

# Règles de base de la récolte de fonds

# Quels sont les types de dons?

- Dons « indéterminés »
- Dons dédiacés (suite à un appel de fonds, mailings...)
- Ordres permanents
- Street marketing (face to face)
- Home marketing
- Dons en nature, services...
- Partenariats
- Tombolas
- Le legs, ...

# Le commencement: votre mission

- Quelle est votre mandat?
- Quelles sont vos valeurs?
- Quel est votre champ d'action?

# Le commencement: votre mission

- Appel de fonds
  - Spécifique
  - Urgence
- Quel est le besoin satisfaire?
- Que voulez-vous réaliser?
- Comment, quand et où?
- Quel processus pour faire un don ?

# Les étapes de la récolte de fonds

1. Définir le besoin
2. Quel public cibler?
3. Quelle est votre notoriété?
4. Quelle canal utiliser? (médias, mailings...)
5. Analyse et évaluation des résultats

# Connaître vos donateurs :

- Les donateurs « one shot » (crise...)
- Les donateurs réguliers
- Les donateurs avec ordres permanents
- Les grands donateurs ( entreprises, particuliers...)
- Les donateurs testamentaires
- Les donateurs « Internet »

# La segmentation

- Pour être « rentable » il faut connaître ses donateurs:
  - Segmentation base de données
  - Définition des donateurs
  - Intérêt des donateurs par type d'action (action nationale, internationale...)

# Quelle méthode utiliser?

- Bouche à oreille
- Mailings papier
- E-mailing
- E-news (avec possibilité de faire un don )
- Dons via Internet (paiement en ligne...)
- Appel de fonds via les médias (quels médias?)
- SMS
- Street marketing



# Les nouveaux donateurs

- Quel est **votre public-cible**?
- **Les donateurs zappent !**
- **Votre objectif**: chaque nouveau donateur doit faire un second don dans l'année.
- Servez- vous des **nouvelles technologies** pour joindre d'autres publics.

# Maintenir le contact

- Développer la notoriété
- Informer sur les actions
- Informer sur le résultat obtenu
- Aller « physiquement » vers vos donateurs (journée portes ouvertes...)
- Remercier vos donateurs