



Astuces de collecte de fonds
pour les participants

Vous avez fait votre inscription pour une collecte de fonds, quelles sont les prochaines étapes?

Vous avez fait votre inscription à titre de participant pour une collecte de fonds entre pairs – c’est le tout premier pas pour aider une cause qui vous est chère. Il faut maintenant faire connaître cette campagne et chercher des appuis, mais par où commencer?



Que vous participiez à une course, une marche, un quille-o-thon ou un autre événement, en tant que membre d’une équipe ou sur une base individuelle, il y a différentes façons d’inciter les gens à faire des dons à votre campagne et à vous aider à atteindre votre objectif de financement. S’il s’agit pour vous d’une nouvelle aventure, vous avez peut-être beaucoup à apprendre, mais c’est facile et amusant!

Les premiers jours suivant votre adhésion à une collecte de fonds entre pairs sont très importants. Si vous commencez tôt votre campagne, les donateurs potentiels auront plus de temps pour faire des dons, et vous pourrez faire plus d’expériences, faciliter votre apprentissage et demander l’aide de l’organisme de bienfaisance si vous vous heurtez à des obstacles.

D’abord, soignez la présentation de votre page de campagne



Si ce n’est pas déjà fait, fixez-vous un objectif de campagne « SMART ».

Fixez un objectif spécifique, mesurable, atteignable, réaliste et temporel. Cet objectif doit être suffisamment élevé pour encourager les dons, mais aussi suffisamment bas pour demeurer atteignable. L’établissement d’un objectif permettra aux gens de suivre vos progrès, et les donateurs pourront constater dans quelle mesure leur don a contribué à l’atteinte de votre objectif. Et si vous prévoyez atteindre votre objectif bien avant l’expiration du délai, vous pouvez essayer de l’augmenter pour inciter un plus grand nombre de personnes à faire un don.



Donnez un nom accrocheur à votre page de campagne.

Attirez l’attention des gens dès qu’ils visitent votre page de campagne. Essayez de choisir, pour cette page, un nom comportant un appel à l’action, par exemple, « Aidez-nous », « Engagez-vous » ou « Nous pouvons changer les choses » – un nom qui exprime les besoins comblés par votre campagne, par exemple : « Engagez-vous pour éliminer la faim ».



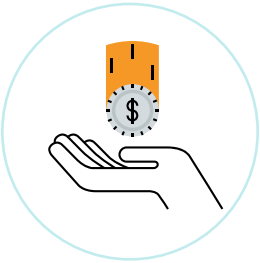
Utilisez des photos et des vidéos.

Les photos et les vidéos sont excellentes pour établir un contact. Le partage de photos et vidéos liées à votre campagne focalisera l'attention sur votre cause et contribuera à augmenter le montant des dons reçus.



Racontez l'histoire de votre campagne.

Le récit de ce qui vous amène à faire une campagne attirera l'attention des gens sur la cause et les motivera à faire un don. Afin de rédiger une description percutante pour votre page, demandez-vous pourquoi vous participez, pourquoi cette cause est importante pour vous, et quel est l'impact de la cause sur l'environnement, la collectivité, etc.



Offrez le premier don.

Commencez votre campagne par un don personnel! Vous donnerez ainsi le ton et mousserez l'intérêt envers la campagne, de façon à stimuler la générosité.

À vos marques, partez! C'est le temps de commencer la campagne

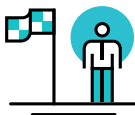


Il faut commencer par une demande.

Il est fort probable que vos proches seront heureux de vous aider s'ils savent combien cette cause est importante pour vous. Envoyez à vos amis et à votre famille un courriel personnel, un texto, un message social, etc. Mentionnez votre participation et vos propres objectifs lors de la prochaine réunion familiale ou au travail, au moment de la pause pour le repas du midi. Si les gens semblent intéressés, envoyez-leur un courriel comportant le lien vers votre page de campagne.



Échangez sur les réseaux sociaux. Affichez des billets sur les réseaux sociaux – c'est une excellente façon de faire connaître votre campagne. Vous pouvez utiliser les réseaux sociaux pour communiquer des mises à jour, des photos, ainsi que les résultats à court et à long terme de votre campagne. Connectez-vous à votre réseau pour partager des histoires inspirantes ainsi que des récits personnels qui sont en lien avec la cause, et téléversez beaucoup de photos et de vidéos avant, pendant et après la campagne!



Relevez de petits défis lors de certaines étapes.

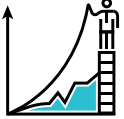
Relevez des défis amusants lors de la réalisation de certaines étapes. Par exemple, affichez une ancienne photo de vous lorsque vous aurez amassé 500 \$, ou teignez vos cheveux d'une couleur amusante lorsque vous aurez atteint la barre des 1500 \$!



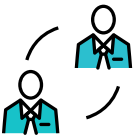
N'oubliez pas les courriels. Le courrier électronique est le moyen par excellence d'envoyer des messages personnalisés aux gens touchés par votre campagne ou à ceux qui pourraient être intéressés, selon vous, mais qui n'utilisent pas les médias sociaux.



Ajoutez un lien dans votre courriel, sous votre signature. Si vous envoyez souvent des courriels, ajoutez-y un lien vers votre page pour passer le mot sans effort.



Faites connaître l'impact d'un don. Est-ce qu'un don de 10 \$ permettra d'offrir un dîner à une famille? Est-ce qu'un don de 20 \$ permettra d'acheter un manteau d'hiver à quelqu'un? Précisez-le dans toutes vos communications, car les gens ont tendance à donner davantage lorsqu'ils savent exactement à quoi servira leur don.



Élargissez votre réseau. Essayez d'élargir votre réseau par l'entremise de vos amis, de votre famille ou de vos collègues. Lorsqu'une personne fait connaître votre campagne à son réseau, vous pouvez rejoindre plus de gens.



Demandez des dons au lieu d'un cadeau. Si votre anniversaire ou un autre événement important approche et que vous désirez renoncer aux cadeaux pour une bonne cause, faites-le savoir à vos êtres chers.



Préparez une vidéo. Créez une courte vidéo et partagez-la sur les réseaux sociaux pour faire connaître la cause que vous soutenez et pour expliquer pourquoi elle est importante pour vous. Les vidéos entraînent souvent une plus grande participation en ligne.



Donnez un dernier élan. Un ultime appel à faire des dons, le jour précédant la fin de la campagne ainsi que la dernière journée, peut vraiment vous aider à concrétiser votre objectif. Lorsque votre famille et vos amis verront combien il vous reste à recueillir pour atteindre votre objectif de campagne, ils voudront vous aider avant le fil d'arrivée, même s'ils doivent pour cela faire un deuxième don.



Célébrez et remerciez

Une campagne fructueuse est un accomplissement personnel qui mérite d'être célébré. Afin de montrer votre gratitude, envoyez un mot ou un message de remerciement à tous les gens qui ont fait un don ou participé à la campagne. Informez ces gens, ainsi que tous ceux auxquels vous avez fait connaître votre campagne, en résumant ce qui a été accompli ainsi que l'impact qui en découlera. Après tout, ces gens pourraient aimer se joindre à vous pour une autre campagne!