

## Cahier des charges : webinaire sur le marketing digital

Secteur d'activité : **Insertion par l'Activité Economique (IAE)**

Type d'accompagnement :  individuel  **collectif**

**Région : Hauts-de-France**

### Table des matières

1. Présentation du DLA, de l'Avise et du Centre de Ressources du DLA sur l'IAE .....	2
Présentation du DLA .....	2
Présentation de l'Avise .....	2
Présentation du Centre de Ressources du DLA sur l'IAE (CR DLA IAE) .....	2
2. Modalités de la prestation .....	3
Contexte et besoins identifiés .....	3
Projet global et expérimentation dans les Hauts-de-France .....	4
Public cible pour cette expérimentation dans les Hauts-de-France .....	4
Structuration de cette expérimentation dans les Hauts-de-France .....	5
Objectifs de l'accompagnement .....	5
Contenu de l'accompagnement.....	5
Lieu et date de l'intervention .....	6
Méthodologie .....	6
Coût de l'accompagnement.....	6
3. Modalités de l'offre .....	6
Contenu de l'offre .....	6
Modalités de remise .....	6
4. Modalités de sélection .....	6
Critères de sélection.....	6
Négociation des offres.....	7
Date de notification .....	7
5. Convention et bilan.....	7

## 1. Présentation du DLA, de l'Avisé et du Centre de Ressources du DLA sur l'IAE

### Présentation du DLA

L'objectif du Dispositif Local d'Accompagnement (DLA) est d'accompagner les structures de l'Economie sociale et solidaire (ESS), créatrices d'emploi, dans leur démarche de consolidation et de développement. Le dispositif s'appuie sur un réseau de 103 DLA départementaux, de 17 DLA régionaux et de 6 Centres de ressources DLA portés par des structures associatives aux compétences diversifiées.

Depuis sa création en 2002, de nombreux acteurs financent et soutiennent le DLA : l'Etat, le Fonds Social Européen, la Banque des Territoires, les collectivités territoriales, le Mouvement associatif et ESS France.

Les cibles prioritaires du DLA sont les associations employeuses de petite et moyenne taille, les structures d'insertion par l'activité économique, les entreprises sociales agréées ESUS et les coopératives à finalité sociale créatrices d'emplois.

Il s'agit plus particulièrement de structures qui :

- ont la volonté de consolider leurs activités, de pérenniser leurs emplois,
- ont identifié des difficultés qui nécessitent un appui professionnel externe,
- s'interrogent sur leur stratégie de consolidation, de développement de leurs activités.

Le DLA en chiffres <sup>1</sup>:



Dans les Hauts-de-France, les structures porteuses du DLA sont les suivantes :

- DLA régional des Hauts-de-France : Mouvement Associatif Hauts-de-France
- DLA départemental de l'Aisne : Inter Réseaux de l'Insertion par l'Activité Economique Hauts-de-France
- DLA départemental du Nord : Nord Actif
- DLA départemental de l'Oise : BGE Picardie
- DLA départemental du Pas-de-Calais : Pas-de-Calais Actif
- DLA départemental de la Somme : Inter-Réseaux de l'Insertion par l'Activité Economique Hauts-de-France

### Présentation de l'Avisé

L'Avisé a pour mission de développer l'économie sociale et solidaire (ESS) et l'innovation sociale en France, en accompagnant les porteurs de projet et en contribuant à structurer un écosystème favorable à leur développement.

Créée en 2002, l'Avisé est une agence collective d'ingénierie qui travaille avec des institutions publiques et des organisations privées soucieuses de contribuer à l'intérêt général.

L'Avisé est opérateur national du DLA, avec une mission d'animation, de valorisation et d'appui au pilotage.

### Présentation du Centre de Ressources du DLA sur l'IAE (CR DLA IAE)

Porté par l'Avisé depuis 2012, le Centre de ressources du Dispositif local d'accompagnement dédié à l'Insertion par l'activité économique (CR DLA IAE) a pour objectif de renforcer les compétences des chargé.e.s de mission DLA dans leurs accompagnements auprès des Structures d'insertion par l'activité économique (SIAE).

<sup>1</sup> Source : DLA Performance 2019

## 2. Modalités de la prestation

### Contexte et besoins identifiés

Le **développement commercial** est un **enjeu fort pour les SIAE** car il permet de développer les postes en insertion et les compétences des salarié.e.s qui occupent ces postes. Il fait partie intégrante du modèle économique des SIAE, à différents degrés selon les conventionnements.

Aujourd'hui, pour **faire face aux conséquences de la crise**, de **nombreuses SIAE** envisagent d'**accentuer leurs efforts commerciaux**<sup>2</sup>. Un des leviers pour atteindre cet objectif est le **digital, qui joue un rôle important dans les relations commerciales**, en effet « 55% des professionnels interrogés ont déjà été influencés par un article ou un post publié sur les réseaux sociaux, lors d'un achat »<sup>3</sup>.

La crise sanitaire et économique que nous connaissons cette année a renforcé ces comportements d'achat : selon une étude, pendant le confinement, la proportion des Français qui réalisent une part importante de leurs achats via internet a augmenté, et la majorité des sondés estiment qu'après la crise, ils continueront à acheter sur internet au même niveau que lors de la crise<sup>4</sup>.

**L'ensemble des études sur le sujet le relèvent : le marketing digital<sup>5</sup> est un enjeu fort pour les SIAE.**

Au-delà des enquêtes, cet enjeu autour du marketing digital pour les SIAE est visible dans de nombreuses initiatives en cours :

- la [place de marché de l'inclusion](#), plateforme digitale (développée sur l'initiative de l'Etat) qui vise à mettre en relation l'offre commerciale des structures inclusives et la demande en achats responsables de la part de professionnels, est en expérimentation dans 3 régions dont les Hauts-de-France ;
- la plateforme [ESS 2024](#), qui permet à des entreprises de l'ESS de se référencer et de répondre en ligne à des marchés pour les JO 2024, est opérationnelle ;
- enfin, le développement commercial, notamment via le digital, est identifié comme une des priorités de l'appel à projets « [FDI exceptionnel pour la relance inclusive et la croissance de l'IAE](#) », mis en place par l'Etat pour soutenir le développement et la transformation des SIAE - les SIAE peuvent donc présenter des projets sur cet enjeu et, si elles sont sélectionnées, bénéficier d'un financement.

Développer des accompagnements sur le marketing digital pour les SIAE constitue l'une des réponses à apporter pour appuyer les SIAE dans leurs démarches visant à se développer commercialement et donc à relancer leurs activités dans un contexte de crise, ce qui permettra de pérenniser ou créer des emplois. Ceci entre entièrement dans le rôle et les missions du DLA.

<sup>2</sup> Etude [Résultats de l'enquête flash Covid-19 auprès des structures de l'insertion par l'activité économique](#), DARES, mai 2020 « 68 % des structures envisagent d'accentuer leurs efforts de démarchage commercial », p.6

<sup>3</sup> [Baromètre 2018 Impact des réseaux sociaux sur l'acte d'achat en B2B](#), Intuiti et La Poste Solutions Business, p.5

<sup>4</sup> [Online shopping before and after the Corona outbreak](#), étude Kantar et Detail Online, mars 2020, p. 2 – 5 et p.9

<sup>5</sup> Qu'est-ce que le marketing digital ? Si le marketing désigne « l'ensemble des actions visant à faciliter la rencontre entre l'offre et la demande », en développant une stratégie de produit, de prix, de distribution et de promotion, alors le marketing digital est « l'ensemble des actions marketing passant par un ou plusieurs canaux numériques [...] Il permet de décliner sa stratégie et d'approcher les consommateurs au travers des écrans » (OpenClassrooms). Il désigne notamment la production de contenus qualitatifs sur des supports digitaux (site internet, newsletter...), les campagnes de marketing par email, l'analyse des indicateurs propres aux supports digitaux...

### *Projet global et expérimentation dans les Hauts-de-France*

Dans ce contexte, l'Avisé et le CR DLA IAE souhaitent **développer des accompagnements collectifs DLA auprès de SIAE, au niveau national**, visant une **amélioration des pratiques de marketing digital** des structures bénéficiaires.

Le présent **projet d'accompagnement collectif auprès de SIAE dans les Hauts-de-France** est une **expérimentation qui constitue la première brique de ce projet global de développement d'accompagnements collectifs DLA au niveau national**. L'objectif est donc de tester cet accompagnement dans une région, puis, selon les résultats constatés, d'ajuster et d'essaimer cet accompagnement au niveau national.

Les Hauts-de-France sont la région test pour ce projet à la fois car il s'agit d'une des régions d'expérimentation de la Place de marché de l'inclusion, et car les chargé.e.s de mission DLA, aussi bien au niveau régional qu'au niveau départemental, ont fait part de leur intérêt pour ce projet d'accompagnement. Par ailleurs, la Région Hauts-de-France est une région propice au déploiement d'un tel accompagnement car elle soutient plus largement l'innovation et le développement numérique et social (via le plan de relance de la Région ou encore avec [le programme INS'pir](#))

Le **présent projet d'accompagnement collectif** est donc **co-porté conjointement par l'Avisé, le CR DLA IAE, le DLA régional des Hauts-de-France et les DLA départementaux des Hauts-de-France** (l'ensemble de ces entités étant désignée ci-dessous par « **les porteurs de l'accompagnement** »). Le projet est soutenu par l'Inter-Réseaux de l'Insertion par l'Activité Economique (IRIAE) Hauts-de-France, qui est par ailleurs la structure porteuse pour 2 DLA départementaux des Hauts-de-France. Le projet est également soutenu par le réseau national Chantier école.

Dans l'objectif d'essaimer cet accompagnement sur le marketing digital au niveau national, le présent projet d'accompagnement donnera lieu à de l'outillage réalisé par le CR DLA IAE.

### *Public cible pour cette expérimentation dans les Hauts-de-France*

Les cibles de cet accompagnement sont les SIAE de la région Hauts-de-France, ayant des activités relevant des secteurs de l'économie circulaire et/ou du nettoyage, secteurs pour lesquels l'enjeu du marketing digital semble particulièrement important et d'actualité.

L'intérêt de ces SIAE pour ce projet d'accompagnement DLA collectif sur le marketing digital a été testé et confirmé via un questionnaire qui a été envoyé par les chargé.e.s de mission DLA départementaux aux structures cibles de leurs départements, identifiées via une liste transmise par l'IRIAE Hauts-de-France. 30 SIAE ont répondu à ce questionnaire entre le 23/09 et le 06/10/2020. Sur ces 30 répondants, 26 ont indiqué être intéressés et prêts à dégager du temps pour participer à un accompagnement DLA collectif sur le marketing digital.

Ces structures ayant répondu positivement au questionnaire constituent donc une partie des bénéficiaires de cet accompagnement ; d'autres bénéficiaires pourront être des structures répondant aux critères énoncés ci-dessus, n'ayant pas répondu au questionnaire mais connues des chargé.e.s de mission DLA pour leurs besoins et intérêt sur ce sujet (ce qui constituerait une dizaine de structures supplémentaires maximum).

A priori, les participant.e.s au webinaire occuperaient des postes au sein des équipes permanentes, qui pourraient les amener à mettre directement en œuvre des stratégies de marketing digital : directeur.trice, chargé.e de développement commercial, chef.fe de projet...(ceci est à confirmer avec les structures participantes).

D'après le questionnaire réalisé, le niveau d'appropriation des outils numériques par les équipes permanentes des structures intéressées par l'accompagnement est très variable : de très faible à bon.

### Structuration de cette expérimentation dans les Hauts-de-France

Les porteurs de l'accompagnement font le constat que le **marketing digital n'est pas toujours un concept connu ni maîtrisé par les SIAE du territoire**. Ainsi, une **première étape nécessaire** est de **permettre aux structures cibles de cerner précisément ce que recouvre ce terme, de mieux comprendre les enjeux du marketing digital** pour elles et d'avoir une **première idée des actions de marketing digital qui seraient pertinentes et réalisables** pour elles, selon leur niveau de familiarité avec le marketing digital. La **première étape de cette expérimentation** consiste donc en un **webinaire sur le marketing digital**, à destination des cibles décrites ci-dessus. **Le présent cahier des charges porte sur ce webinaire (sa préparation, réalisation, et la conception d'outillage en découlant – ensemble désigné ci-dessous par « l'accompagnement »).**

Comme indiqué ci-dessus, **ce webinaire s'inscrit dans une expérimentation**, dont il est la **première étape**. La **seconde étape** sera la **mise en place d'ateliers de travail collectifs, à destination des cibles décrites ci-dessus**, qui sera prévue sur **janvier 2021**. Cette seconde étape fera l'objet d'un **cahier des charges spécifique**.

### Objectifs de l'accompagnement

L'objectif de ce webinaire est de **permettre aux structures cibles de cerner précisément ce que recouvre le marketing digital, de mieux comprendre les enjeux du marketing digital** pour elles, **et d'avoir une première idée des actions de marketing digital qui seraient pertinentes et réalisables pour elles**, selon leur niveau de familiarité avec le marketing digital.

### Contenu de l'accompagnement

L'accompagnement comprendra :

- La préparation du webinaire, incluant
  - un échange en visio-conférence avec les porteurs de l'accompagnement (1H maximum), permettant de cadrer au mieux, ensemble, le contenu et la méthodologie du webinaire
  - l'envoi du support de webinaire aux porteurs de l'accompagnement, en amont de la réalisation du webinaire, et l'intégration d'éventuelles modifications suite à d'éventuels retours par les porteurs de l'accompagnement
- La réalisation du webinaire. Les éléments clés à aborder lors de ce webinaire sont les suivants<sup>6</sup> :
  - La transformation digitale : éléments de définition
  - La transformation digitale pour les structures inclusives et spécifiquement pour les SIAE : les enjeux
  - Le marketing digital : éléments de définition
  - Le marketing digital pour les structures inclusives et spécifiquement pour les SIAE : les enjeux
  - Des exemples de bonnes pratiques de marketing digital par des structures inclusives (par exemple : communication digitale innovante sur les valeurs)
  - Quelles actions de marketing digital envisager pour vous, selon votre niveau de familiarité avec le marketing digital ?
- A la suite du webinaire :
  - La réalisation d'une fiche pratique, à destination des structures ayant participé au webinaire, comprenant la restitution des questions posées et réponses apportées lors du webinaire ainsi que des pistes d'actions et retours d'expérience complémentaires
  - Un temps d'échange avec les porteurs de l'accompagnement permettant d'échanger sur les points qui seront à approfondir à la suite de ce webinaire

<sup>6</sup> Le contenu du webinaire fera l'objet d'un échange entre les porteurs de l'accompagnement et le prestataire retenu et pourra être ajusté selon ses propositions.

### *Lieu et date de l'intervention*

Le webinaire aura lieu sur une date à définir entre le 23 et le 27 novembre 2020 (un créneau pressenti est le jeudi 26 novembre après-midi).

L'outil de visio-conférence utilisé sera fourni par les porteurs de l'accompagnement.

### *Méthodologie*

La conception du webinaire devra permettre un équilibre entre de l'information descendante et des temps de partage et d'interactivité.

Un temps conséquent (par exemple, la moitié du webinaire) devra être consacré à un échange sous forme de questions / réponses avec les participants au webinaire.

### *Coût de l'accompagnement*

Le budget maximal pour cet accompagnement est 1000 € TTC englobant tous les éléments décrits dans la sous-partie « Contenu de l'accompagnement ».

Cet accompagnement est financé par l'Avisé.

## **3. Modalités de l'offre**

### *Contenu de l'offre*

Le prestataire doit fournir une proposition écrite présentant les éléments suivants :

- Présentation de la compréhension des enjeux par le prestataire
- Proposition de contenu pour le webinaire
- Démarche et méthodologie mises en œuvre
- Proposition financière
- CV du ou des consultant.e.s
- Références du ou des consultant.e.s faisant état des compétences et connaissances détaillées dans la partie 4. Modalités de sélection

### *Modalités de remise*

La proposition devra être adressée à Diane Vanderstegen, chargée de mission CR DLA IAE à l'Avisé, par mail à l'adresse [diane.vanderstegen@avise.org](mailto:diane.vanderstegen@avise.org) au plus tard le 6 novembre 2020.

## **4. Modalités de sélection**

### *Critères de sélection*

Les compétences et connaissances recherchées pour cet accompagnement sont (les % indiqués correspondent au poids de ce critère dans la note finale) :

- Une très bonne connaissance des SIAE : 10%
- Une très bonne connaissance de la transformation digitale et de ses enjeux pour les structures inclusives et spécifiquement pour les SIAE : 15%
- Une très forte expertise en marketing digital et une très bonne connaissance de ses enjeux pour les structures inclusives et spécifiquement pour les SIAE : 25%
- De très fortes compétences pédagogiques (capacité à expliquer de façon simple des concepts complexes) : 25%
- Une expérience de l'animation de sessions collectives : 10%

Les autres critères de sélection sont (les % indiqués correspondent au poids de ce critère dans la note finale) :

- Une capacité à intervenir à distance (conditions matérielles, méthodologie d'animation adaptée...) : 5%

- Le respect des délais (de remise de la proposition, d'intervention) : 5%
- Le coût de la prestation (respect du budget) : 5%

Ces éléments constituent les critères de sélection des offres.

La sélection du prestataire sera réalisée conjointement par les porteurs de l'accompagnement.

Le prestataire peut contacter la chargée de mission CR DLA IAE par mail dans un premier temps s'il souhaite échanger de façon plus détaillée sur le présent cahier des charges. La chargée de mission s'engage à le.la rappeler pour en échanger de vive voix dans les plus brefs délais.

#### *Négociation des offres*

L'Avisé se réserve le droit de négocier les offres, si elle juge que les premières offres remises ne lui permettent pas d'attribuer le marché. En outre, l'Avisé se réserve le droit, durant les négociations, de demander aux soumissionnaires de corriger d'éventuelles irrégularités, le cas échéant substantielles, dont seraient entachées leurs offres non finales. En cas de négociation sur un aspect du marché, l'Avisé en informera l'ensemble des soumissionnaires et leur permettra de remettre une offre adaptée, le cas échéant.

#### *Date de notification*

Le prestataire retenu sera notifié au plus tard le lundi 16 novembre 2020.

## **5. Convention et bilan**

Une fois le prestataire informé qu'il a été retenu pour cet accompagnement, une convention sera signée entre l'organisme retenu et l'Avisé.

Le prestataire, en se positionnant sur l'appel à compétence ci-dessus prend note des éléments administratifs de suivi dont il devra faire retour aux porteurs de l'accompagnement à la clôture de la mission, à savoir :

- Fournir les outils produits lors de l'accompagnement (pour exemple : support d'intervention, modèles de documents ou d'outils, cas pratiques proposés, etc.)
- Etablir une grille d'évaluation du webinaire par les participants.

La réalisation de cette mission est cofinancée par le Fonds social européen, dans le cadre du Programme Opérationnel National 2014/2020 « Emploi et Inclusion ». En conséquence, le prestataire retenu devra respecter certaines obligations liées à l'utilisation des Fonds structurels conformément aux prescriptions de la législation, à savoir :

- Formaliser un rapport final comportant les logos des financeurs de la mission et notamment la participation du FSE. Le bilan fourni de la mission apportera des précisions sur le déroulement de la mission et rendra compte des modalités de l'intervention et de ses résultats, des points de blocage ou des difficultés éventuellement rencontrés.
- Veiller à faire figurer le logo du FSE sur la totalité des pièces et celui de l'Avisé et du DLA sur toutes les pièces ayant une fonction de communication (rapports, supports de présentation, ...).

La mission sera évaluée au moyen d'indicateurs tels que le respect du cahier des charges, des délais, la disponibilité, l'adaptabilité, la qualité du contact et des échanges, des résultats obtenus notamment en terme du degré d'appropriation par les structures, le réalisme des préconisations...