir. D'autres informations nécessaires sont analysées dans le développement de la maturité professionnelle et dans le processus d'insertion socioprofessionnelle.

Étape 3. "Que sais-je de mes capacités ou compétences ?" (1 heure)

Visé à analyser les compétences, c'est-à-dire les capacités ou aptitudes nécessaires pour faire quelque chose avec plus ou moins de succès, contribuant ainsi à le faire avec plus de satisfaction et comment contribuer avec elles au développement durable.

Guide d'accompagnement sur le processus de connaissance de soi : valeurs-buts, intérêts et compétences nécessaires pour entreprendre le projet avec plus de succès sur le plan personnel, social, économique et environnemental et, par conséquent, avec plus de satisfaction (avantages et questions de discussion pour préparer le projet) :

C'est une expérience qui sera agréable pour vous parce que vous allez faire des recherches sur quelque chose que vous considérez comme valable, qui vous intéresse et dans lequel vous pourriez vous engager afin de continuer à apprendre ou à pratiquer quelles compétences.

2. Savez-vous quel type d'expérience en matière de développement durable correspond à vos valeurs-buts, à vos intérêts, aux aptitudes que vous serez en mesure de réaliser avec succès, aux compétences et aux objectifs d'apprentissage ? Argumentez pourquoi...

Chaque participant répond à ces questions sur des cartes qui lui sont remises (réseaux de valeurs, d'objectifs, d'intérêts et de compétences) et qui sont ensuite retournées au professionnel de l'éducation des adultes et, si nécessaire, aux partenaires communautaires.

Dans l'analyse à effectuer, il est important d'aider à communiquer une pensée mature : "Je considère que cela vaut la peine...", "Je peux prendre plaisir à apprendre avec... ; j'aime les projets qui demandent..." ; je me sens capable de..."

Les réponses données sont notées et leurs connaissances et préoccupations sont partagées sur la nécessité d'enquêter sur ce qui les motive à participer de manière

responsable (en termes d'offres d'emploi, d'engagement social et environnemental - empreinte écologique...).

Cette analyse réflexive prend en compte le degré de motivation à participer au développement durable ("j'aime ça, ça vaut le coup, je me sens capable") associé à un large éventail d'émotions et de sentiments à identifier (joie ; amour ; confiance ; empathie ; gratitude ; enthousiasme ; fierté ; solidarité ; surprise ; courage...).

Adapté de la source d'information : Lucas, 2021. (Les guides d'accompagnement avec le réseau de valeurs, les buts-objectifs, les tâches, les intérêts et les compétences sont définis et détaillés, avec la dynamique participative pour les réaliser - Groupe nominal...).

Recommandations méthodologiques : Les élèves étant les protagonistes des décisions qu'ils prendront concernant leur avenir éducatif et professionnel : ils rechercheront des informations individuellement et en groupe ; ils se poseront des questions sur des sujets qui les motivent en utilisant différentes sources d'information ; ils résoudront des cas pratiques et en réponse à des besoins réels, évalués en priorité dans un dialogue coopératif avec la communauté.

*Les groupes coopératifs doivent être formés par et toujours en petits groupes hétérogènes dans lesquels les membres de l'équipe s'entraident et apprennent ensemble, autour de 4-5 membres, tout en étant flexible.

3. Ressources utiles

- [Assemblée générale des Nations Unies \(2015\)](#)
- [Conseil des droits de l'homme. \(2019\). Programme mondial d'éducation aux droits de l'homme.](#)
- [UNESCO \(2021\). Déclaration de Berlin sur l'éducation au développement durable](#)

4. Matériel nécessaire

- Papier, stylo, tableau noir et guides de soutien (voir annexe 1)
- Ordinateur, Internet, projecteur, etc.

5. Outils d'évaluation

Niveau de connaissance que les élèves ont de leurs propres valeurs-buts, intérêts et compétences, en contrastant leurs connaissances au début de chaque session avec celles découvertes plus tard, sur la base du réseau de valeurs-buts, du questionnaire sur les intérêts et du réseau de compétences.

Raisonnement suivi par les étudiants pour établir leurs priorités et leur application dans les options de formation-professionnelle et de gestion durable :

Les quatre valeurs-objectifs suivantes sont importantes pour moi
parce que... ..

...

...

...

Je rejette les valeurs de but suivantes parce que.... ..

...

...

...

Par conséquent, je pense que cela vaut la peine pour ma
formation et mon avenir professionnel... ..

...

Quels types d'activités et de professions correspondent à vos
intérêts ? Expliquez pourquoi...

...

...

...

Quels types d'activités et de professions ne vous intéressent pas ? Expliquez pourquoi...

...

...

...

Le besoin éventuel de recherches supplémentaires sur d'autres options intéressantes est discuté :...

...

6. Annexe

Annexe 1. Guides de soutien pour les apprenants


Liste des valeurs-buts du travail (Harrington O'Shea, 1993 ; MOW International Research Team, 1987 ; Lucas, 2021).	Que signifient-ils pour vous ? (Technique du groupe nominal).	Avantages et inconvénients de chacune. (Technique du groupe nominal).	Notez-les de 1 à 10 en fonction de leur importance pour vous. (Travail individuel).

Dimension 4. Ressources et outils numériques

Activité 1. Utilisation des outils numériques pour le mentorat électronique

Cette activité couvre l'unité d'apprentissage 1 "E-Mentoring".

1. Objectifs d'apprentissage

- 
- Analyser une gamme d'outils numériques en termes d'efficacité pour le e-mentoring..
 - Sélectionner les outils numériques les plus appropriés pour le e-mentoring.
 - Utiliser les principaux outils numériques nécessaires à l'e-mentoring.

2. Ressource pragmatique

Durée : 1 heure et 40 minutes

Description

Étape 1. Menez la discussion - Outils numériques pour le e-mentoring (15 minutes)

- Répartissez les apprenants en petits groupes et demandez-leur de discuter des questions suivantes :
 - Dressez la liste des outils numériques les plus pertinents pour le e-mentoring et donnez des exemples de fournisseurs pour chaque outil.*
 - Discutez des avantages et des inconvénients de chaque outil pour le e-mentoring.*
- Une fois que les apprenants ont eu l'occasion de discuter des questions, demandez un retour d'information et discutez-en en classe entière. Inscrivez au tableau tous les points clés pertinents, tels que les noms des outils et les exemples de fournisseurs. Les outils clés sur lesquels se concentrer au cours de la session : *le courrier électronique, la vidéoconférence, les applications de messagerie et les forums/bulletins numériques.*

Étape 2. Sélection et essai d'outils numériques pour l'e-mentoring (45 minutes)

1. Assurez-vous que chaque apprenant a accès à un ordinateur fourni et qu'il peut accéder à Internet à l'aide de son téléphone portable. Un ordinateur partagé entre 2 apprenants est suffisant, ainsi que l'accès à l'internet par téléphone portable.
2. En travaillant en binôme, chaque apprenant doit essayer les outils les plus pertinents pour l'e-mentoring : 1/ Google workspace- Gmail & Google hangouts 2/ Whatsapp 3/ Skype & Zoom 5/Proboards.
3. Expliquez comment accéder aux différents outils et embarquer les informations. Guidez les apprenants sur la façon de naviguer sur les sites en projetant les pages d'accueil et en leur montrant où trouver les manuels d'instructions. Les apprenants doivent lire les manuels d'utilisation des outils, créer un compte chez chacun des fournisseurs d'outils et s'entraîner à utiliser les outils. Une fois que les apprenants ont créé leur compte, ils doivent partager leur nom d'utilisateur avec leur partenaire et s'entraîner à communiquer entre eux. Lors de l'essai des outils de vidéoconférence, il sera nécessaire de séparer les paires en différents endroits pour des raisons de feedback. Cela peut se faire à l'aide d'un ordinateur et d'un téléphone portable.
4. Expliquez-leur qu'une fois qu'ils auront essayé les outils, ils feront une courte présentation sur la façon dont ils ont configuré leurs comptes, comment ils ont utilisé l'outil, et comment ils ont trouvé les outils efficaces. Selon la taille de la classe, il peut être nécessaire de demander à chaque paire de présenter un outil différent au groupe plutôt que de discuter de chaque outil par groupe.

Étape 3. Présentations (20 minutes)

Étape 4. Discussion/évaluation en classe entière (15 minutes)

1. Organisez une discussion en classe pour évaluer les différents outils numériques, leur facilité d'utilisation et leur efficacité pour l'e-mentorat.

Étape 5. Évaluation - Questionnaire d'auto-évaluation (5 minutes)

3. Ressources utiles

[Gmail et Google Hangouts](#)

- Guide de l'[utilisateur](#)

[Skype](#)

- Guide de l'[utilisateur](#)

[Zoom](#)

- [Guide de l'utilisateur](#)

[WhatsApp](#) et [WhatsApp business](#)

- Guide de l'[utilisateur](#)

[Proboards](#)

- [Guide de l'utilisateur](#)

3. Matériel nécessaire

- Ordinateurs (au moins un entre 2), téléphones portables personnels (informez les étudiants avant le cours qu'ils devront utiliser leur téléphone portable pendant le cours), projecteur et ordinateur personnel pour l'éducateur d'adultes (pour guider les apprenants dans la navigation des outils), tableau blanc et stylos. Wi-Fi.
- Il sera également nécessaire de fournir une feuille de travail d'auto-évaluation à la fin de la leçon. Les éducateurs d'adultes peuvent préparer la leur ou utiliser celle qui est fournie.

4. Outils d'évaluation

L'auto-évaluation de leur apprentissage par le biais d'un questionnaire que l'éducateur d'adultes demandera aux apprenants de remplir pendant les 5 dernières minutes de la leçon. Les questions doivent demander à l'apprenant de considérer ses forces et ses faiblesses concernant les connaissances et les compétences qu'il a acquises grâce à la leçon. Veuillez consulter l'exemple d'auto-évaluation ci-dessous. *Note : Il peut être*

nécessaire de fournir un soutien supplémentaire à tout apprenant qui en fait la demande à la question 4. Les éducateurs d'adultes peuvent fournir du matériel supplémentaire et un soutien technique à ces apprenants.

Outils numériques pour l'e-mentorat - Auto-évaluation

Nom :

1. Dans quelle mesure vous sentez-vous à l'aise pour utiliser les outils présentés dans la leçon d'aujourd'hui ?

(Veuillez entourer votre réponse)

Très confiant ----- Confiant ----- Assez confiant -----Inconfiant -----Très peu confiant

Pourquoi _____ ?

2. Quels outils vous ont paru les plus faciles à utiliser ? Pourquoi ?


3. Quels sont, selon vous, les outils les plus pertinents pour l'e-mentoring ? Pourquoi ?

4. Quels sont les outils, le cas échéant, pour lesquels vous avez besoin d'un soutien supplémentaire ? Pourquoi ?

Activité 2. Mettre en œuvre une stratégie de marque pour le Social Business

Cette activité couvre l'unité d'apprentissage 2 "Branding for social business".

1. Objectifs d'apprentissage

- 
- Évaluer des exemples réels d'identité de marque en termes d'application de la stratégie de marque (études de cas).
 - Créer un plan de marque pour une entreprise sociale.
 - Appliquer les composantes de la stratégie de marque, les approches et les outils clés pour développer une stratégie de marque réussie pour le social business.
 - Évaluer le plan de marque social d'une entreprise.

2. Ressource pragmatique

Durée : 2 heures 15 minutes

Description

Étape 1. Introduction - Discussion - Stratégie de marque pour le social business (15 minutes)

Répartissez les apprenants en petits groupes et demandez-leur de répondre aux questions suivantes :

- 1. Pourquoi est-il important de planifier votre stratégie de marque (créer un plan de marque) ?*
- 2. Quels sont les éléments clés d'un plan de marque efficace ?*
- 3. Connaissez-vous des modèles de stratégie de marque ?*

Une fois que les apprenants ont eu le temps de discuter des questions, demandez un retour d'information à l'ensemble de la classe et notez les points clés. Fournissez un polycopié à la fin résumant les réponses aux questions. Les informations du polycopié peuvent provenir du contenu des leçons eLearning (Unité 2 : Branding for Social Business, leçons 1 & 2).

Étape 2. Évaluation d'exemples d'études de cas réels d'application de la stratégie de marque (35 minutes)

1. Présentez la tâche : les apprenants vont rechercher en ligne des exemples de la manière dont des entreprises prospères ont appliqué la stratégie de marque, puis partager ce qu'ils ont appris avec le groupe. Projetez un exemple et surlignez les points clés.

Par exemple : <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/power-branding>

- Ce site Web nous dit que Coca-Cola est la marque la plus célèbre du monde, où la boisson elle-même est éclipsée par le pouvoir de la marque Cola-Cola et ses associations, telles que Coca-Cola est The Real Thing (la boisson originale), différente et distincte de toute autre, qu'elle est entièrement américaine et mondiale, qu'elle est jeune et énergique, etc. Il a également de nombreuses associations visuelles, le logo rouge et blanc et la forme et la couleur classiques de la bouteille.

- Nous apprenons également que la stratégie de marque d'IKEA est couronnée de succès parce qu'elle repose sur une grande idée : le bon design est accessible à tous, pas seulement aux riches.

2. Encouragez les apprenants à rechercher des sites Web similaires et demandez-leur d'indiquer des mots clés qu'ils pourraient utiliser pour effectuer une recherche en ligne. Les apprenants doivent travailler en binôme pour cette tâche, en utilisant leurs téléphones portables ou les ordinateurs fournis.
3. Lorsque les apprenants ont eu l'occasion de faire des recherches et de prendre des notes, mettez-les en petits groupes et demandez-leur de partager les points clés qu'ils ont découverts.

4. Demandez un retour d'information à toute la classe, en invitant les apprenants à partager les points les plus intéressants qu'ils ont appris sur la conception d'une stratégie de marque réussie.

Étape 3. Création d'une stratégie de marque (Brand plan) pour une entreprise sociale (1 heure)

1. Informez les apprenants qu'ils vont concevoir et présenter un plan de marque d'entreprise sociale.
2. Demandez aux apprenants d'identifier quelques exemples d'entreprises sociales et de discuter en petits groupes des idées potentielles qu'ils ont eux-mêmes pour une nouvelle entreprise sociale.
3. Informez les apprenants qu'ils peuvent utiliser l'une de leurs idées de l'étape précédente de la leçon, ou qu'ils peuvent choisir une feuille de papier pliée dans un récipient, sur laquelle ils trouveront une idée d'entreprise sociale sur laquelle fonder leur plan de marque.
4. Les apprenants doivent travailler ensemble pour concevoir une stratégie de marque qu'ils présenteront à la classe. Ils doivent trouver un nom et inclure tous les éléments essentiels de la stratégie de marque qui ont été examinés plus tôt dans la leçon.
5. Les apprenants présentent leur plan de marque à l'ensemble de la classe.

Étape 4. Préparation de la tâche de création d'une stratégie de marque

1. Utilisez les exemples ci-dessous pour fournir une idée d'entreprise sociale à chaque groupe (sauf s'ils choisissent d'utiliser leur propre idée). Si vous préférez, vous pouvez créer votre propre idée (un modèle est fourni ci-dessous) Les idées pour la leçon ci-dessous proviennent de : <https://www.thesedge.org/socent-spotlights/22-awesome-social-enterprise-business-ideas>

Une entreprise sociale qui met en relation des voyageurs avec un impact social positif et une expérience d'apprentissage	Une entreprise sociale qui fournit un système de filtration d'eau à domicile utilisant des matériaux et des processus
--	---

interculturel. Les bénéfices sont réinvestis dans la communauté.	respectueux de l'environnement, qui est vendu dans le premier monde, les bénéfices étant investis dans les pays en développement pour fournir un service similaire.
Une entreprise sociale qui implique la vente virtuelle ou en temps réel de produits éthiques et socialement conscients.	Une entreprise sociale qui

Étape 6. Étape de pré-présentation : Préparation de l'évaluation du plan de marque d'une entreprise sociale

1. Avant que les apprenants ne présentent leur plan de marque, demandez-leur d'écouter attentivement la présentation de chaque groupe et de prendre des notes sur les stratégies les plus efficaces prévues par chaque groupe.

Étape 7. Phase de post-présentation : Discussion et évaluation du plan de marque d'une entreprise sociale (20 minutes)

1. Les apprenants doivent discuter de chaque plan de marque d'entreprise sociale présenté, en termes de stratégies les plus efficaces prévues, et identifier globalement les stratégies de marque clés à appliquer lors de la conception d'un plan de marque. Discuter des défis potentiels de la conception d'un plan de marque efficace et des solutions possibles.

Étape 8. Évaluation - Questionnaire d'auto-évaluation (5 minutes)

3. Ressources utiles

- [Marque de puissance](#)
- [11 idées d'entreprises sociales géniales](#)
- [Modèle d'équité de la marque de Keller - Outils de stratégie de MindTools.com](#)

4. Matériel nécessaire

- Les apprenants auront besoin de leurs téléphones portables et d'un accès à un ordinateur, partagé entre 2 personnes si possible. Un tableau blanc et des marqueurs pour tableau sont également nécessaires. L'éducateur pour adultes devra avoir accès à un ordinateur et à un projecteur. Le Wi-Fi est également nécessaire.
- Un polycopié résumant les réponses aux questions de discussion doit être préparé avant la leçon. Les informations à ce sujet peuvent être trouvées dans le contenu des leçons eLearning (Unité 2 : Branding for Social Business, leçons 1 & 2).
- Il convient également de préparer un questionnaire d'auto-évaluation. Les éducateurs peuvent utiliser celui qui est fourni ou créer le leur.

5. Outils d'évaluation

Demandez aux apprenants de remplir le questionnaire d'auto-évaluation.

Auto-évaluation - Branding for Social Business

Nom :

Je comprends les composantes essentielles de la création d'un plan de marque pour une entreprise sociale.

D'accord / Pas d'accord

Commentaires :

Je peux appliquer les composantes, les approches et les outils clés de la stratégie de marque pour développer une stratégie de marque pour une entreprise sociale.

D'accord / Pas d'accord

Commentaires :

Je peux évaluer un plan de marque et considérer s'il présente un plan de marque réussi.






D'accord / Pas d'accord

Commentaires :

Activité 3. Stratégies d'e-marketing utilisées

Cette activité couvre l'unité d'apprentissage 3 "e-Marketing".

1. Objectifs d'apprentissage

-  Identifier les stratégies et technologies de marketing électronique.
-  Évaluer des études de cas réels et réfléchir aux éléments qui contribuent au succès du marketing électronique.
-  Créer un plan d'e-marketing pour une marque.
-  Appliquer des stratégies d'e-marketing
-  Évaluer la mise en œuvre d'un plan d'e-marketing.

2. Ressource pragmatique

Durée : 2 heures 15 minutes

Description

Étape 1. Introduction - Discussion - Stratégies et technologies du e-marketing (10 minutes)

Répartissez les apprenants en petits groupes et demandez-leur de répondre aux questions suivantes :

1. *Quelles stratégies (technologies) peuvent être appliquées pour commercialiser une entreprise par voie numérique ?*
2. *Pourquoi est-il important d'avoir une approche planifiée de l'e-marketing ?*
3. *Connaissez-vous des modèles que les entreprises peuvent utiliser pour créer leur plan d'e-marketing ?*

Laissez du temps pour discuter des questions avant de demander un retour à toute la classe. Notez les points clés au tableau et fournissez un document résumant les points principaux (source des points clés du contenu de la leçon eLearning : Unité 3 : E-marketing, leçon 2 : Stratégies et planification du e-marketing).

Étape 2. Évaluation des stratégies d'e-marketing - études de cas (30 minutes)

Présentez l'étape suivante, qui consiste à évaluer comment les entreprises ont appliqué les stratégies de marketing électronique en examinant des études de cas réels.

1. Tout d'abord, fournissez un exemple d'étude de cas à évaluer ensemble. Demandez aux apprenants de lire l'étude de cas fournie (une feuille de travail doit être préparée à l'avance, par exemple, en utilisant des informations [provenant de](#) et de [GSK](#)). Demandez-leur de discuter en petits groupes des *éléments qui ont contribué au succès de la campagne d'e-marketing de l'entreprise* et d'utiliser le modèle *SOSTAC pour identifier les étapes du plan d'e-marketing*.
2. Les apprenants doivent ensuite effectuer des recherches en ligne à l'aide de leurs téléphones ou des ordinateurs mis à leur disposition pour trouver d'autres exemples d'études de cas montrant de bonnes pratiques en matière de marketing électronique, en prenant des notes au fur et à mesure de leurs recherches et, enfin, en présentant leurs conclusions à l'ensemble de la classe.
3. Ensuite, demandez-leur d'évaluer les stratégies les plus efficaces dont ils ont entendu parler - pourquoi sont-elles si efficaces ?

Étape 3. Création d'un plan d'e-marketing et application de stratégies d'e-marketing (1 heure)

Dans cette activité, les apprenants créeront un plan de cybermarketing en petits groupes et présenteront leurs idées à la classe.

1. Demandez aux apprenants de repenser à l'idée d'une entreprise sociale qu'ils ont développée dans la leçon 2 et de se regrouper.
2. Informez-les qu'ils vont travailler ensemble pour créer un plan de cybermarketing pour l'entreprise et qu'ils présenteront leurs idées à la classe. Ils doivent également créer un message sur les médias sociaux en utilisant les comptes qu'ils ont ouverts dans la leçon 1, si possible. Prévoyez du papier A3 pour le brainstorming et la présentation. À la fin des présentations, il y aura une évaluation par l'ensemble de la classe des idées qu'ils ont entendues.
3. Donnez aux apprenants 60 minutes pour travailler sur leur plan et leur poste.

Étape 4. Présentation et évaluation des plans d'e-marketing (30 minutes)

Les apprenants doivent présenter leurs plans de cybermarketing et leurs messages sur les médias sociaux, puis, en classe entière, évaluer les idées qu'ils ont entendues. Selon eux, quels plans seraient particulièrement réussis et pourquoi ? Quelle a été l'efficacité des messages publiés par chaque groupe sur les médias sociaux ? Quelles améliorations pourraient-ils suggérer ?

Étape 5. Évaluation - Auto-évaluation (5 minutes)

3. Ressources utiles

- [Définitions du marketing numérique](#)
- [Guide du modèle de planification marketing du SOSTAC | Smart Insights](#)
- [Stratégie de marketing numérique](#)
- [Définition de l'email marketing - Qu'est-ce que c'est ? | Glossaire du marketing numérique \(davechaffey.com\)](#)
- [Définition des facteurs de classement SEO - Qu'est-ce que c'est ? | Glossaire du marketing numérique \(davechaffey.com\)](#)

4. Matériel nécessaire

- Un projecteur, des ordinateurs, des téléphones portables, un tableau blanc, des stylos pour tableau blanc, du papier pour affiche A3 et des stylos, et le wi-fi.
- Préparez à l'avance un polycopié résumant les réponses aux questions de la discussion d'introduction (source des points clés du contenu de la leçon eLearning : Unité 3 : E-marketing, leçon 2 : Stratégies et planification du e-marketing).
- Un deuxième document doit également être fourni - détaillant une/des étude(s) de cas de stratégies d'e-marketing en pratique. Par exemple : [GSK](#)

GSK, une entreprise mondiale de soins de santé à vocation scientifique, s'est constitué une audience sur les médias sociaux d'un million de followers sur LinkedIn, 264 000 likes sur Facebook, 157 000 followers sur Twitter et plus de 5 000 followers sur Instagram. Ils étaient insatisfaits de leur paysage numérique, qu'ils jugeaient fragmenté car les canaux de communication numérique externes et internes étaient gérés par des équipes différentes, ce qui entraînait la création et le partage de contenus de styles et de tonalités différents. Ils estimaient également que leurs analyses et leurs perspectives, ainsi que leur storytelling, étaient inadéquats.

Au lieu de cela, l'entreprise aspirait à obtenir un contenu cohérent, du même style et du même ton sur tous les canaux et géré par une seule équipe, des mesures et des informations sophistiquées, ainsi qu'un équilibre entre la narration réactive et proactive des campagnes, adapté à son public.

Ils ont mis en place un cadre de mesure pour analyser l'interaction avec les consommateurs : 1/Familiarité - portée et exposition du contenu, par exemple, pages consultées ; 2/ Engagement - engagement de l'utilisateur avec le contenu, par exemple, taux de rebond du site web ; 3/ Conversion - comportement de l'utilisateur, par exemple, clics sur le contenu ; 4/ Défense - devenir un ambassadeur de votre contenu, par exemple, partages, retweets. Ces informations ont été utilisées pour façonner le développement de leur contenu.

En conséquence, GSK a constaté une augmentation de 50 % du nombre de vues de ses actualités mondiales depuis 2016, des retours positifs des utilisateurs qui déclarent que le site web a changé positivement leur perception de GSK, et 1 million de followers sur LinkedIn atteint.

Provenant de

5. Outils d'évaluation

L'évaluation sera basée sur une auto-évaluation des connaissances et des compétences acquises pendant la leçon. Les apprenants doivent remplir le questionnaire d'auto-évaluation suivant à la fin de la leçon.

E-marketing - Auto-évaluation

Nom :

1. Je peux identifier les stratégies (technologies) de marketing électronique.

(Veuillez entourer votre réponse)

Très confiant ----- Confiant ----- Assez confiant -----Inconfiant -----Très peu confiant

Pourquoi ?

2. Je peux appliquer des stratégies d'e-marketing.

Très confiant ----- Confiant ----- Assez confiant -----Inconfiant -----Très peu confiant

Pourquoi ?

3. Je peux guider et superviser les autres dans leur application des stratégies (technologies) de marketing électronique.

Très confiant ----- Confiant ----- Assez confiant -----Inconfiant -----Très peu confiant

Pourquoi

?

4. Je sais quels sont les éléments qui contribuent au succès de l'e-marketing.

Très confiant ----- Confiant ----- Assez confiant -----Inconfiant -----Très peu confiant

Pourquoi

?

5. Je peux créer un plan d'e-marketing pour une marque.

Très confiant ----- Confiant ----- Assez confiant -----Inconfiant -----Très peu confiant

Pourquoi

?

6. Je peux évaluer l'application d'un plan de e-marketing pour une marque.

Très confiant ----- Confiant ----- Assez confiant -----Inconfiant -----Très peu confiant

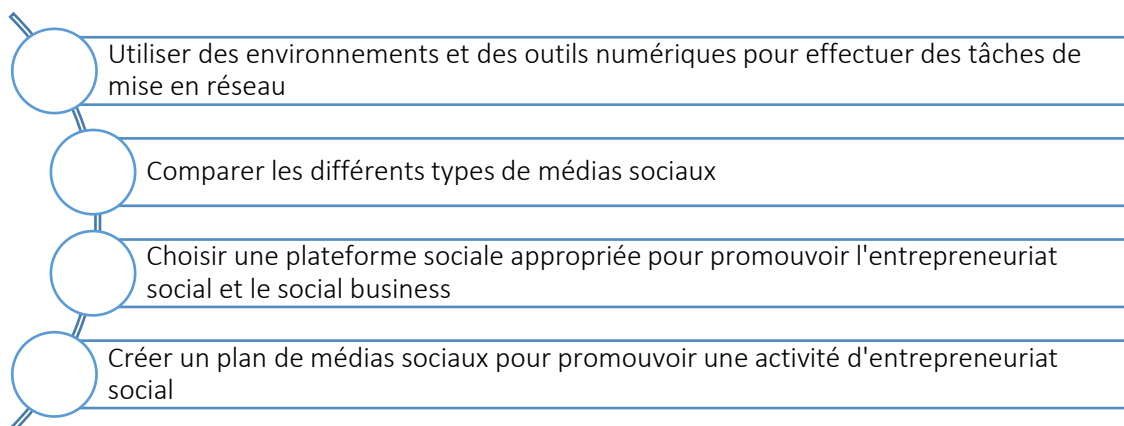
Pourquoi

?

Activité 4. Utiliser les médias sociaux pour la promotion et la mise en réseau

Cette activité couvre l'unité d'apprentissage 6 "Réseaux en ligne".

1. Objectifs d'apprentissage



2. Ressource pragmatique

Durée : 1 heure 40 minutes

Description

Étape 1. Introduction - Discussion - Plateformes de médias sociaux et réseautage (15 minutes)

Répartissez les apprenants en petits groupes et demandez-leur de discuter des questions suivantes :

- 1. Qu'est-ce que l'entrepreneuriat social et le social business ?*
- 2. Quelles plateformes de médias sociaux seraient les plus efficaces pour promouvoir l'entrepreneuriat social et le social business ? Pourquoi ?*
- 3. Quelle est la plateforme numérique la plus populaire pour le réseautage professionnel ?*

Demandez un retour sur les questions à l'ensemble de la classe et discutez-en ensemble. Passez en revue toutes les plateformes et confirmez que la plateforme la plus populaire pour le réseautage d'affaires est LinkedIn, et que pour la promotion des affaires, les plateformes telles qu'Instagram, twitter et Facebook sont populaires. Projetez les plateformes et parcourez ensemble leurs caractéristiques, en demandant aux élèves de vous en dire le plus possible.

Liens utiles : <https://www.linkedin.com>, <https://www.twitter.com>,
<https://www.instagram.com>, <https://www.facebook.com>.

Étape 2. Création d'un compte LinkedIn (25 minutes)

1. Projeter la page d'accueil de LinkedIn et demander aux apprenants s'ils ont un compte LinkedIn. Si certains apprenants ont un compte, demandez-leur de se connecter à leur compte à l'aide des ordinateurs fournis et de montrer leur compte à leurs pairs, ou s'ils préfèrent, d'aller sur un compte aléatoire, et de démontrer les fonctionnalités de la plateforme. Organisez les apprenants en petits groupes pour cette tâche.
2. Si aucun apprenant n'a de compte, montrez-leur votre compte, ou un exemple de compte, celui de l'entrepreneur Richard Branson, et montrez-leur les principales fonctionnalités de la plateforme. Vous devez vous connecter pour voir le profil complet : <https://www.linkedin.com/in/rbranson/?originalSubdomain=vg>
3. Ensuite, demandez aux apprenants qui n'ont pas de compte LinkedIn d'en créer un. Ceux qui ont déjà un compte peuvent aider leurs camarades dans cette démarche, si nécessaire. Ensuite, ils peuvent profiter de ce temps pour travailler à l'amélioration de leur profil (et peuvent continuer à travailler sur leurs pages de profil pendant leur temps libre). Encouragez-les à commencer à établir des connexions et à rédiger un billet, par exemple, sur ce cours et ce qu'ils ont appris ! Les apprenants peuvent d'abord se connecter les uns aux autres, puis ils peuvent commenter et aimer les messages des autres.
4. Demandez un retour sur ce que les apprenants pensent de LinkedIn et discutez des conseils pour en tirer le meilleur parti.

Étape 3. Création d'un plan de médias sociaux pour promouvoir une activité d'entrepreneuriat social (40 minutes)

1. Demandez aux apprenants de former leurs groupes des leçons 2 et 3, où ils ont eu l'idée d'une entreprise sociale, et d'examiner comment créer un plan de médias sociaux. Demandez-leur leur avis et notez les points clés. Fournissez un document décrivant les étapes de la création d'un plan de médias sociaux (dont

les informations peuvent être tirées du contenu eLearning) : Unité 6 : Réseaux en ligne, leçon 2 : Les médias sociaux pour promouvoir l'entreprenariat social).

2. Ensuite, les apprenants doivent décider d'une activité que l'entreprise pourrait entreprendre, par exemple, si nous utilisons l'idée suivante : Une entreprise sociale qui implique la vente virtuelle ou en temps réel de produits éthiquement et socialement conscients, l'activité pourrait être de commencer la promotion d'un pop-up shop.... Les apprenants doivent choisir une plateforme de médias sociaux à utiliser pour la promotion et publier le message en utilisant les comptes qu'ils ont créés dans la leçon 1. Donnez des conseils sur les plateformes de photos gratuites telles que [Pixabay](#).
3. Les apprenants doivent présenter leur poste, projeté si possible, à la classe et recevoir les commentaires de leurs pairs.

Étape 4. Évaluation de la leçon (5 minutes)

Fournir un questionnaire d'auto-évaluation que les apprenants pourront remplir seuls, sur la base des connaissances et des compétences acquises pendant la leçon.

Étape 5. Conclusion du cours (15 minutes)

Ensuite, encouragez les apprenants à repenser à toutes les leçons de la *dimension 4* : *Ressources et outils numériques* et à évaluer les outils et les compétences qu'ils ont appris pour stimuler les pratiques de mentorat et d'entrepreneuriat. Demandez les titres des unités et le tableau pour rappeler aux apprenants tous les sujets étudiés. Organisez une discussion de groupe sur les points clés que l'aspect face-à-face de la dimension 4 leur a appris et discutez de leurs plans et objectifs en cours.

3. Ressource utile

- [Pixabay](#)
- [Comment créer un plan marketing pour les médias sociaux](#)
- [Mesures des médias sociaux](#)
- [Solutions de marketing](#)

4. Matériel nécessaire

- Ordinateurs, projecteur, téléphones portables, tableau blanc, stylos, wi-fi.
- Fournir un document décrivant les étapes de la création d'un plan de médias sociaux (dont les informations peuvent être tirées du contenu eLearning : Unité 6 : Mise en réseau en ligne).
- Fournissez également un document pour l'évaluation : le questionnaire d'auto-évaluation.

5. Outils d'évaluation

Fournir un questionnaire d'auto-évaluation - évaluer les compétences et les connaissances acquises en participant au cours. Par exemple :

Utilisation des médias sociaux pour la promotion et la mise en réseau

Nom :

Notez les affirmations ci-dessous :

0 -Je ne suis pas du tout d'accord/ 2 -Je ne suis pas d'accord/3 -Je ne suis pas sûr/4 -Je suis d'accord/ 5 -Je suis tout à fait d'accord

Je me sens à l'aise dans l'utilisation d'environnements et d'outils numériques, tels que LinkedIn, pour effectuer des tâches de réseautage.

Je sais comment créer un compte LinkedIn.

Je sais comment entrer en contact avec d'autres utilisateurs sur LinkedIn.

Je comprends les différences et les similitudes entre les différents types de plateformes de médias sociaux.

Je peux sélectionner la plateforme de médias sociaux la plus appropriée pour promouvoir l'entrepreneuriat social et le social business.

Je peux naviguer sur les plateformes de médias sociaux, comme Facebook ou Instagram.

Je peux faire un post sur une plateforme de médias sociaux. (Lesquels ?)

Je sais comment aimer une publication sur une plateforme de médias sociaux. (Lesquels ?)

Je peux créer un plan de médias sociaux pour promouvoir une activité d'entrepreneuriat social.