

Le marketing direct, valeur sûre du fundraising

Cette journée de formation vous donnera les clés de compréhension des techniques de marketing direct pour optimiser votre collecte de fonds à la fois auprès de vos donateurs potentiels et de ceux déjà acquis. Cette formation sera animée par Alexis Vandevivère, qui a conçu de nombreuses campagnes de marketing direct au sein de différentes associations. Vous pourrez ainsi bénéficier de son expertise pour vous aider à décliner vos objectifs en plan d'actions multicanal permettant d'optimiser le retour sur investissement de vos campagnes.

Cette journée sera structurée en quatre thèmes. Pour favoriser l'interactivité, chaque thème alternera une approche théorique et une mise en situation.

PARCOURS  CERTIFIANT

Objectifs de la formation

- Comprendre l'enjeu stratégique du marketing direct pour développer la collecte de fonds
- Savoir construire une stratégie combinant prospection et fidélisation
- Mettre en œuvre des campagnes de prospection et de fidélisation multicanales et savoir mesurer leurs performances

Public

Toutes les personnes en charge du marketing direct / opérationnel d'une structure à but non lucratif, quel que soit le secteur. Niveau débutant/intermédiaire.

Éléments de contenu

- Réalisation du SWOT de votre organisation (forces, faiblesses, opportunités, menaces)
- Quels sont les enjeux de la prospection
- Comment fidéliser vos donateurs
- Comment créer des opérations de marketing direct efficaces

Méthode pédagogique

Présentation plénière, travaux de groupe, exercices pratiques



DURÉE

1 jour
de 9h30 à 18h
soit 7h de formation



LIEU & DATES

Paris
23 septembre 2019



TARIFS

Adhérent : 440€
Non adhérent : 550€
*Étudiants et demandeurs
d'emploi, nous contacter*

Informations pratiques :

Accueil à 9h15
Début à 9h30 / Fin à 18h00

Lieu : AFF - 14 rue de Liège
2^{ème} étage
75009 Paris

Intervenant : Alexis VANDEVIVERE

Alexis est le directeur de l'agence adfinitas Paris depuis 2007. Son expérience associative démarre en 1994, il travaille alors pour Aides. Il passe ensuite par le Secours Catholique, les petits frères des Pauvres, puis, pendant 6 années, par la direction du développement à l'Association des Paralysés de France.

Il a été par ailleurs administrateur de France Générosité et du Comité de la Charte pendant 10 ans où il est, encore aujourd'hui, chargé de la formation des censeurs. Il a également été administrateur de l'AFF.

PLANNING DETAILLE DE LA FORMATION

9h15 - 9h30 : Accueil - Introduction

9h30 - 11h00 : Thème 1

9h30 – 10h30 : Les problématiques générales de la collecte de fonds

Ce module abordera le marché en délivrant les principaux chiffres, la concurrence et les cibles de donateurs. Il permettra également d'entrer sur les problématiques générales de la collecte de fonds et de bien identifier l'enjeu que représente le marketing direct.

10h30 – 11h00 : Réalisation du SWOT de votre association

Suite à cet apport théorique, l'objectif sera de réfléchir aux forces/faiblesses et opportunités/menaces de votre association pour en déduire ensuite vos objectifs clés.

11h - 12h30 : Thème 2 - La prospection

Quels sont les enjeux et les objectifs de la prospection ?

En quoi est-ce un investissement fondamental pour développer votre association ?

Quelles mécaniques mettre en place et comment les mesurer ?

Voici autant de questions qui seront abordées durant ce deuxième thème.

12h30 – 14h00 : pause déjeuner

14h00 – 15h00 : Thème 3 – la fidélisation

Ce troisième module permettra d'aborder l'enjeu de la fidélisation des donateurs pour l'équilibre économique de l'association. La base de données, la segmentation, les leviers à activer, le pilotage de la performance sont autant de sujets qui seront traités durant ce thème.

14h30 - 15h30 : Etude de cas en petits groupes

Après avoir abordé les grands principes de la prospection et de la fidélisation, vous pourrez mettre en pratique ces notions à travers une étude de cas.

Pause de 15h30 à 15h45

15h45 – 18h : Thème 4

15h45 – 16h45 : La création de messages

Cette session traitera des méthodes pour réaliser un message gagnant, original et attractif afin de rendre vos campagnes les plus efficaces possibles.

16h45 – 17h30 : Analyse de campagnes par petits groupes

A partir d'exemples de campagnes réalisées, vous pourrez en identifier les points forts et les points faibles à partir d'une grille d'analyse.

17h30 – 18h : Clôture de la formation

Réponses aux questions

Quiz de validation des acquis & Questionnaire de satisfaction