

Rétroplanning

Campagne de dons de fin d'année

1. Octobre – préparation

- Définir les objectifs de la collecte : financement courant, projet spécifique, nouvelle action
- Identifier les publics cibles : adhérent•es, donatrices et donateurs, grand public, partenaires
- Clarifier les rôles dans l'équipe.
- Installer un espace collaboratif partagé : Notion, Google Drive, Framapad...
- Rédiger le message central de la campagne : mission + impact + appel à don).

2. Novembre – structuration

- Préparer la participation au Giving Tuesday (2 décembre)
- Finaliser les visuels : posts, bannières, affiche, flyer
- Rédiger et valider les mails de collecte
- Tester le parcours de don : formulaire, paiement, reçu fiscal, message de remerciement
- Planifier les publications réseaux sociaux.

Rétroplanning

Campagne de dons de fin d'année #2

3. Décembre – déploiement

Début à mi-décembre (Vague 1)

- Mail de lancement
- Mail avec preuve d'impact (témoignage, chiffre clé)
- Posts pédagogiques et inspirants

Après Noël (Vague 2)

- Relances courtes et ciblées
- Rappel de l'échéance fiscale
- Message d'urgence le 30 ou 31 décembre

4. Janvier – bilan et suivi

- Réunion de bilan chiffré et qualitatif.
- Remerciements personnalisés aux donateurs.
- Capitalisation pour préparer la prochaine campagne.