

1. Les manifestations

Le fait d'organiser un événement est une méthode avérée pour la collecte de fonds et la mobilisation du soutien pour une cause. De nombreuses organisations qui s'engagent dans la collecte de fonds pour la première fois, choisissent d'organiser un événement. Il y a plusieurs des types d'événements et de nouveaux types d'événements sont inventés tous les jours. On peut réunir beaucoup de fonds avec un événement bien organisé, mais il faut équilibrer les ressources investies par rapport aux gains escomptés. Il est préférable de ne pas choisir un événement ponctuel, mais de choisir ou de développer un événement qui peut devenir une activité récurrente (par exemple, chaque année). Ainsi, l'expérience des organisateurs et la sensibilisation du public peuvent s'accroître par la répétition et très souvent les bénéfices vont augmenter aussi.

Exemples

- *Marathon* - marche ou course où les participants sont parrainés par leur réseau de familles, d'amis et de collègues de travail
- *Dîner de bienfaisance, déjeuner* - soit à faible coût pour les membres de la communauté ou à prix élevé et exclusif pour les personnes riches
- *Soirée culturelle* - musique, danse, théâtre, conte
- *Rencontre scolaire*

Conditions préalables – externes

- Adhésion aux règlements des autorités locales pour les manifestations publiques

Conditions préalables –internes

- Avoir de bonnes relations au niveau des réseaux pour faciliter la mobilisation des sponsors, des artistes, etc.
- Avoir de bonnes relations avec les médias pour générer de la publicité et promouvoir l'événement

Ce dont vous avez besoin

- Une bonne analyse coût-bénéfice: il est important non seulement de considérer les gains potentiels d'un événement et de faire une évaluation réaliste de ceux-ci, mais aussi d'envisager l'investissement (en argent, en temps, etc.) et examiner soigneusement les risques
- Un plan de réduction des risques: que faire, par exemple, en cas de problème de sécurité
- Une personne ou une équipe (bénévole) (selon l'échelle de l'événement) pour coordonner et préparer l'événement
- Pour les plus grands événements: un organisateur expérimenté dans la gestion des événements (interne, bénévole ou embauché)
- Un système clair et avéré pour la réception, l'enregistrement et le suivi des dons; remerciements aux donateurs et option pour le renouvellement du don.

Risques

- En raison de son caractère occasionnel, un grand événement peut représenter un lourd fardeau pour les ressources humaines de l'organisation
- Les choses peuvent être différentes de ce qui était initialement prévu et les résultats peuvent être décevants
- Si le montant prévu pour la collecte n'est pas atteint, vous pouvez vous retrouver avec un bénéfice net beaucoup plus faible que prévu ou même une perte nette
- Les conditions météorologiques inattendues, comme les fortes pluies, peuvent influencer le nombre de personnes qui se présentent et donc conduire à un revenu inférieur, ou même de provoquer l'annulation de l'événement
- Si un événement se passe «mal», cela peut entraîner une publicité négative

2. Les sollicitations personnelles

Rencontrer des donateurs potentiels en face à face, offre d'excellentes occasions de mobiliser du soutien et du financement. Après tout, le contact personnel a un impact plus fort que toute autre forme de communication. De plus, les gens qui mobilisent des fonds dans le Sud méritent d'avoir un avantage, étant généralement plus orientés vers les communications personnelles que les collecteurs de fonds dans le Nord et l'Ouest du monde, qui sont plus aptes aux communications marketing directes. La sollicitation personnelle est un moyen de mobiliser le soutien qui, selon la taille du cadeau que vous avez l'intention de demander, peut prendre un certain temps avant que la relation et la confiance ne se soient développées jusqu'à ce que vous puissiez poser la question.

Exemples

- Inviter un donateur à visiter votre organisation ou projet
- Rencontre avec le donateur à son domicile
- Présenter une affaire avec un suivi personnel direct lors d'une réunion

Conditions préalables – externes

- Un groupe de donateurs particuliers potentiels qui pourraient être intéressés à soutenir votre cause, de préférence avec un profil relativement affluent

Conditions préalable –internes

- Les personnes, ou au moins quelqu'un, ayant de solides aptitudes sociales, qui est ou sont capables et disposées à «vendre» l'organisation, qui ose ou osent faire la demande et qui peut/peuvent s'adapter au donateur ou au public
- L'engagement et le soutien du conseil et de la direction pour partager et faire des présentations à leur réseau personnel

Ce dont vous avez besoin

- Un plan, y compris les personnes à aborder, avec une proposition attrayante, un message clair et la motivation à donner
- De bons orateurs publics (une équipe ou des bénévoles) et un bon « argumentaire éclair »
- Des images fortes (à utiliser lorsque vous présentez votre cause et / ou à laisser sur place lorsque vous quittez)
- Quelques donateurs qui ont déjà donné et qui sont prêts à faire de brefs témoignages (dans vos documents) pour expliquer pourquoi ils ont choisi de soutenir votre cause, pourquoi cela leur importe personnellement et comment ils se sentent au sujet de votre organisation
- Suivi attentif et feedback aux personnes qui vous ont fourni leurs contacts/ réseaux

Risques

En général, les risques sont gérables, car la petite échelle de la sollicitation personnelle facilite le suivi et l'ajustement de l'approche. Toutefois:

- Si les relations développées par le réseau du leadership de l'organisation ne sont pas bien gérées, cela peut avoir un impact sur les dirigeants eux-mêmes et sur l'équipe

3. La collecte de fonds à travers un système de réseau

La collecte de fonds dans les réseaux signifie que l'on acquiert de nouveaux donateurs à travers ses propres réseaux et contacts. Une approche «ami à ami» fonctionne comme une tâche d'encre et peut être utilisée presque partout. Cette méthode est particulièrement efficace si l'on coopère avec des «connecteurs», c'est-à-dire des personnes qui connaissent beaucoup d'autres personnes et des personnes bien connues et respectées dans leur communauté et qui sont disposées à diffuser le message au sein de leur réseau. Mais tout donateur existant ou potentiel peut également être une bonne source pour apporter de nouveaux donateurs. On peut également impliquer le personnel et les membres du conseil d'administration d'une organisation pour promouvoir la cause. Les populations sont plus inclinées à donner quand elles sont directement approchées par une personne qu'ils connaissent et respectent plutôt que par un étranger.

La collecte de fonds dans les réseaux peut être faite à travers des médias sociaux tels que Facebook, par e-mail ou par contact personnel. Cette façon de recueillir des fonds peut être effectuée par n'importe quelle organisation, mais fonctionne particulièrement bien quand une organisation a de bons contacts avec les journalistes, les médias et / ou un grand groupe de suiveurs/amis.

Exemples

- Organiser une campagne de courrier électronique pour les membres du personnel: préparer un courriel, qui peut être facilement adapté et transmis par le personnel à des amis et à des parents, qui décrit brièvement ce que l'organisation fait et la façon dont les personnes peuvent s'impliquer
- Lors de l'organisation d'un événement, encouragez les donateurs existants à amener des amis à l'événement. Plus votre événement est attrayant, plus il est facile pour les autres de convaincre les amis à y participer.

Conditions préalables –internes

- Il existe de l'assistance et de la confiance dans l'approche aussi bien au niveau du conseil d'administration, de la direction que du personnel
- À tous ces niveaux, il y a une volonté d'épargner du temps pour l'exécution du plan

Ce dont vous avez besoin

- Délimiter le réseau existant de l'organisation
- Élaborer une stratégie et faire un plan sur les donateurs potentiels à approcher et sur la façon de les approcher
- Elaborer des documents de communication adaptés et faciles à partager (par exemple des courriels, des lettres et des dépliants) et demander un soutien précis

Risques

- Etant donné que les relations personnelles sont d'une grande valeur pour les populations, en cas de rupture de cette relation, la relation avec l'organisation pourrait également en souffrir.

4. La collecte de fonds en ligne

En los últimos diez años, la recaudación de fondos por medios en línea ha literalmente explotado. Algunos continentes y países gozan de un mucho mejor acceso a Internet que otros. Pero es indiscutible que casi en todas partes la situación está cambiando de manera acelerada. Esta transformación tecnológica crea un enorme potencial para la recaudación de fondos haciendo uso de plataformas para donar en línea, teléfonos celulares y las redes sociales. Las ventajas evidentes de las donaciones en línea son la velocidad, flexibilidad, bajo costo, amplia cobertura y ayuda en línea que son provistas por este tipo de recaudación de fondos. A menudo, la recaudación de fondos en línea se combina con otros tipos de actividades presenciales y en vivo, tales como los eventos.

Exemples

- Le financement participatif par les médias sociaux et / ou les réseaux sociaux

Conditions préalables – externes

- L'infrastructure est disponible lorsqu'un public cible de taille suffisante a accès à Internet et / ou aux téléphones mobiles
- Des options de paiement en ligne sécurisées sont disponibles

Conditions préalables–internes

- Expertise (interne) sur la façon de développer et d'exécuter une campagne de financement en ligne
- Une base de donateurs et un réseau de donateurs relativement étendus qui sont fréquents et actifs dans les activités en ligne
- Logiciels (site web, base de données, éventuellement un module sur le don)

Ce dont vous avez besoin

- Une idée forte et un plan solide sur le type de campagne que l'on veut exécuter
- Noms et courriels des donateurs actuels et / ou potentiels avec lesquels des communications personnalisées peuvent être développées, des réponses analysées et suivies
- Supports de communication efficace pour le suivi des dons en ligne (mails de remerciement, mises à jour des résultats obtenus, etc.)

Risques

- Les virus et les pirates peuvent détourner le flux d'argent, donc: l'achat de logiciels systémiques et de systèmes sonores pour protéger vos organisations et vos donateurs

5. Le volontariat

Les bénévoles peuvent jouer un rôle très important au sein d'une organisation, ce qui apporte du temps supplémentaire et de l'expertise à des coûts beaucoup plus bas que pour le recrutement d'un membre du personnel. Au siège, les bénévoles peuvent servir d'aide générale autour du bureau avec leur expertise ou fournir un service particulier. Les bénévoles peuvent également aider à la collecte de fonds. De nombreuses organisations mobilisent également des bénévoles pour la mise en œuvre de leurs programmes. Il y a toutefois des coûts à prévoir pour le travail des bénévoles, étant donné qu'ils ont besoin de supervision. En outre, on sera peut-être obligé de payer au moins une partie de leurs dépenses.

Exemples

- Les étudiants d'un collège aident à organiser un événement de collecte de fonds
- Un employé de banque à la retraite contacte des entreprises locales et des magasins pour obtenir des prix pour une tombola
- Un enseignant à la retraite visite les écoles pour promouvoir la cause
- Un avocat donne des conseils juridiques gratuits
- Un spécialiste en site Web offre ses services de consultant pour une semaine
- Un expert financier contribue à la mise en place d'un système financier solide
- Un professeur de karaté donne des leçons de karaté aux bénéficiaires
- Un conseiller professionnel offre des conseils gratuits aux bénéficiaires

Conditions préalable –internes

- Le personnel qui peut prendre le temps de gérer et de superviser les bénévoles
- Ce dont vous avez besoin
- Une liste des tâches et des activités qui doivent être faites et qui peuvent être effectuées par des bénévoles, à la fois au sein de l'organisation et pour les activités avec les bénéficiaires
- Un plan sur les personnes à engager, la façon de les aborder et de les gérer
- Discuter des conditions claires de ce qu'un bénévole est censé faire et peut attendre en retour de l'organisation
- Un briefing approprié aux bénévoles sur l'organisation et les tâches qu'ils sont censés effectuer
- Prévoir une reconnaissance pour le travail des bénévoles

Risques

- Des dommages peuvent être causés si les bénévoles travaillant auprès de groupes vulnérables de bénéficiaires, comme les jeunes enfants, ne sont pas soigneusement identifiés et sélectionnés.
- Un bénévole n'a pas effectué les tâches qu'il avait promis de faire, donc les tâches ne sont pas effectuées à temps et / ou ne sont pas de bonne qualité

6. Les dons en nature

En dehors de l'argent, le soutien en nature peut être un très bon moyen supplémentaire de mobiliser les ressources nécessaires à l'organisation et à sa cause. Beaucoup de personnes sont plus disposées à contribuer avec des dons en nature que de donner de l'argent. Cela s'applique aussi bien aux particuliers qu'aux entreprises.

Exemples

- Une dame vivant dans les alentours de la zone d'intervention du projet donne un sac de riz
- Le Rotary club local a collecté des vêtements pour les bénéficiaires
- Les élèves donnent des cahiers et des crayons pour les enfants du projet
- Une entreprise informatique donne des ordinateurs pour des cours d'informatique
- Un commerçant local offre des collations
- Une entreprise locale ou un bâtiment communautaire offre une salle de réunion ou un espace de bureau

Conditions préalables –internes

- Personnel ou bénévoles capables d'organiser l'espace de soutien

Ce dont vous avez besoin

- Une liste des documents, fournitures ou services dont vous avez besoin pour l'organisation et / ou ses bénéficiaires
- Un plan sur les personnes à approcher, la façon de les aborder et de mobiliser les biens
- La logistique pour la distribution du soutien en nature aux bénéficiaires (le cas échéant)

Risques

- Le risque que vous vous retrouvez avec des équipements qui ne fonctionnent pas correctement
- Le risque que vous obteniez des produits qui ne correspondent pas à vos besoins

7. Les collectes de fonds auprès des jeunes dans les écoles

La mobilisation des ressources auprès des jeunes et dans les écoles va de pair et doit toujours être liée à l'objectif de leur permettre de comprendre le travail de l'organisation, et les raisons de la mobilisation. Les enfants doivent être abordés avec soin et l'on doit être sensible à leurs besoins. Les enfants sont susceptibles d'avoir du temps plutôt que de l'argent, mais ils ont aussi accès au soutien de leur famille. La collecte de fonds auprès des jeunes impliquera avant tout des jeunes dans la cause et constituera une base importante pour un soutien futur.

Exemples

- Une école organisant une activité de parrainage dans laquelle les parents, la famille et les amis parrainent les enfants
- Une prestation musicale des enfants scolarisés dans laquelle ils demandent un petit droit d'entrée qui sera reversé à une bonne cause
- La collecte et le recyclage des déchets
- Les jeunes distribuent des invitations à un événement d'une organisation dans le quartier

Conditions préalables –externes

- Il y'a des écoles dans la zone d'intervention de votre projet ou de votre organisation

Conditions préalables –internes

- La cause est attrayante pour les enfants

Ce dont vous avez besoin

- Une idée originale sur la façon d'impliquer les enfants dans la cause qui est amusante et éducative
- De bons contacts avec les écoles du quartier
- Les bénévoles qui peuvent aider à travailler avec les écoles
- Des documents d'information tels qu'un simple dépliant, une brochure ou une affiche attrayante et intéressante pour les enfants

Risques

- Une approche qui met trop l'accent sur la collecte de l'argent plutôt que sur l'éducation et l'implication des enfants peut être considérée comme une 'mauvaise utilisation' des enfants par le public, donc il y'a un risque de nuire à l'image de l'organisation
- L'investissement en temps est trop important par rapport aux résultats obtenus

8. Les dons périodiques à travers l'adoption de projets

Le fait de recruter des donateurs réguliers est une méthode sûre pour les garder pendant longtemps. Cette approche lie le don au soutien d'un bénéficiaire individuel ou d'un travail spécifique. Il encourage les personnes à donner sur une base mensuelle ou annuelle. Les donateurs continuent à donner pendant longtemps en raison d'un lien émotionnel, tant que leur participation est bien entretenue. Cette manière de donner fonctionne mieux avec les donateurs existants. Les dons périodiques sont une source durable et stable de revenus.

Exemples

- Parrainer l'éducation d'un enfant
- Parrainer un repas pour un sans-abri
- A 'become a friend of' program in which a donor gives money every month or annually

Conditions préalables –externes

- Le public doit être familier avec cette façon de donner
- Un mécanisme de paiement doit être mis en place pour que les dons soient payés régulièrement

Conditions préalables –internes

- La cause est attrayante sur le plan émotionnel
- La cause est reconnaissable et présente une perspective de développement claire

Ce dont vous avez besoin

- Des exemples attrayants de personnes reconnaissables, d'histoires personnelles et de témoignages
- Des options concrètes de soutien qui montrent clairement l'impact de chaque option de don
- Feedback régulier aux donateurs afin de s'assurer de leur soutien continu
- Faciliter le don régulier des donateurs
- Une bonne base de données des donateurs (système) pour assurer un moyen rapide et efficace de rester en contact avec vos donateurs de fonds

Risques

- Inventer des histoires fausses qui ne sont pas conformes aux faits est désastreux pour l'image de l'organisation et peut nuire à sa réputation pendant des années

9. Les collectes

Les collectes peuvent être une stratégie efficace pour recueillir des fonds aussi longtemps que l'on peut mobiliser assez de gens qui veulent faire la mobilisation. Il existe différents types de collectes:

- Collectes dans les églises et dans la communauté locale
- Collecte de maison à maison, où une personne visite des maisons et demande du soutien
- Collectes de rue, où les agents de collecte demandent aux gens dans les rues de faire un don
- Boîtes de collecte dans les magasins, les entreprises ou dans les lieux publics
- Boîtes de collecte chez les partisans d'une organisation

La force d'une mobilisation est que, au fil du temps, on peut atteindre un très large public. Outre la collecte de fonds, une mobilisation peut également avoir un impact en termes de sensibilisation et de publicité pour une cause.

Exemples

- Une boîte de collecte dans les magasins locaux de la communauté
- Une boîte de collecte dans un hôtel proche de l'organisation
- Une boîte de collecte dans un magasin ou un hôtel dans une grande ville, appartenant à une personne de la région où l'organisation intervient

Conditions préalables –externes

- Approbation des autorités et / ou des propriétaires du lieu
- Coopération avec une banque afin de traiter la trésorerie
- Sécurité pour les agents de collecte

Conditions préalables –internes

- L'organisation est connue du public ou la cause recueillie est facile à expliquer
- Un groupe de bénévoles pour la collecte et de coordonnateurs de collecte
- Un système administratif efficace pour traiter les fonds collectés
- De bonnes connexions avec les entreprises ou d'autres endroits où l'on veut placer une boîte de collecte

Ce dont vous avez besoin

- Un système bien structuré et fiable de collecte de fonds (autorisation adéquate pour les collectes, bonnes procédures de comptage, de transfert et d'administration)
- Matériels de collecte: conteneurs / boîtes ou enveloppes antivol, matériels de promotion tels que dépliants et autocollants

Risques

- Etant donné que cet outil de collecte de fonds implique de l'argent comptant, il y'a un plus grand risque de vol et de fraude, ce qui peut nuire à votre image en tant qu'organisation

10. La vente de produits

Cela implique la vente de produits à partir desquels une part (de préférence importante) des bénéfices va à l'organisation. Vous pouvez penser à des produits fabriqués par l'organisation elle-même, par les bénéficiaires de l'organisation, par la communauté, ou par ceux produits en licence et vendus par des canaux commerciaux. Les ventes de produits ont l'avantage que les acheteurs reçoivent quelque chose de tangible en retour de leur argent et qu'on se souvient d'eux à travers l'organisation quand on utilise le produit.

D'autre part, cela peut s'avérer une entreprise financièrement risquée qui exige un niveau de compétence très différente d'une organisation. Une recherche approfondie, des partenaires compétents et un démarrage à petite échelle sont donc recommandés

Exemples

- Vente de cartes de vœux ou autres produits fabriqués par les bénéficiaires de l'organisation
- Une petite vente au marché avec de la nourriture faite maison comme des gâteaux, des biscuits, des pains, etc.
- Vente de produits offerts par différents sponsors

Conditions préalables –externes

- Un public intéressé et disposé à acheter les produits

Conditions préalables –internes

- Les membres de l'organisation et / ou les bénévoles qui possèdent une expertise et une expérience

Ce dont vous avez besoin

- Une bonne idée à laquelle s'intéressent les acheteurs potentiels
- Un plan comportant un budget
- De préférence trouver des sponsors qui peuvent couvrir les coûts de production afin de faire le profit le plus élevé possible

Risques

- Risque de pertes en raison de la vente de biens ou d'une production trop optimiste