

COMMUNICATION & VISIBILITÉ : comment mieux faire connaître le modèle mandataire ?



Public(s).

NOU SOMMES PUBLIC(S)

Public(s) est un **do-tank** au **cœur d'une communauté d'acteurs de premier rang**, engagé dans la **création d'expériences et d'outils innovants pour des alliances inédites entre les territoires et la société.**

Public(s) développe des activités de **CONSEIL COLLABORATIF** : un format hybride novateur mixant étude (stratégie), formation, co-conception et communication dédiées aux transitions et aux transformations de notre société.

Dans un monde et une époque marqués par **de grandes incertitudes et soumis à d'inévitables désordres**, dans lequel **les territoires, les entreprises, les associations et la société civile se sentent de plus en plus vulnérables**, Public(s) aborde **les enjeux de société en mobilisant et développant des stratégies de communication et des outils adaptés à votre contexte et vos cibles.**

WWW.NOUSO
MMES
PUBLICS
.COM



Communication à impact

Nous déployons des dispositifs de communication à impact, conçus non comme des vitrines mais comme des catalyseurs. Publications, récits, productions visuelles ou audiovisuelles, événements publics, conférences, expositions : chaque format est pensé pour renforcer l'appropriation, stimuler l'intelligence collective, activer la transmission.

Formation & coaching

L'engagement ne se décrète pas, il se construit. Pour affronter la complexité du réel, nous avons mis en place des formations exigeantes et utiles.

Notre offre repose sur une approche pédagogique active, fondée sur le partage d'expérience. Elle mobilise des intervenants reconnus dans leurs domaines et s'appuie sur des cas concrets issus de notre pratique de terrain.

La méthode.

PUBLIC(S) x FMF

Début d'année 2024, l'Agence Public(s) a assuré l'élaboration d'une stratégie de communication pour le compte de FMF.

Les fondamentaux de la démarche :

- Etude de contexte ;
- «Audit» global ;
- Animer un groupe de travail ;
- Immersions au sein de structures mandataire ;
- Benchmark ;
- Un plan de communication pour FMF ;
- Un plan de communication pour les adhérents FMF ;
- Des outils en marque blanche ;
- Tester le plan de communication en accompagnant 3 structures mandataire pilotes,



FOCUS STRATEGIE :

- Cibles
- Objectifs
- Messages clés
- Plan d'actions



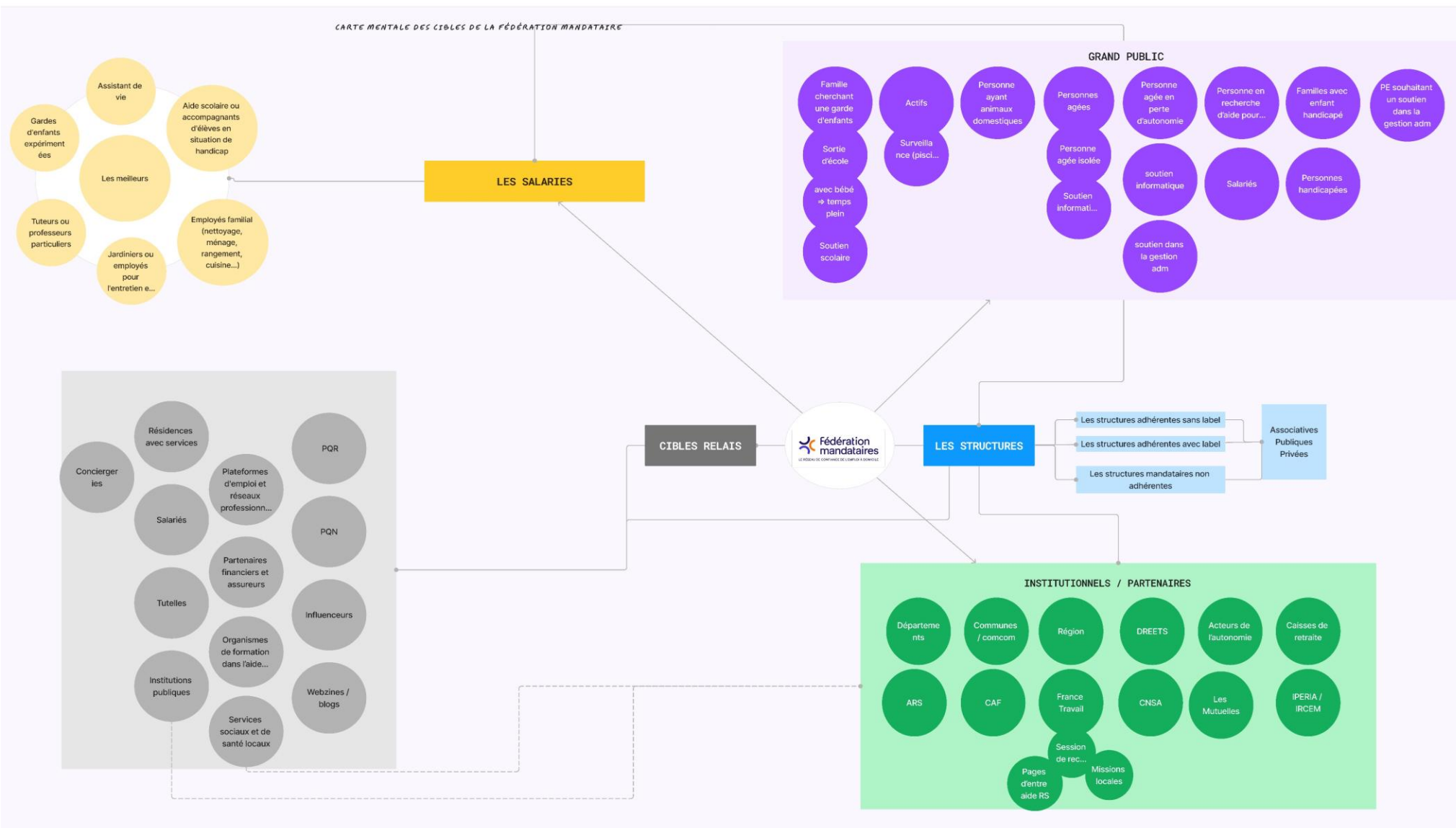
Les enjeux du ciblage

Le ciblage est essentiel pour maximiser l'efficacité, réduire les coûts, améliorer le retour sur « investissement », personnaliser les communications, renforcer la compétitivité et stimuler la croissance de la structure en répondant de manière précise aux besoins et aux préférences des cibles.

Les défis :

- L'hétérogénéité du ciblage relative à la largeur du spectre d'intervention : personnes âgées, handicaps, familles, actifs...
- La difficulté à communiquer sur des segments de cible si large comme les familles qui ont des besoins différents les uns des autres et qui enveloppe plusieurs offres de services des structures.
- Le développement et l'analyse de partenariats avec des cibles institutionnelles présente plusieurs enjeux de communication et de marketing importants, notamment le renforcement de la crédibilité et de la réputation,
- Il y a un fort enjeu de notoriété : trouver l'ensemble des cibles relais qui sont essentielles pour structurer un plan d'action qui touche toutes les cibles visées par la structure. Cela vous permet d'optimiser l'utilisation de vos ressources, d'améliorer la pertinence et l'efficacité de vos actions marketing,

La carte mentale « mind mapping » réalisée par Public(s) et complétée par le groupe de travail :



Cible grand public

Les familles / actifs

- Sortie d'école
- Avec bébé (temps plein)
- Soutien scolaire
- Ayant des animaux domestiques
- Surveillance (piscine)
- Aide pour les tâches ménagères

L'identification du sociotype des familles et des actifs dépend de plusieurs facteurs, notamment des caractéristiques démographiques, socio-économiques et comportementales de ces groupes par territoire. Les familles ont des enfants et ont généralement besoin d'aide pour leur garde ou pour les tâches ménagères. Les actifs ont généralement besoin d'aide sur les tâches ménagères ou sur la de la garde d'animaux de compagnie.

Handicap

- Famille avec enfant handicapé
- Personne handicapé

Dans le cas du handicap il y a plusieurs types : les parents qui ont un enfant handicapé et qui ont besoin d'aide pour les soins ou pour s'occuper de leurs enfants et les personnes qui sont handicapés, âgées ou non qui ont également besoin d'un soutien quotidien.

Personnes âgées

- Personne âgée isolée
- Soutien informatique
- Personnes âgées en perte d'autonomie
- Soutien dans la gestion administrative

Il y a deux types de personnes âgées. Les personnes âgées qui sont encore autonome mais peuvent être isolées et ont besoin d'un administratif et informatique et il y a les personnes âgées qui ne sont plus tout à fait autonome et qui vont avoir besoin d'aide sur toutes les tâches du quotidien (courses, cuisine...).

PE souhaitant une aide dans la gestion administrative



Annick
89 ans

Elle est veuve et en perte d'autonomie. Elle a un traitement quotidien à prendre et des soins à avoir mais elle refuse de quitter son appartement auquel elle est très attachée, Elle a besoin d'une aide quotidienne pour toutes les tâches qu'elle ne peut plus faire en autonomie et l'aider à soulager son handicap.



Valérie
43 ans

Elle est comptable et son mari est commercial. Ils ont 3 enfants âgés de 6 à 13 ans. Tous les soirs c'est la course à la maison : goûter, devoirs, ménage, cuisine... Valérie a besoin d'aide sur certaines tâches du quotidien comme le ménage, récupérer ses enfants à l'école et les aider sur leurs devoirs.



Jérôme
36 ans

Il est ingénieur en cybersécurité et vient de divorcer. Il a la garde de ses 2 jeunes enfants 1 semaine sur 2. Quand les enfants sont là il doit faire les garder les mercredis après-midi lorsqu'il travaille...



Patrick
72 ans

Il est retraité depuis quelques années et bien qu'il soit encore en forme le quotidien est parfois éprouvant : faire et ranger les courses, entretien de leur maison, ne pas oublier ses médicaments... Il a besoin d'une aide à domicile 1 à 2 fois par semaine pour l'épauler dans certaines tâches.

Quels objectifs ?

Cibles	OBJECTIFS
Grand public	Développer la pédagogie sur le modèle mandataire Informer de manière pédagogique et sensibiliser sur le rôle et l'importance des services de l'emploi à domicile Engager et mobiliser les cibles via des campagnes de communication ciblées Développer une communication éthique Utiliser des témoignages et études de cas pour illustrer concrètement les avantages du modèle mandataire. Faire la promotion de la fidélisation de la relation salarié / employeur Sensibiliser sur la qualité des salariés du secteur mandataire en faisant la promotion des formations, des qualifications des salariés.
Salariés	Développer la pédagogie sur le modèle mandataire informer de manière pédagogique et sensibiliser sur le rôle et l'importance des services de l'emploi à domicile et du modèle mandataire. Renforcer la visibilité et l'attractivité du secteur : accroître la reconnaissance et l'intérêt pour l'emploi à domicile en tant que secteur professionnel viable et éthique. Consolider et pérenniser le recours à l'emploi en mode mandataire en réponse aux évolutions sociétales et aux besoins croissants d'accompagnement à domicile. Développer une communication éthique utiliser des témoignages et études de cas pour illustrer concrètement les avantages du modèle mandataire.
Institutionnels / partenaires	Sensibilisation sur les enjeux de solidarité en local et faire remonter les besoins, les statistiques, les demandes. Clarifier la grande complexité des modèles la distinction entre les modèles mandataires simples et complexes ou du modèle prestataire peut entraîner de la confusion et nécessite une communication claire pour assurer leur compréhension et leur adoption par les parties prenantes.

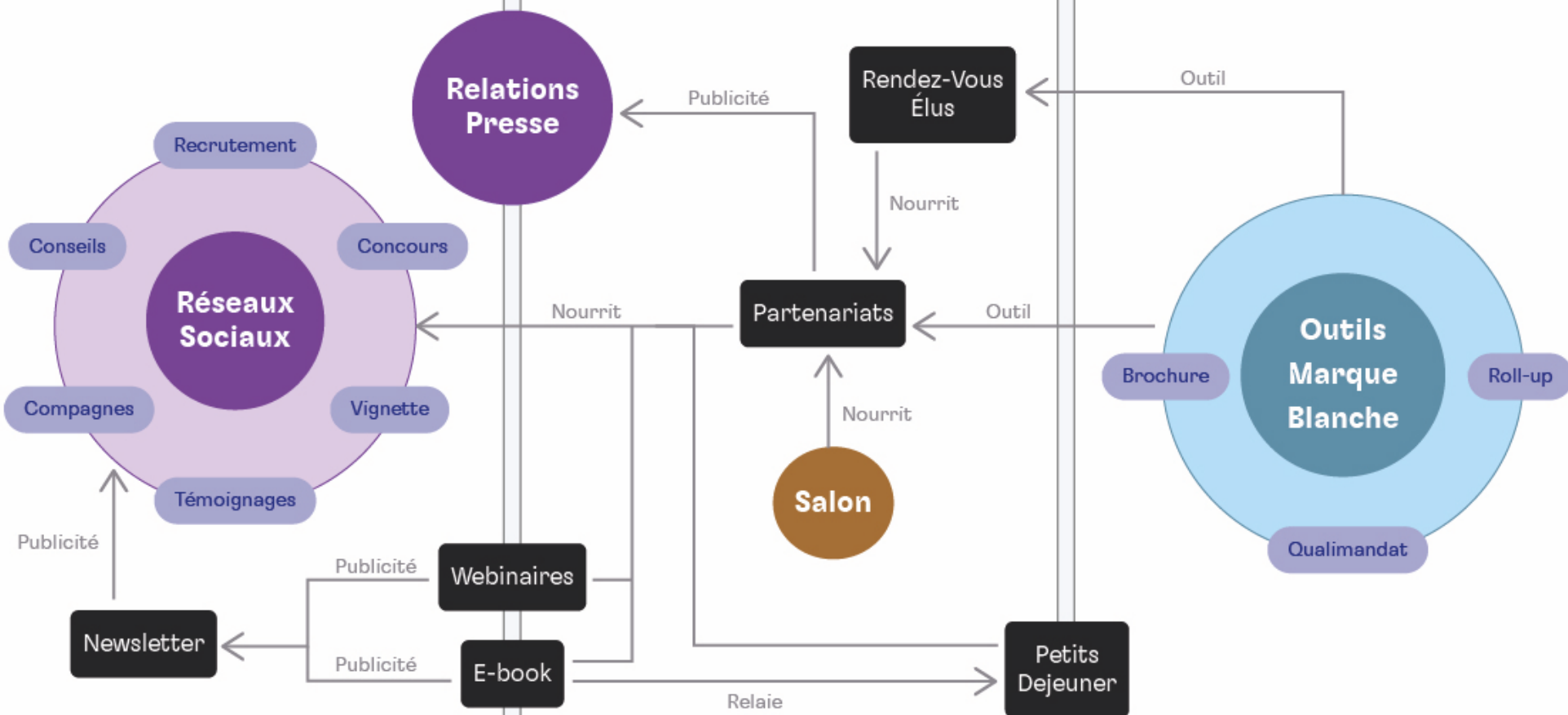


PLAN D' ACTIONS

NUMÉRIQUE

RELATIONS PUBLIQUES

PRINT





Recommendations

01. La présence numérique

LE
NUMERIQUE

ETAPE 01 –

Choisir la plateforme adaptée

ETAPE 02 –

Créer la page

ETAPE 03 –

Établir des règles de participation

ETAPE 04 :

Créer une stratégie de contenu

ETAPE 05 –

Promouvoir la chaine

Suivre et ajuster



Développer sa communication digitale (suite)

Proposition de stratégie de contenus :

Objectifs :

Accroître la notoriété de la marque auprès des parents à la recherche de nounous qualifiées.

Gagner la confiance grâce à des contenus qui mettent en avant l'expertise, la sélection rigoureuse et le côté humain de l'entreprise.

Engager la communauté avec des contenus interactifs et des témoignages.

Convertir des leads en clients potentiels.

Ton et style :

•**Chaleureux et rassurant** : Mettre en avant l'importance de la confiance pour choisir une nounou.

•**Professionnel et expert** : Soulignez le processus rigoureux de sélection.

•**Proximité** : Utiliser un ton accessible et convivial, avec des visuels représentant des scènes de la vie quotidienne.

Propositions de contenu :

Témoignages et portraits :

•**Contenu** : Publier des témoignages d'intervenants ou de bénéficiaires.

Mettre l'accent sur l'impact de l'aide à domicile dans leur vie quotidienne.

•**Objectif** : Humaniser l'association et inspirer confiance.

Conseils pratiques et informations :

•**Contenu** : Partager des astuces et des conseils sur des thématiques liées à l'aide à domicile : gestion des personnes âgées, soins à domicile, aide au quotidien, solutions pour améliorer le bien-être des bénéficiaires.

•**Objectif** : Apporter de la valeur ajoutée tout en démontrant l'expertise de l'association.

Journée type d'un intervenant

•**Image** : photos d'un intervenant décrivant sa journée type

•**Texte** : Décrire une journée typique d'un membre de l'équipe et leur dévouement à aider les bénéficiaires.

•**Hashtags** : #Aidant #VieDomicile #JourneeType.

Coulisses de l'association :

•**Contenu** : Montrer les équipes en action : réunions, formations, moments de convivialité. Partager des stories "Une journée dans la vie d'un aidant".

•**Objectif** : Créer une connexion émotionnelle et montrer l'engagement de l'équipe.

Posts de recrutement :

•**Contenu** : Publier des annonces pour recruter des intervenants, bénévoles ou même des donateurs. Présenter les avantages à rejoindre l'association.

•**Objectif** : Recruter et impliquer des bénévoles, des employés ou des donateurs.

Journées spéciales et causes :

•**Fréquence** : Variable selon l'agenda.

•**Contenu** : Participer à des journées mondiales liées à la santé, au vieillissement, au handicap (Journée Mondiale de l'Alzheimer, etc.). Créer des posts pour ces événements en expliquant l'engagement de Bleu Printemps.

•**Objectif** : Montrer l'implication de l'association dans des causes sociales majeures.

Poser des questions :

•Organisez des sondages, des questions à choix multiples pour engager la communauté. Instagram ou Facebook proposent cet outil.

Méthode :

Faire un plan de diffusion de 2 post par semaine, prévoir les thèmes des posts des 3 premiers mois. Recommencer au bout de 3 mois la même boucle thématique.

Conseils supplémentaires :

•**Hashtags** : Utilisez des hashtags spécifiques comme #gardeenfants, #nounouqualifiée, #parentalité, et d'autres liés à votre activité pour élargir la portée.

Analyse et ajustement

•Après 3 mois, faites un point sur les statistiques d'engagement (likes, commentaires, partages) pour ajuster les types de contenus qui fonctionnent le mieux.

[Accéder à la vidéo](#)



L'expérience des Enfants de Jeanne

Jeanne Coignard

Les Enfants de Jeanne



<https://www.lesenfantsdejeanne.fr>



02. Faites des Ebook !

LE
NUMERIQUE

1. Définir la thématique de l'eBook
2. Structurer le contenu avec un plan détaillé
3. Produire un contenu de qualité
4. Créer un livret sur Canva

Diffuser l'eBook :

- sur les réseaux sociaux
- par emailing
- via le site web et les signatures d'email



02. Faites des Ebook !

1. Définir la thématique de l'eBook

- **Utiliser ChatGPT pour brainstormer** : Demandez à ChatGPT de suggérer des thématiques adaptées à votre secteur et votre audience. Par exemple, pour une association dans le domaine de l'aide à domicile, des idées pourraient inclure « Conseils pour un maintien à domicile réussi », « Guide pratique pour les aidants familiaux », ou « Comment choisir son auxiliaire de vie ».
- **Sélectionner les meilleures idées** : Choisissez des thématiques qui répondent aux besoins de votre public cible, sont actuelles et alignées avec votre offre de services.

2. Structurer le contenu avec un plan détaillé

- **Demander des propositions de plan à ChatGPT** : Sollicitez un plan détaillé pour chaque thématique retenue. Par exemple, un eBook sur « Conseils pour un maintien à domicile réussi » pourrait inclure :
 - Introduction
 - Les premières étapes du maintien à domicile
 - L'importance d'un soutien professionnel
 - Les aménagements pratiques de l'habitat
 - Les aides financières disponibles
 - Conseils pour le bien-être des aidants
- **Finaliser le plan** : Affinez le plan en ajoutant ou en supprimant des sections selon la pertinence pour votre audience.

3. Produire un contenu de qualité

- **Utiliser ChatGPT pour le contenu de chaque section** : Pour chaque point du plan, utilisez ChatGPT pour rédiger un contenu initial. Soyez précis dans vos instructions pour obtenir des réponses adaptées.
- **Adapter et réécrire le contenu** : Relisez et réécrivez les sections à votre manière pour garantir que le ton et le style correspondent à l'image de votre structure. Ajoutez des exemples concrets et des anecdotes pour personnaliser le contenu.

4. Créer un livret sur Canva

- **Utiliser un modèle d'eBook en marque blanche** : Choisissez un modèle d'eBook Canva déjà conçu et le personnaliser aux couleurs et au logo de votre structure.
- **Organiser les sections de manière fluide** : Placez chaque section du contenu sur des pages distinctes avec des titres, des sous-titres, et des images pour faciliter la lecture.

Diffuser l'eBook

1. Diffuser sur les réseaux sociaux

- **Créer une série de publications** : Découpez le contenu de l'eBook en une série de posts (par exemple, 10 posts) pour le publier progressivement sur vos réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook, Instagram, etc.).
- **Engager le public** : Encouragez les commentaires, les partages et les questions pour générer de l'engagement autour de chaque publication.

2. Diffuser par emailing

- **Créer une campagne d'emailing** : Envoyez un email à vos contacts, introduisant le thème de l'eBook et mettant en avant son utilité. Incorporez un lien de téléchargement et un aperçu du contenu pour inciter à la lecture.

3. Promouvoir via le site web et les signatures d'email

- **Créer une page dédiée à l'eBook** : Hébergez le fichier sur votre site internet avec une page spécifique pour le téléchargement, en incluant un formulaire de capture d'email pour recueillir des contacts.
- **Ajouter le lien de l'eBook dans les signatures d'email** : Incorporez un lien vers l'eBook dans les signatures d'email de tous les membres de votre équipe pour maximiser la visibilité.

L'expérience des Enfants de Jeanne

REX :
Le Ebook
des Enfants de Jeanne



L'expérience des Enfants de Jeanne

LEDJ

Les enfants de Jeanne



Les bénéfices d'une nounou à domicile : Un soutien pour l'équilibre familial

LES ENFANTS DE JEANNE
15 rue la condamine 75017 - 06 16 54 28 73 ou 01 49 26 09 68
www.lesenfantsdejeanne.fr ----- mail : agence@lesenfantsdejeanne.fr

Chasseurs de têtes de nounous

REX : Le Ebook des Enfants de Jeanne

Le Sommeil :

Le sommeil est indispensable au développement de l'enfant.

Inutile de souligner que dormir seul dans sa chambre constitue, sans nul doute, les conditions optimales pour un sommeil efficace.

Si votre enfant a des difficultés pour s'endormir (n'avez crainte cela arrive plus que fréquemment), la nounou aura tout le temps nécessaire pour créer ou reproduire un rituel d'endormissement adapté à votre enfant. En effet la nounou est seule avec lui, elle n'a pas 4 autres bébés (voire beaucoup plus) à surveiller comme dans une crèche.



La relation de confiance avec l'enfant

Enfin, et c'est un point fondamental, votre enfant va créer un lien affectif avec la personne qui le garde toute la journée. Loin de vous remplacer (car cela n'est tout bonnement pas possible) la garde d'enfant va tisser un lien avec votre enfant grâce à son attention constante et sur mesure.

Les histoires de jolies nounous sont nombreuses. Beaucoup de nos gardes d'enfants sont toujours en contact avec les familles et plus spécialement avec les enfants qu'elles ont gardées pendant de nombreuses années... Au bureau nous avons encore ce souvenir d'une nounou qui avait gardé une fratrie pendant 15 ans puis qui 10 ans plus tard avait été rappelée par l'aîné de cette fratrie pour garder son premier enfant.

Il était impossible pour lui de confier sa progéniture à quelqu'un d'autre. Elle était certes âgée mais sa bienveillance, sa gentillesse et son professionnalisme n'avaient pas vieilli d'un pouce !



Chasseurs de têtes de nounous

L'ADAPTATION AU RYTHME DE L'ENFANT

Chaque enfant est différent

Votre petit bébé est un très gros dormeur ou au contraire il n'arrive pas à dormir plus de 30 minutes et a besoin d'un rituel très précis pour s'endormir ?

Votre enfant a besoin de 40 minutes pour prendre correctement son biberon ? Il faudra user de patience et de stratagème pour qu'il le finisse ?

La garde d'enfant à domicile étant dédiée uniquement à votre enfant pourra s'adapter à son rythme et son évolution.



Des activités éducatives et ludiques à domicile

La garde d'enfant va proposer des jeux et des apprentissages adaptés à l'âge et aux centres d'intérêt de l'enfant dans son propre environnement. Vous devez fournir les jeux mais elle pourra également vous aiguiller sur les potentiels jeux à acheter en fonction de son âge.

Elle va également sortir régulièrement votre enfant pour qu'il prenne l'air, pour qu'il se dévoue - dès qu'il saura marcher - puis également qu'il apprenne à se socialiser en rencontrant des copains/copines au parc. Les bibliothèques de quartier peuvent être également un lieu très agréable pour votre enfant même tout petit.

Elles peuvent également, dans de nombreux quartiers, aller dans des RAP (Relais d'auxiliaires parentales) pour faire jouer les enfants ensemble.



Une transition en douceur pour votre enfant

Votre garde d'enfants peut également aider votre enfant à passer d'un cadre familial à un cadre scolaire ou simplement à une routine plus structurée. Elle peut par exemple vous accompagner pour le rendre propre avant l'école ou également lui apprendre plein de nouveaux mots dès ses 18 mois / 2 ans lors de l'explosion du langage. Votre enfant pourra apprendre à dire « bonjour », « merci » à mettre tout seul son manteau et devenir un futur petit écolier fier de lui et prêt à rentrer dans la collectivité en douceur.

Chasseurs de têtes de nounous

Julien STACHOWIAK

Fami Emploi 68



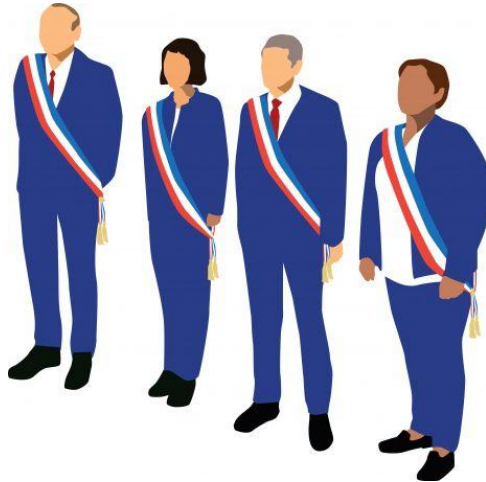
<https://famiemploi.org/>



fami
emploi

03. Parlez-en à tout le monde !

ORGANISER DES PETITS DÉJEUNERS THÉMATIQUES



Identifier les acteurs institutionnels à cibler

- Lister les acteurs clés
- Prioriser selon leur influence

Préparer les messages clés et les supports de présentation

- Dossier de présentation du modèle mandataire
- Plaquettes et brochures

Prendre contact et organiser les rencontres

- Préparer vos interventions
- Présenter les bénéfices pour la collectivité
- Distribuer les supports

Assurer le suivi des relations

- Envoyer un email de remerciement
- Maintenir un contact régulier
- Inviter aux événements de l'association



La boîte à outils FMF

Une boîte à outils fonctionnelle à votre disposition sur le site de FMF : federation-mandataire.fr

Fédération Mandataires | Réseau de confiance d'emploi à domicile



Retrouvez tous les outils nécessaires pour lancer votre activité, et plus encore :

1. **Juridique** : une sélection de **fiches et de modèle juridiques** pour mieux comprendre vos droits et obligations ; des informations actualisées sur les réglementations en vigueur.
2. **Communication avec les adhérents** : nos mailings pour vous tenir informé, en 3 formats, **LETTRE JURIDIQUE, MAG, FLASH,**
3. **Outils de communication** : un **plan de communication**, des **templates à personnaliser** et des conseils pour une communication efficace.
4. **Attractivité** : des contenus clés pour **valoriser le secteur, attirer de nouveaux talents et susciter des vocations**. L'offre **ASC** pour les salariés.
5. **Qualimandat** : le **référentiel** à télécharger pour vous engager dans la démarche qualité.
6. **Contacts** : fiche des contacts utiles FMF – SPSTN – IPERIA – IRCM

Titre	Catégories
2025_01_1_FLASH N°1 – Janvier 2025 – Invitation webinaires thématiques	FLASH Mandataire
2025_01_2_FLASH N°2 – Janvier 2025 – Webinaire spécial santé au travail	FLASH Mandataire
2025_01_4_FLASH N°4 – Janvier 2025 – Invitation aux ateliers	FLASH Mandataire
2025_01_5_FLASH N°5 – Janvier 2025 – Invitation Projection Film "les essentiell-les"	FLASH Mandataire
2025_01_LE MAG – Janvier 2025	LE MAG
2025_02_1_FLASH N°6 – Février 2025 – Bienvenue aux nouveaux adhérents	FLASH Mandataire
2025_02_LE MAG – Février 2025	LE MAG
2025_03_1_FLASH N°7 – Mars 2025 – Invitation Webinaire Communication	FLASH Mandataire
2025_03_2_FLASH N°8 – Mars 2025 – Invitation Webinaire du 27/03	FLASH Mandataire
2025_03_3_FLASH N°9 – Mars 2025 – Modification des salaires horaires	FLASH Mandataire

Des outils marque blanche à vous approprier

Nouveaux outils de communication en marque blanche



Des outils marque blanche à vous approprier

LA FORCE D'UN RÉSEAU : FÉDÉRATION MANDATAIRES

Présentation de FMF

Fédération Mandataires rassemble des structures mandataires et défend le modèle mandataire éthique au niveau national depuis plus de 20 ans.

Notre mission : faire reconnaître le modèle mandataire comme une solution optimale pour le maintien à domicile des personnes en perte d'autonomie, la conciliation entre vie privée et vie professionnelle, et la garde d'enfants.

En adoptant la démarche qualité « Qualimandat », notre fédération assure une expertise reconnue et une réponse de qualité aux particuliers employeurs, consolidant ainsi son rôle d'acteur majeur auprès des partenaires institutionnels.



Le rôle de Fédération Mandataires de France (FMF)



Soutient, accompagne & conseille

Un réseau de structures mandataires éthiques



Professionalise
Le secteur de l'emploi à domicile



Représente & défend

Le modèle mandataire au niveau national & territorial



Accompagne

Les structures mandataires vers la labellisation Qualimandat.

FMF en quelques chiffres clés

2004

Année de création

160

Structures sur l'ensemble du territoire et DOM (de statut associatif, public et privé)

Nationale

Implantation sur l'ensemble du territoire (métropole & DOM)

20 000

Particuliers employeurs mandants

17 000

Salariés des particuliers employeurs mandants

24

Administrateurs dont 14 structures et 10 délégués Fepem (Fédération des particuliers employeurs)

Présentation de la structure



Nos champs d'intervention



Complément de description de la structure :
La promesse !

Nos partenaires :

Fepem
Particuliers Employeurs
Citoyens

FRANCE EMPLOI DOMICILE

iperia

ircem

SPS

cnsa
Union nationale de
salariés pour l'habitat

Contact

Fédération mandataires
LE RÉSEAU DE CONFIANCE DE L'EMPLOI À DOMICILE

Des outils marque blanche à vous approprier

ENSEMBLE, PLUS FORTS

Le mandataire,
moteur de solidarités éthiques



Je cherche à **employer une personne** à mon domicile

Pourquoi faire appel à une structure mandataire ?

La structure mandataire m'aide à **recruter un salarié de qualité**



Elle sécurise ma relation avec mon salarié **sur le plan juridique & répond à mes questions**



Elle peut prendre en charge **mes déclarations, et me conseille pour sécuriser** ma relation de travail



Je choisis **mon salarié & définis son planning**



Elle me trouve **un remplaçant en cas d'absence** de mon salarié



DÉCLARER SON SALARIÉ EST TOUJOURS
MOINS CHER QUE NE PAS LE DÉCLARER !

JE BÉNÉFICIE DE
50% DE CRÉDIT D'IMPÔT

Contact

Je suis adhérent de
Fédération mandataires
LE RÉSEAU DE CONFIANCE DE L'EMPLOI À DOMICILE

VOS AVANTAGES EN TANT QUE PARTICULIER EMPLOYEUR :



Vous avez une relation privilégiée et souvent très pérenne avec votre salarié (8 ans en moyenne)



Vous êtes accompagné par la structure mandataire dans toutes les tâches administratives



Vous êtes épaulé par la structure dans le recrutement d'un candidat de qualité



Vous êtes assuré d'avoir une continuité de services avec un remplaçant en cas d'absence de votre salarié



Vous bénéficiez d'une assistance juridique facilitée et d'une relation de travail sécurisée avec votre salarié



Vous bénéficiez d'un avantage fiscal (50% de crédit d'impôt)

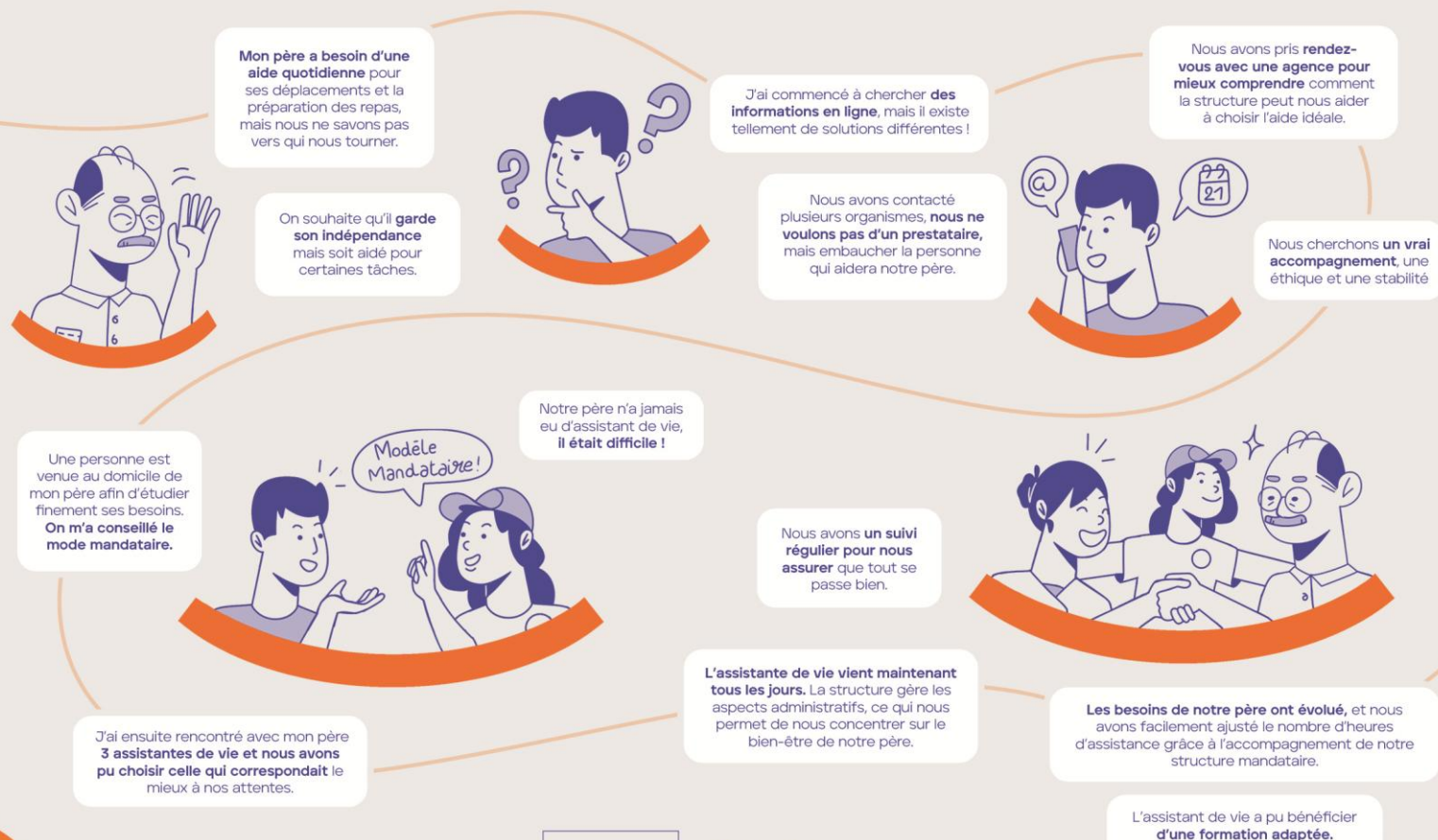
QUI SOMMES-NOUS ?

Nos champs d'intervention



Des outils marque blanche à vous approprier

LE MODÈLE MANDATAIRE : UN PARCOURS PERSONNALISÉ & ADAPTÉ À MES BESOINS



Zone du logo
structure

Fédération
mandataires
LE NIVEAU DE CONFIANCE DE L'EMPLOI À DOMICILE

Qualité
mandat

Des outils marque blanche à vous approprier

Bienvenue à tous !



Rencontrez Sophie !



Chez **Nom de la structure**, chaque **nom de la fonction** est soigneusement sélectionnée pour offrir **le service** dont il a besoin.



Expérience

Avec plus de 5 années d'expérience, Sophie est spécialisée **nom de son activité** et de ses compétences.



Formation

Certifiée en **dire ce qu'elle a fait comme formation**.



Ce qu'elle aime le plus dans e

"J'adore voir raconter une anecdote...!"

Besoin d'une **XXXXXXX** ? Contactez-nous pour trouver !

3 conseils proposés



Conseil
numéro 01



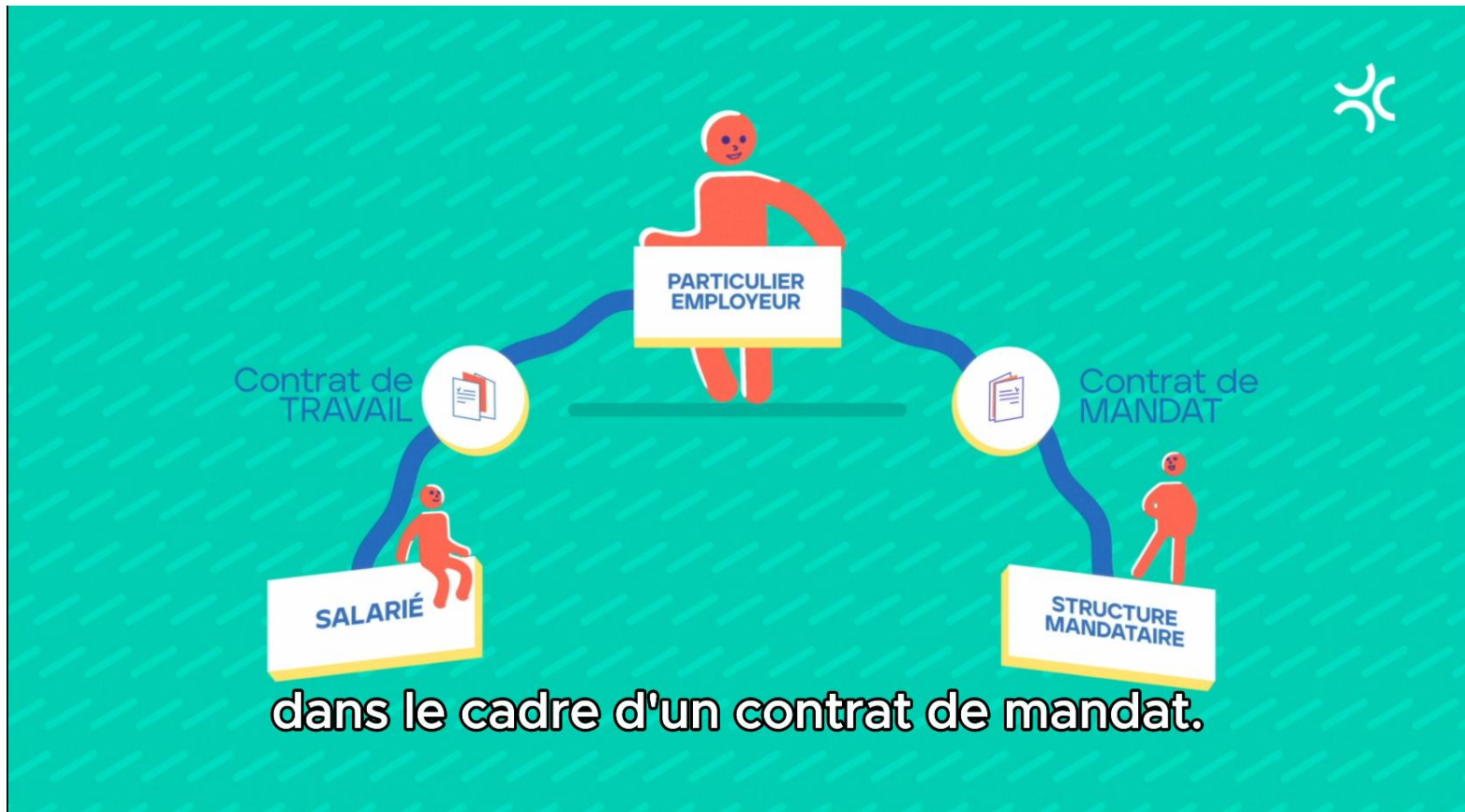
Conseil
numéro 02



Conseil
numéro 03

La vidéo du modèle mandataire !

[Accéder à la vidéo](#)





Sylvie Richard

ASSAP

<https://assap.fr/>





À vous de jouer !
