

Upgrader son fundraising digital : comment passer au niveau supérieur ?

Le digital évolue constamment : nouvelles tendances, nouveaux réseaux, nouvelles technologies, modification du comportement des utilisateurs... Cette formation avancée propose aux fundraisers ayant déjà une expérience du digital, tant en termes de mise en place d'outils que de collecte, de passer un cap dans leur stratégie.

Du positionnement de la maturité digitale de son association à la maîtrise des méthodes d'évaluation des campagnes digitales, cette formation vous offre la possibilité de faire un pas de côté pour faire évoluer son mindset digital, acquérir de nouvelles méthodologies et se recentrer sur l'engagement des audiences... et leur conversion !

Entre théorie, mise en pratique, présentation de cas d'étude et travail collaboratif sur des outils concrets, cette formation s'adresse à un public averti pour lui permettre non seulement de trouver les bonnes méthodes pour améliorer ses résultats, mais également de faire évoluer sa posture et son influence en interne.

Objectifs de la formation

- Évaluer et améliorer la maturité et les compétences digitales des équipes
- Réaliser un audit technique
- Engager les audiences (classification, score, personas)
- Planifier sa campagne en ligne, service et produits
- Analyser les résultats et optimiser l'engagement

Prérequis

- Une expérience de 3 ans minimum de collecte en ligne ou de E commerce
- Avoir un projet de développement de collecte ou besoin d'une stratégie
- Les outils pour collecter en ligne ou un projet de mise en place d'outils
- Pratique du management souhaité

Compétences et aptitudes :

- Positionner la maturité digitale de votre association
- Améliorer votre influence interne
- Planifier votre gouvernance digitale
- Définir et prioriser vos audiences
- Améliorer votre connaissance des outils de collecte
- Planifier des parcours utilisateurs
- Préparer des campagnes de collecte
- Maîtriser les méthodes d'évaluation



DURÉE

2 jours
de 9h30 à 18h
soit 14h de formation
En présentiel : 12 personnes

DELAI D'ACCES

7 jours à réception
du devis signé dans la limite
des places disponibles



LIEU & DATES

Paris
28 et 28 mai
2024



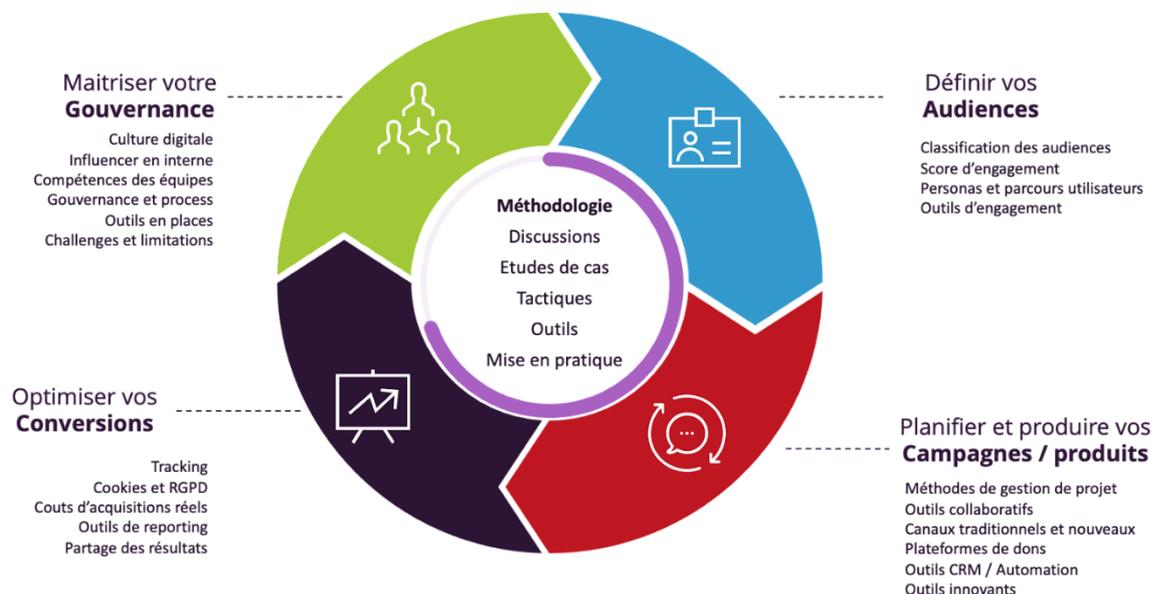
TARIFS

Adhérent : 860 €
Non adhérent : 970 €
*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



Méthodes pédagogiques :

2 semaines avant la formation : Un questionnaire vous sera envoyé pour mieux cerner vos objectifs

- Apports méthodologiques et théoriques
- Mise en pratique, exercices

Modalités d'évaluation :

- Questionnaire d'évaluation finale

Accessibilité

Consulter le pôle formation : Caroline@fundraisers.fr

Votre intervenant : Bertie BOSREDON

Français expatrié à Madrid (après 22 ans à Londres), Bertie a plus de vingt ans d'expérience dans le domaine digital et associatifs : communication, technologie, process....

Ces dix dernières années, il a travaillé avec plus de 130 ONG de différents pays et secteurs, pour lesquelles il a mis en place des solutions digitales sur mesure.

Son objectif : changer la façon dont les ONG interagissent avec leurs publics (existants ou nouveaux) pour récolter des fonds, mener des campagnes ou prodiguer des services. Parfois, il s'agit d'améliorer les technologies utilisées – mais le plus souvent, il s'agit surtout de créer du lien entre les personnes : mettre en place une bonne gouvernance, récolter des avis ou encore choisir le meilleur prestataire. Bertie forme régulièrement les collaborateurs d'associations aux tactiques digitales lors d'ateliers ponctuels ou coaching individuel.



Contenu pédagogique

Jour 1 : Gouvernance et audiences

<p>Ouverture de la formation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prise de connaissance avec le groupe • Objectifs et programme <p>Introduction : Le DIGITAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les mots clés 	<p>Tour de table Partage d'information</p>
<p>Discussion : gouvernance</p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation des résultats du questionnaire • Historique du digital dans votre association • Challenges de la gouvernance. <p>Tour d'horizon: Gouvernance - Process - Outils</p> <p>Présentation : maturité digitale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maturité et gouvernance: présentation <ul style="list-style-type: none"> ○ Evolution du digital et des structures ○ Techniques pour évaluer et améliorer la maturité et les compétences de équipes <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grille outils ▪ Interviews ▪ Questionnaire ▪ Matrice de maturité ○ Comment encourager la participation • Exercice pratique <ul style="list-style-type: none"> ○ En binôme, pratiquer une interview en 3 questions et partager ○ Définir le Digital ○ Conseils pratiques ○ Exemples • L'importance des principes digitaux <ul style="list-style-type: none"> ○ Méthode pour définir the digital ○ Exemples de principes digitaux 	<p>Partage d'information</p> <p>Tour de table Partage d'information</p> <p>Apports méthodologiques et théoriques</p> <p>Mise en pratique</p> <p>Apports méthodologiques et théoriques</p> <p>Mise en pratique</p> <p>Apports méthodologiques et théoriques</p>



<ul style="list-style-type: none"> • Exercice pratique <ul style="list-style-type: none"> ○ Préparer 5 principes digitaux pour votre association et partager avec le groupe <p>Présentation : Groupe interne et process</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objectif du groupe • Conditions • Process et comment les améliorer <ul style="list-style-type: none"> • Exercice pratique <ul style="list-style-type: none"> ○ En binôme, répondre à un challenge de gouvernance tiré au hasard (basé sur des exemples réels) 	<p>Mise en pratique</p>
<p>Déjeuner</p>	
<p>Réaliser un audit technique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revue des outils d'audit • Recommandations <ul style="list-style-type: none"> • Discussion: challenges techniques 	<p>Apports méthodologiques et théoriques</p> <p>Tour de table</p>
<p>Engager les audiences</p> <ul style="list-style-type: none"> • Classification des audiences • Score d'engagement • Personnas sans CRM • Personnas avec CRM <ul style="list-style-type: none"> • Exercice pratique <ul style="list-style-type: none"> ○ En binôme, créer une persona et présenter au groupe <ul style="list-style-type: none"> • Tactiques pour une bonne expérience utilisateur <ul style="list-style-type: none"> • Exercice pratique <ul style="list-style-type: none"> ○ En binôme, créer un parcours utilisateur simplifié pour votre persona 	<p>Apports méthodologiques et théoriques</p> <p>Mise en pratique</p> <p>Apports méthodologiques et théoriques</p> <p>Mise en pratique</p> <p>Apports méthodologiques et théoriques</p>

<ul style="list-style-type: none"> • CRM: bénéfices et challenges • Discussion : challenges et questions pratiques 	Tour de table

Jour 2: Campagnes et conversions

<p>La collecte en ligne</p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation : les classiques de la collecte, les nouvelles tendances • Crypto et NFTs (bonne idée ?) • Fundraising et éthique • Outils d'engagement <ul style="list-style-type: none"> ◦ CRM et no-code ◦ Marketing Automation ◦ Plateforme de collecte (P2P etc.) ◦ Autres outils utiles • Comment choisir un outil et réussir son appel d'offre • Discussion: outils et services <p>Planifier sa campagne / service / produits</p> <ul style="list-style-type: none"> • Méthodes • Outils collaboratifs • Canaux traditionnels • Réseaux sociaux • Nouveaux canaux • Discussion: partage d'expérience • Gestion d'une campagne / produits 	<p>Apports méthodologiques et théoriques</p> <p>Tour de table</p> <p>Apports méthodologiques et théoriques</p> <p>Tour de table</p> <p>Apports méthodologiques et théoriques</p>
Déjeuner	
<p>Analyser les résultats et optimiser l'engagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Outils de tracking • Google Analytics 4 (GA4) 	<p>Apports méthodologiques et théoriques</p>



- Cookies et RGPD
- Autres outils
- Méthode de calcul :
 - Coûts d'acquisitions réels
 - Taux de rétention
 - Life Time Value
 - Score d'engagement...
- Outils de reporting (LockerStudio) : conseils et templates

Exercice pratique

- En groupe, planifier une campagne multi-canaux (attention, un événement imprévu peut arriver pendant votre campagne)
- Préparer un rapport d'analyse et un tableau de reporting simplifié

- **Discussion** : Dernière questions

Mise en pratique

