

# Gestion des communautés

## L'animation NEOMA ALUMNI



**Le présent Club est mis à votre disposition par l'association des diplômés NEOMA Alumni et s'adresse à l'ensemble des diplômés prenant part à l'animation du réseau.**

**L'Association est un lieu d'échanges privilégiés entre les Alumni, leurs entreprises, leur Ecole et son environnement.**

**Elle s'est fixée les objectifs suivants :**

- ▶ **La défense, la valorisation et l'enrichissement de notre "capital intellectuel commun"**, le diplôme, en synergie avec la Direction de l'Ecole, et en cohérence avec le plan de développement du Groupe NEOMA Business School.
- ▶ **La promotion de la marque NEOMA Business School,**
- ▶ **La valorisation du savoir-faire des diplômés auprès des entreprises,**
- ▶ **L'accompagnement de l'évolution de carrière** des diplômés, tant dans le cadre de leur premier emploi qu'au cours de leur vie professionnelle,
- ▶ **L'animation de réseaux** intra et inter programmes et promotions.

**NEOMA Alumni est organisée autour d'un Conseil d'Administration composé d'Alumni élus.** L'Association est le premier interlocuteur des diplômés et demeure indépendante de NEOMA Business School dans son fonctionnement et son développement, même si elle conserve des liens privilégiés.

## Guide de l'animateur

Vous trouverez ci-dessous un petit guide qui répondra à la majorité de vos questions et vous permettra ainsi d'animer au mieux vos communautés.

### POURQUOI DES COMMUNAUTES ?

**Se retrouver : par zone géographique, par intérêt commun, par affinités:**

- ▶ les communautés régionales ([liste](#))
- ▶ les communautés internationales ([liste](#))
- ▶ les réunions de promotions : Anniversaires ([en savoir plus](#))

**Contribuer à développer le réseau : regroupements, extensions, relations**

- ▶ les clubs professionnels ([liste](#))
- ▶ les représentants au sein d'entreprise : Firm Management ([liste](#))
- ▶ le CareeR Center ([en savoir plus](#))

**S'informer, se former, se détendre**

- ▶ les communautés loisirs & culture ([liste](#))

**Développer l'Association par ses actions et sa participation à la vie des communautés d'Alumni.**

### COMMENT S'ORGANISE UNE COMMUNAUTE ?

- ▶ Rejoindre une communauté
- ▶ Animer une communauté
- ▶ Créer une communauté
- ▶ Le suivi d'une communauté

[Cliquez ICI](#)

### L'ACTIVITE DES COMMUNAUTES :

- ▶ Comment les animer?
- ▶ Qu'est-ce qu'un évènement?
- ▶ Et comment l'organiser?

[Cliquez ICI](#)

### LES COMMUNICATIONS

[Télécharger le didactel des outils animateurs](#)

- ▶ Newsletter & E-mailing
- ▶ Site internet : mise en ligne évènements, articles, actualité
- ▶ Les réseaux sociaux
- ▶ NEOMA Alumni Review : les comptes rendus d'évènements & les photos
- ▶ Le guide des relations presse

[Cliquez ICI](#)

## FINANCEMENT ?

- ▶ Autofinancement
- ▶ Financement exceptionnel de l'association
- ▶ Challenge des animateurs
- ▶ Sponsors
- ▶ Comptabilité

[Cliquez ICI](#)

## LES INTERACTIONS :

- ▶ Quelles interactions avec NEOMA Business School?
- ▶ Quelles interactions avec le Centre CarriER®?
- ▶ L'inter-clubs
- ▶ L'inter-réseaux

[Cliquez ICI](#)

## LES EVENEMENTS EXCEPTIONNELS :

- ▶ La rentrée des tribus ([en savoir plus](#))
- ▶ L'université d'été ([en savoir plus](#))

## VOS INTERLOCUTEURS

Déléguée réseau : **Marion Morato**  
[delegue-reseau@neoma-alumni.com](mailto:delegue-reseau@neoma-alumni.com)

Chargé de Mission : **Mathieu Chérubin**  
[mathieu.cherubin@neoma-alumni.com](mailto:mathieu.cherubin@neoma-alumni.com)

## Comment s'organise une communauté ?

### • REJOINDRE UNE COMMUNAUTE :

Chaque Alumni désireux de rejoindre une communauté peut le faire via le site web de l'Association en se connectant sous ses identifiants et **en cliquant sur "devenir membre"** dans la [liste des clubs et tribus existants](#).

Les animateurs intégreront dès lors l'Alumni à leurs communications afin que celui-ci puisse **prendre connaissance des évènements organisés par la communauté**.

### • ANIMER UNE COMMUNAUTE :

Chaque communauté est animée par plusieurs personnes en charge de **l'organisation des différents évènements, de la communication, des relations avec l'Association et avec l'école**.

Ces animateurs sont également les **référénts des membres de la communauté** dont ils ont la charge.

Il est crucial que chaque communauté soit **animée par plusieurs personnes afin que son bon fonctionnement et sa pérennité soient assurés**.

### • CREER UNE COMMUNAUTE :

Si des Alumni désirent créer leur propre communauté, ils peuvent [soumettre leur idée à l'Association](#) qui les aidera à la mettre en place après avoir étudié la **pertinence de la thématique** et la **cible des diplômés potentiellement intéressés** par l'activité de cette nouvelle communauté.

**Toute création de communauté doit être soumise à l'Association.**

### • LE SUIVI D'UNE COMMUNAUTE :

Afin de pouvoir **bénéficier des meilleures pratiques de chaque communauté** et de communiquer sur les réalisations de celles-ci, il est demandé aux animateurs de communautés d'**informer régulièrement l'Association des évènements, réalisations et évolutions des communautés**.

Une présentation et un bilan des communautés Alumni seront publiés chaque année afin de présenter celles-ci à l'ensemble des Alumnis, actuels et futurs.

## Les activités d'une communauté

### COMMENT ANIMER UNE COMMUNAUTE ?

**Une communauté existe et vit à travers ses membres et s'organise via ses animateurs.**

Les interactions entre un Alumni et une communauté peuvent être variées: newsletter, participation à un évènement, l'échange direct avec les autres membres etc.

**L'animation passe par l'organisation d'évènements et de rencontres, l'aide aux Alumni** (lors de l'installation dans un nouveau pays par exemple), **l'animation sur les réseaux sociaux** etc.

### QU'EST-CE QU'UN EVENEMENT ?

**Un "évènement" est une occasion pour les Alumni d'une même communauté de se rencontrer.** Cela peut prendre la forme d'un dîner, d'une conférence ou même d'une simple rencontre autour d'un verre.

L'évènement est un moment privilégié dans la vie d'une communauté et il est crucial de pouvoir en proposer au moins un par trimestre.

**La seule règle immuable : prendre toujours un moment pour faire du Networking !**

### Exemples d'évènements (liste non exhaustive):

- Conférence autour d'un thème spécifique avec intervenant
- Atelier de développement de compétences
- Réunion informelle
- Dîner au restaurant
- Cocktail / Cocktail dînatoire
- Sortie sportive (course, golf, voile, karting, etc.) ou culturelle (visite musée, concert, théâtre, etc.)
- Soirée dégustation (oenologie, fromages, produits bios, etc.)
- After Work
- Evènement de prestige
- etc.

**Jouez la diversité !....**

### ET COMMENT L'ORGANISER ?

**Une fois la nature de l'évènement décidée, les points clés de l'organisation de celui-ci sont : la date, l'heure, le lieu, le thème, le ou les intervenant(s) (optionnel), le prix (si payant), les modalités d'inscription.**

• **La date :**

**Il est clé de prévoir la date de son évènement suffisamment en avance afin de :**

- s'assurer de la **disponibilité du lieu**

- s'assurer de la **disponibilité de l'intervenant**
- s'assurer de la **disponibilité des membres** (éviter les périodes de vacances scolaires)
- éviter qu'il s'organise 2 évènements le même soir
- pouvoir communiquer efficacement en amont (**3 semaines minimum**)

*Privilégier les mardi et jeudi pour les rencontres des Clubs, les vendredi et samedi pour les anniversaires de Promo (pour faciliter la venue des Alumnis ne résidant pas à Paris)*

#### • L'heure :

##### **A définir en fonction du type d'évènement et de la culture de la communauté**

- Penser à donner rendez-vous 1/2 heure avant le début d'une intervention afin d'éviter les trop nombreux retards.
- Éviter les rendez-vous en semaine avant 19H, les diplômés sortant rarement plus tôt de leur travail
- Minuter bien vos conférences et leurs interventions en soirée (surtout à l'heure du repas)
- Penser à donner une heure de fin lorsque c'est possible
- etc.

#### • Le lieu :

Il faut veiller à :

- **l'adapter en fonction de la nature de l'évènement** (par ex: privilégier un bar pour un cocktail plutôt qu'une salle de conférence)
- s'assurer de son **accessibilité pour les membres** (par ex: éviter de prévoir un évènement dans un lieu difficile d'accès en transport en commun)
- **varier les lieux**
- adapter les **lieux en fonction du nombre** de membres attendus
- profiter des lieux créés, dirigés par des Alumnis
- ne pas hésiter à contacter l'Association pour des idées de lieux

Télécharger la liste des lieux ayant déjà accueilli nos rendez-vous.

#### • Le thème :

Un évènement peut ou non faire l'objet d'une thématique particulière mais plus de diplômés s'y rendront si c'est le cas.

**Un thème trop large n'attirera pas plus de monde qu'un thème trop spécialisé. L'idéal est de trouver un juste milieu.**

#### • Les intervenants :

Ils peuvent être Alumni ou non.

**Leur prestation est bénévole** la plupart du temps (partage d'expertise, contribution au réseau, promotion indirecte d'une entreprise ou d'un produit). Un cadeau peut être prévu en remerciement (Bouteille de Champagne, Chocolats, Fleurs...).

Si une compensation financière doit être envisagée (selon la prestation), elle doit faire l'objet d'une facture et entrera dans le budget prévu pour l'évènement.

- **Le prix et le moyen de règlement :**

Un évènement **gratuit aura plus d'inscrits mais sera également victime d'un no-show** relativement important.

Il ne faut **pas avoir peur de rendre un évènement payant** (même 5€) afin que les inscrits se sentent **plus engagés** à bien s'y rendre.

**Il est par ailleurs important de remercier les adhérents de l'association en mettant en place un tarif privilégié de manière automatique** (même une différence de 5€ est significative).

Exemple : Adhérents gratuit / Non adhérents 5€ ou adhérents 10€ / non adhérents 25€.

**Ce biais permet indirectement de faire la promotion de l'adhésion à NEOMA Alumni.** Il est par ailleurs possible d'appliquer des tarifs étudiant / diplômé / couple / extérieur tous différents.

En cas d'évènement payant (cocktail, dîner etc.) nécessitant une participation de chaque inscrit, il est important de bien **adapter le prix à son public**, un prix prohibitif pouvant décourager certains Alumni et/ou élèves de participer à l'évènement. Ne surtout pas hésiter à **sonder les Alumni avant de définir un prix** ou à contacter l'Association pour **connaître les prix des précédents évènements**.

En cas d'afterwork ou autre évènement où chaque inscrit paiera ses propres consommations, ne pas hésiter à **communiquer sur le montant** des consommations, et, en fonction du nombre de personnes attendues, de **négoier les tarifs avec le prestataire**.

- **Les modalités d'inscription :**

Notre plateforme internet et son agenda permettent de mettre vos évènements en ligne et d'y **ouvrir les inscriptions**, qu'elles soient celles de diplômés ou d'extérieurs. **C'est l'option la plus pratique** car elle ne nécessite aucune gestion de liste des inscrits de votre part.

**Ces inscriptions en ligne peuvent être gratuites et/ou payantes** en fonction des différents statuts des participants mentionnés plus haut. Vous avez par ailleurs accès à cette liste à partir de vos comptes animateurs quand vous souhaitez suivre l'évolution des inscriptions.

Il est possible de déterminer une **date limite d'inscription** (par défaut le jour de l'évènement) et un **nombre maximum d'inscrits**.

# Gestion des Communications

## Comment communiquer autour de la communauté et de ses évènements ?

[Télécharger le didactel des outils animateurs](#)

### NEWSLETTER & E-MAILINGS

#### • Newsletter mensuelle

La newsletter mensuelle arrive **le 1er de chaque mois dans les boîtes mails de tous les diplômés et étudiants du réseau** et **annonce tous les évènements du mois à venir. C'est la première et la plus large des communications** et elle permet à chaque Alumni d'avoir un aperçu global des rendez-vous du réseau, de choisir les manifestations qui l'intéressent et de les rentrer dans son agenda. **Il est donc vivement conseillé de nous informer de l'organisation de vos rendez-vous réseau avant la fin du mois précédent afin de bénéficier de cette large publication.**

#### • E-Mailing sur les membres de la communauté

Après la newsletter mensuelle envoyée sur tout le réseau, **l'e-mailing est souvent le premier outil de communication** des animateurs responsables d'une communauté. La mailing list est mise en place par adhésion spontanée de l'Alumni à une communauté ou par l'appartenance à une fonction, un secteur d'activité ou une promo ciblée.

**Tout e-mailing peut être envoyé directement par l'intermédiaire du site grâce à vos accès animateurs.**

L'adresse expéditeur en sera l'adresse institutionnelle xxxxxxxxx@neoma-alumni.com, et permettra aux animateurs de recevoir directement les réponses des diplômés.

**Cet outil permet une mise à jour quotidienne des membres et adresses email** sachant qu'il utilise la base de données en ligne de l'association.

**Ces messages ont pour but de tenir informés les membres de la communauté de l'actualité du club ou de la tribu :**

- invitations aux évènements à venir,
- actualités extérieures pouvant servir au membres,
- opportunités à saisir
- sondage,
- offres d'emploi,
- nominations,
- etc.

**Il est conseillé d'envoyer des emailings de façon régulière, le rythme dépendant de l'actualité, afin de conserver un lien entre l'Alumni et la communauté. Au minimum un envoi doit être effectué par trimestre.** Il est également important de ne pas surcharger les communications (trop d'informations dans un seul message) ou qu'elles soient trop nombreuses (risque de désabonnement).



## LE SITE INTERNET WWW.NEOMA-ALUMNI.COM

### • Vos espaces dédiés :

Chaque communauté possède son propre espace sur notre site internet que ses animateurs responsables peuvent gérer. C'est également à cet endroit que se trouve l'accès à leurs outils animateurs.

#### Cet plateforme comprend :

- Une **présentation générale de la communauté**, ses ambitions, ses intérêts, ses projets, ses animateurs.
- Un **agenda calendrier** qui présente vos évènements et actualités.
- Un espace de **publication d'articles**.
- La possibilité d'affichage d'un **sondage**
- La possibilité d'affichage d'**offres d'emploi** lorsque la communauté est liée à un secteur d'activité ou une fonction.

**A vous de rendre cet espace vivant en veillant à l'actualisation de ses informations et en renvoyant vos membres sur ces pages lorsque c'est nécessaire.**

### • Mise en ligne des évènements :

Si vous souhaitez que votre animation rayonne le plus largement possible, mettez vos évènements en ligne le plus tôt possible. **Après validation par nos soins, ils apparaîtront ainsi sur votre espace dédié mais également sur l'agenda général du site.**

Un évènement est un rendez-vous organisé ou co-organisé par la communauté ou un rendez-vous mis en place par une organisation extérieur mais auquel les diplômés sont invités à se retrouver.

### • Mise en ligne d'actualités :

#### Qu'est-ce qu'une actualité ?

Une actualité, contrairement à un article, est un message rapide et succinct.

Les premières actualités d'une communauté sont les **comptes rendus de ses évènements** (si possible avec photo) lorsque celui-ci ne se transforme pas en article de fond.

Mais au-delà des rendez-vous réseau, les animateurs peuvent aussi souhaiter **communiquer sur des sujets ou des opportunités sensibles pour ses membres**. Ce format est fait pour ça !

**Une actualité s'affiche à sa date de création dans l'agenda du club ou de la tribu ainsi que sur l'agenda général.**

### • Mise en ligne d'articles :

Lorsqu'un compte-rendu ou une thématique de fond vont plus loin, sont plus poussés, il prennent alors la forme d'articles.

**A noter que toute mise en ligne (événement, actualité, article) peut être sujet à emailing et publication sur les réseaux sociaux.**

## LES RESEAUX SOCIAUX

### Groupes et pages NEOMA Alumni

A ce jour, NEOMA Alumni gère plusieurs groupes et pages réunissant un très grand nombre de diplômés. Certains d'entre eux n'étant pas à jour de leurs coordonnées sur notre base de données, la communication sur les réseaux sociaux est tout à fait complémentaire afin d'**accroître la visibilité de vos événements et de fédérer les diplômés autour des problématiques et sujets abordés par votre communauté**. De plus, selon les habitudes de chacun, fréquence de consultation de sa boîte mail ou de connexion aux réseaux sociaux, il n'est pas inutile de **multiplier les moyens de communication**.

#### **LinkedIn :**

[NEOMA ALUMNI](#) : environ 12 000 membres

#### **Facebook :**

[NEOMA Alumni](#) : environ 3500 Likes

### Groupes et pages Communautés

Certains de nos clubs et tribus ont par ailleurs **opté pour la création de groupes et de pages directement au nom de leur communauté**. Attention de bien veiller à ce que le nom comporte bien la marque NEOMA Alumni. C'est à chacun de juger de la pertinence de cette création, sachant qu'il vous sera demandé de nommer Mathieu Chérubin (Chargé de mission) et/ou Marion Morato (déléguée réseau) en tant qu'administrateurs de ces groupes ou pages en plus de vous.

## NEOMA ALUMNI REVIEW

**La revue des diplômés est éditée 4 fois par an et témoigne de l'activité du réseau et de l'expertise de ses diplômés.**

**C'est une vitrine qui peut vous permettre de faire la promotion de vos clubs ou tribus** à travers vos comptes rendus d'événements, vos projets ou la rédaction d'articles de fond relatif aux thématiques que vous abordez et à vos connaissances spécifiques ou celles de vos membres.

## LE GUIDE DES RELATIONS PRESSE

[Télécharger le document](#)

# Les différents moyens de financement des communautés et de leurs évènements

## AUTOFINANCEMENT

Dans la grande majorité des cas, **les activités de la communauté doivent être autofinancées.**

Le coût total d'un évènement doit être **compensé par le montant perçu des participations des diplômés inscrits.**

Pensez à établir une **différence entre les tarifs de participation des adhérents ou non adhérents** à l'association.

**La gratuité d'un évènement est tout à fait possible son organisation n'engendre aucun frais.**

Exemple : Frais à la charge de chacun le soir même / sorties type restaurant, happy hour, etc.

Voici les différents coûts auxquels il faut penser :

### Le lieu :

#### ► Restaurants/bars/pubs :

Plusieurs établissements (peuvent accepter de **privatiser une partie de leur espace gratuitement** afin de recevoir vos réunions dans un cadre moins formel. La seule condition étant la **consommation des diplômés sur place.**

Vous trouverez la liste des lieux parisiens ayant déjà été testés sur le lien suivant : Cliquez [ICI](#)

*J'invite par ailleurs les animateurs des tribus régionales & internationales de nous indiquer leurs adresses afin que nous réalisions cette même liste par villes françaises et par pays.*

#### ► Les campus ou institutions

Les **campus de Reims et Rouen** peuvent accueillir gratuitement vos rendez-vous en particulier s'ils s'adressent également aux étudiants. Les anniversaires de promo y sont également les bienvenus.

**Le Paris Executive Campus met gratuitement à disposition ses salles pour les rendez-vous des communautés NEOMA Alumni** (si elles sont disponibles).

Plusieurs formats de salles sont possibles avec accès internet wifi :

- Amphi de 34 à 40 places environ au 2nd et 3eme étage (vidéoprojecteur)
- Amphi de 54 à 70 places au RdC (vidéoprojecteur)
- Amphi de 100 à 120 places au RdC (vidéoprojecteur)
- Salles de formation de 20 à 25 places au RdC

**En région ou à l'étranger, les campus ou institutions des partenaires de l'école** peuvent également être de bons hôtes dans une animation ouverte à leurs étudiants ou membres.

Certaines entreprises (tenues par des diplômés ou dans lesquelles une forte population de diplômés travaille) peuvent accepter de recevoir un évènement (ex : visite de site, présentation de l'entreprise, partenariat, etc.)

► Vous avez bien entendu la possibilité de **louer d'autres espaces de votre choix** si ce budget est bien pris en compte dans les frais de participation des inscrits.

## Le traiteur

► Lorsque vos événements se déroulent au Paris Executif Campus parisien, nous avons l'habitude de travailler avec un **traiteur particulier (le concurrent gourmand)** dont voici le tarif :

► Cocktail de **12 pièces sucrées/salées par personne + soft : 13€ / personne**  
Marion et Mathieu peuvent passer la commande et l'association directement régler la facture une fois les participants inscrits en ligne.

► Vous êtes naturellement libre de choisir un **autre prestataire si votre budget le permet.**

## Les intervenants

► La plupart des **interventions sont bénévoles** mais il peut vous arriver de solliciter un expert (conférence/atelier) qu'il vous faudra rémunérer. Attention à bien faire **éditer une facture pour sa prestation.**

► Les petits **cadeaux de remerciements** (bouteille de Champagne ou de vin, Chocolats, Fleurs) peuvent également être envisagés et sont en général du plus bel effet. Attention de les intégrer à votre budget.

## Le Champagne

► Grâce à **notre partenariat privilégié avec Henriot**, nous bénéficions de tarifs privilégiés pour les commandes de Champagne. Ne pas hésitez à passer par nous lorsque vous souhaitez agrémenter votre événement de quelques bulles.

Contact : Alexandra Chauvin ([delegue-annuaire@neoma-alumni.com](mailto:delegue-annuaire@neoma-alumni.com))

► Le prix est de **17€ / bouteille soit un coût de 3€40 par personne** pour une coupe.

Si votre événement a lieu au Paris Executive Campus, un stock de bouteille se trouve généralement sur place, la commande ne sera donc pas nécessaire mais le montant sera pris en compte sur le budget de l'évènement.

## Autres prestations

**Vous êtes bien entendu libres de faire appel à toutes autres prestations de votre choix à partir du moment où l'équilibre de votre budget est atteint.**

## FINANCEMENT EXCEPTIONNEL DE L'ASSOCIATION

► Il vous est possible, en cas d'**événement exceptionnel**, de solliciter un financement auprès de l'association.

Pour cela, veiller à bien **nous décrire votre projet et les coûts qui y sont associés.**

► Vous devez alors **soumettre votre demande à Marion et/ou Mathieu** qui la feront valider par le conseil d'administration.

## CHALLENGE DES ANIMATEURS

### Qu'est-ce que le Challenge des Animateurs ?

**Petite compétition amicale entre les équipes d'animation** de nos différents clubs et tribus, l'**objectif en est de toujours améliorer le fonctionnement, l'intérêt, la qualité et le nombre des manifestations organisées pour une meilleure animation du réseau.**

### Les différents prix :

Vous trouverez ci-dessous les diverses catégories pour lesquelles NEOMA Alumni récompense ses communautés :

► **PRIX Meilleure promotion de l'association :**

Il est important, lors de vos communications ou événements de faire la promotion de l'association et de ses services. Les appels à adhésions sont encouragés.

► **PRIX Régularité de l'animation**

Des communications et des événements réguliers favorisent la fidélité des membres d'une communauté.

► **PRIX Nombre de participants**

Un nombre de participants importants sur un certain nombre d'évènement est le signe d'un bel intérêt pour les activités et sujets abordés.

► **PRIX Originalité et diversité**

Osez la variété et l'inédit ! Les participants seront ravis de tenter l'aventure !

► **PRIX Utilisation des outils & Communication**

L'association a beaucoup investi dans le développement de vos outils animateurs, utilisez-les !

En particulier la mise en ligne des événements et comptes rendus ainsi que la communication emailing à partir du site.

► **PRIX Partenariat Inter-réseau**

L'animation du réseau NEOMA Alumni est une chose essentielle, mais nous sommes également conscients de la richesse des échanges inter-réseaux.

► **PRIX Mises à jour et perdus de vue**

La mise à jour constante de la base de données des diplômés est la tâche la plus importante concernant la pérennité de l'association et de ses activités. Recueillir les coordonnées des diplômés de votre communauté et inciter vos membres à se mettre à jour en ligne fait partie de votre rôle d'animateur.

► **PRIX Aide à la recherche d'emplois**

La transmission des offres d'emplois, les conseils avisés aux diplômés et la mise en relation professionnelle sont une clé du réseautage.

► **PRIX Nombre d'évènements**

A battre, les 17 événements sur 2013 de notre tribu Australie !

► **3 PRIX "ESPOIR" :**

Certaines communautés montrent un enthousiasme et une ambition dignes d'être encouragés.

► **1 PRIX "SPECIAL"**

Prix "coup de cœur" ou récompense pour un critère non défini ci-dessus.

## L'utilisation des prix remportés

- ▶ L'association attribue un **montant de 1000€** (ou 500€ pour les prix "espoir") pour chaque prix remporté.  
Cette somme est portée au crédit de la tribu ou du club en question et doit **être utiliser à bon escient pour l'animation dans l'année**. Un budget non dépensé ne sera pas reporter sur l'année suivante.
- ▶ La dépense d'une part ou de la totalité d'un prix doit être **soumis à validation** du bureau.

## SPONSORS & PARTENARIATS

- ▶ Les tribus les plus matures font **financer les événements par des partenaires**.
- ▶ Le réseau des diplômés peut être un **support médiatique de promotion** pour des partenaires ou intervenants :
  - le site
  - les communications emailing
  - l'événement lui-même
  - la revue papier
  - les réseaux sociaux
  - etc.
- ▶ **les goodies**
- ▶ ... ne pas hésiter à être innovant

## COMPTABILITE

### Règlement direct par l'association

- ▶ De manière générale, l'association ne sort pas de sommes qui ne soient préalablement rentrées (hors financement exceptionnel et prix challenge des animateurs). Si un acompte est nécessaire, il faut veiller à ce que les **inscriptions aient été réalisées en amont**.
- ▶ **Tout paiement de l'association est réalisé sur facture par virement bancaire**. Demandez à vos prestataires de les éditer et de **ne pas oublier leur RIB/IBAN** pour que le règlement puisse être réalisé au plus tôt.

### Règlement des notes de frais

- ▶ Un animateur peut décider d'avancer les frais d'un évènement, selon son montant et les modalités de l'organisation du rendez-vous et demander à être remboursé par l'association.
- ▶ **Attention : 3 choses indispensables doivent alors nous parvenir**
  - nous fournir les **factures/justificatifs de paiement originaux**
  - **compléter, dater et signer** le modèle de note de frais [téléchargeable ICI](#).
  - ne pas oublier de nous **transmettre votre RIB/IBAN**

## Les interactions qui vont enrichir l'activité de votre communauté

### QUELLES INTERACTIONS AVEC NEOMA BUSINESS SCHOOL?

#### Intégration des étudiants

**NEOMA Alumni intègre les étudiants dans sa base de données annuelle dès la première année de scolarité.**

Ils sont amenés à mettre à jour leur profil en ligne (coordonnées/activité professionnelle / stage) et ont accès à l'annuaire en ligne et aux offres d'emplois et de stages.

**Cette intégration leur permet également de recevoir les communications telles que la newsletter et de devenir membre des communautés de l'association selon leurs intérêts. Ils reçoivent ainsi les invitations aux événements et peuvent progressivement prendre la mesure du réseau qui est le leur.**

#### L'échange entre diplômés et étudiants est fondamental.

Il s'effectue aujourd'hui autour des **rencontres sur les campus** (interventions de diplômés en cours, forum, conférences passerelles pour Reims et Débat & Vous pour Rouen) mais également autour de **voyages d'étudiants à l'étranger avec des rendez-vous organisés conjointement par l'école et nos tribus internationales**. Le **Gala de l'école est également une occasion de partages et de rencontres** avec une première partie cocktail à laquelle les diplômés sont conviés.

**L'Association travaille avec les équipes pédagogiques et administratives de l'école afin d'améliorer la visibilité des diplômés, de l'Association et des communautés auprès des étudiants.**

**N'hésitez pas à prendre contact avec un membre de l'équipe pédagogique de l'école pour organiser des rencontres ou des conférences**, contactez l'Association en amont qui vous accompagnera dans cette prise de contact.

### QUELLES INTERACTIONS AVEC LE CAREER CENTER®?

**Le CareeR CenteR® est un centre d'expertise NEOMA ALUMNI dédié à l'accompagnement du diplômé sur la problématique de l'insertion professionnelle et la dynamique de carrière.**

Dans ce cadre, **les animateurs des communautés sont les Ambassadeurs du CareeR CenteR®** et toutes les communautés ont un rôle important à jouer pour :

- ▶ **faire connaître** l'existence du CareeR CenteR®
- ▶ **promouvoir ses actions et proposer ses services** auprès des membres de la communauté qui en auraient besoin
- ▶ **communiquer les offres** de stages, VIE, apprentissage, offres d'emploi, y compris celles du "marché caché", **afin de les diffuser via le site de NEOMA Alumni.**
- ▶ proposer à ses membres de **devenir Parrain/Conseiller** auprès des Alumni
- ▶ **servir de relais** entre les membres de la communauté et le CareeR CenteR®

Le détail des services du Centre Carrière® est disponible sur le lien suivant :  
[Cliquez ICI](#)

## L'INTER-CLUBS

Il arrive régulièrement à certaines **thématiques de réunion d'être transversales à deux communautés**. Dans ces cas-là, il est vraiment **pertinent de communiquer sur les deux cibles désignées**, voire de **coorganiser ensemble** l'évènement.

**N'hésitez donc pas à solliciter vos homologues afin d'enrichir vos manifestations et d'élargir le public intéressé.**

## L'INTER-RESEAUX

L'animation interne au réseau NEOMA Alumni est une chose essentielle, mais nous sommes également conscients de la richesse des échanges inter-réseaux.

- ▶ La possibilité de **créer des partenariats inter grandes écoles**, comme c'est déjà le cas pour nos clubs RH et Digital & Technologie (G9+), ou pour les tribus Midi-Pyrénées et Australie, doit être considérée comme prometteuse.
- ▶ Cette animation inter réseau peut **compléter une activité NEOMA ALUMNI déjà existante** pour multiplier les rendez-vous networking, et l'enrichir avec des expertises extérieures.
- ▶ C'est également une bonne solution lorsqu'une communauté a peu de membres, cela permet de **mutualiser les moyens et de permettre une animation active même aux communautés les moins fréquentées.**