



GUIDE D'APPROCHE AUX GRANDS DONATEURS

Collecte de dons majeurs

- Les dons majeurs NE DOIVENT PAS nécessairement dépasser les six chiffres pour être considérés comme majeurs, et ils ne sont pas réservés aux campagnes d'investissement.
- Il n'y a pas de meilleur moyen d'améliorer votre programme de dons annuels que de l'enrichir d'un don majeur : c'est un signal de la part du donateur que son engagement envers l'organisation est solide.
- Un programme de dons majeurs est la suite logique d'une relation réfléchie et stratégique avec le donateur, à partir du moment où il fait son premier don.

Qu'est-ce qu'un don majeur, en réalité?

- La première décision à prendre est de déterminer ce qu'un don majeur signifie pour vous et ce processus de réflexion est généralement facilité par les données disponibles sur les donateurs.
- Il est important de noter que le terme « don majeur » a une signification différente pour chaque organisation.

Comment déterminer ce qu'est un don majeur?

- Combien de donateurs avez-vous aux différents niveaux de dons?
- N'oubliez pas qu'une bonne dose d'optimisme prévoyant devrait aussi faire partie de cette analyse.
- Cette analyse de données exclut les subventions gouvernementales et les dons corporatifs ou de fondations.

Voici deux exemples de la façon dont vous pouvez déterminer la valeur d'un don majeur :

Option n ° 1 :

- Consultez votre base de données pour identifier vos cinq principaux donateurs individuels. Si vous avez des donateurs qui donnent à partir de leur fondation familiale, mais que vous n'avez pas besoin de soumettre des demandes de subvention, vous pouvez les inclure dans cette liste (il s'agit en fait de particuliers qui donnent par l'intermédiaire d'une fondation).
- Quelle est la fourchette de don de vos cinq principaux donateurs ? L'un de ces dons est-il nettement supérieur aux quatre autres?
- Si vous dressiez une liste de 25 donateurs, se situeraient-ils tous à un niveau supérieur similaire? Ou bien les quelques dons les plus importants se distinguent-ils vraiment (y a-t-il une différence significative entre les donateurs les plus importants et le reste de vos donateurs)?

Suite :

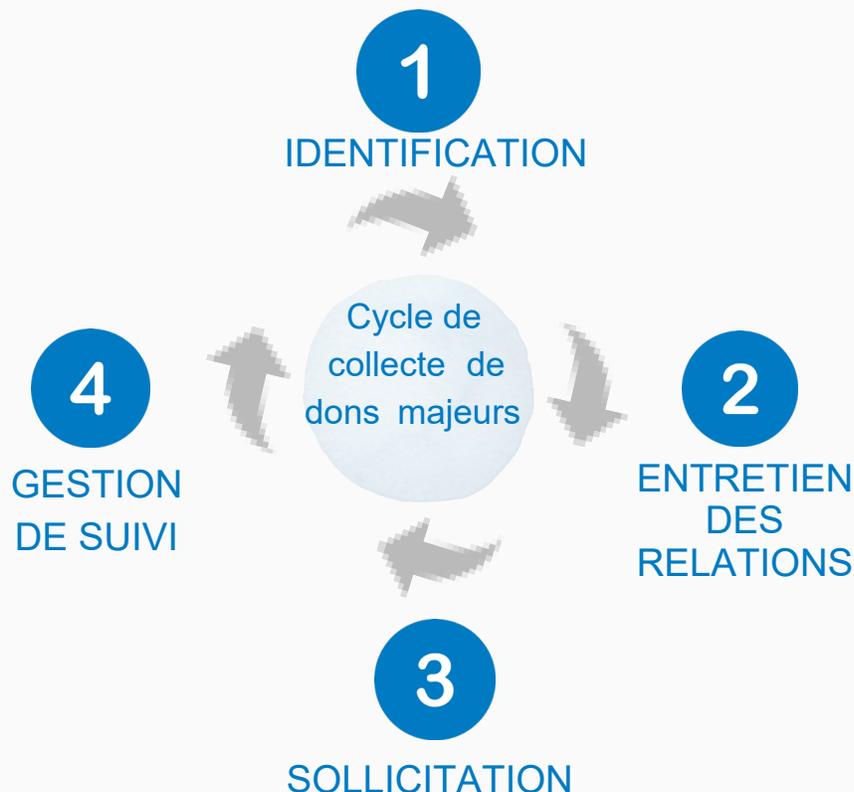
Option n° 2:

- Choisissez un montant qui vous semble être approprié comme don majeur - disons 1 000 \$. Lancez ensuite une requête pour savoir combien de personnes ont donné à ce niveau ou plus (de manière cumulative) au cours des douze derniers mois.
- En fonction du nombre de donateurs que vous avez, si plusieurs personnes ont donné plus que ce montant, il est trop bas. Si vous n'avez aucun donateur de ce montant, il est peut-être trop élevé.
- Un montant approprié pour un don majeur est celui pour lequel vous avez reçu quelques dons de cette taille ou juste au-dessus du niveau supérieur (qu'il s'agisse d'un montant de 2 500 \$ ou 10 000 \$).

Maintenant, discutez en équipe sur ce que les résultats obtenus vous inspirent - sont-ils réalistes? Êtes-vous suffisamment optimistes - c'est-à-dire, est-ce que vous vous fixez un objectif trop ambitieux lorsque vous définissez ce qu'est un don majeur pour vous?

Les quatre étapes de la collecte de dons majeurs

Il y a quatre étapes critiques dans le cycle de la collecte de fonds majeurs :



Étape n° 1 : IDENTIFICATION

Si vous voulez réussir vos collectes de fonds (et en particulier vos collectes de dons majeurs), l'une des premières étapes consiste à identifier qui vous allez solliciter. Votre objectif devrait être de dresser une liste des 20 principaux donateurs potentiels avec lesquels vous allez travailler cette année. Ce nombre peut varier en fonction de votre point de départ et de l'état de vos données.

Tel que mentionné précédemment, il existe plusieurs façons d'identifier les prospects (donateurs potentiels), mais voici quelques autres facteurs à prendre en compte dans vos calculs :

N° 1 : Qui sont vos principaux donateurs cumulatifs?

Pensez à ceux qui ont donné le plus, cumulativement, au cours des deux ou trois dernières années. Il est important d'utiliser les dons cumulés comme critère, car si vous recherchez simplement toute personne qui a donné plus de 1 000 \$ (en une seule fois), vous risquez d'omettre des donateurs qui viennent à chaque événement et qui ont donné de plus petits montants tout au long de l'année.

N° 2 : Qui sont vos donateurs les plus fidèles?

Commencez par noter les personnes qui ont donné au moins sept fois au cours des dix dernières années. Ce groupe est très différent de celui des plus grands donateurs, car il n'y a pas de montant minimum de don requis pour figurer sur cette liste. En d'autres termes, cette liste peut inclure des personnes qui donnent 10 \$ par an, mais qui le font régulièrement, année après année.

La raison pour laquelle vos donateurs fidèles sont importants est qu'ils constituent vos meilleures perspectives de dons planifiés. En outre, la fidélité est rare de nos jours dans le domaine de la collecte de fonds. Il est plus important d'avoir un donateur engagé de faible niveau qu'un donateur qui donne une fois et ne donne plus jamais.

CONSEIL : Ces donateurs (ceux qui ont le plus donné et qui sont les plus fidèles) seront vos MEILLEURS candidats aux dons individuels. Ils ont déjà une affinité avec la Société et le montrent en donnant de l'argent – ce sont aussi les personnes avec lesquelles vous voudrez entretenir des relations solides et durables.

Étape n° 2 : ENTRETIEN DES RELATIONS

La collecte de fonds consiste essentiellement à établir des relations et à affirmer que « les gens donnent aux gens ». Les donateurs veulent faire confiance aux personnes des organisations qu'ils soutiennent et les apprécier. L'entretien des relations est le moyen d'y parvenir et constitue une étape importante avant de demander de l'argent. Après tout, vous voulez que votre relation avec le donateur soit bien plus que de nature transactionnelle.

Il est probable que vous connaissiez déjà un grand nombre des personnes figurant sur votre liste - il s'agit peut-être de membres du conseil d'administration ou d'autres bénévoles. Que vous les connaissiez ou non, vous devez commencer à réfléchir stratégiquement à la manière de les inciter à envisager de soutenir la Société de manière plus importante... en faisant un don majeur.

Vous devez créer un plan pour chacune des personnes figurant sur votre liste. Tous les plans peuvent être similaires, mais vous devrez les adapter en fonction de votre relation existante avec chaque personne et de votre connaissance de leurs intérêts individuels en matière de dons.

5 étapes pour établir des relations solides en matière de dons majeurs : (dans l'ordre qui vous convient, à vous et à la Société)

N° 1 : Organisez une réunion privée en face à face :

C'est un impératif. Vous ne pouvez pas discuter d'un don majeur dans un contexte de groupe. Vous pouvez le faire au début de la relation ou vers la fin, mais vous ne pouvez pas le contourner.

Plus d'une personne peut participer à une réunion en face à face - généralement un membre du conseil d'administration et le directeur général ou la personne chargée du développement des fonds. La réunion peut avoir lieu au domicile ou au bureau du prospect et peut durer entre 15 minutes et une heure.

N° 2 : Invitez-les à voir votre programme en action :

Persuadez chacun de vos prospects de faire une visite guidée, de visiter un programme ou d'assister à un événement. Choisissez quelque chose qui, selon vous, aura le plus grand impact sur cette personne.

N° 3 : Incitez vos prospects à faire du bénévolat :

Invitez vos prospects à faire du bénévolat dans un comité, dans un service direct, de façon ponctuelle ou permanente. Le bénévolat rapproche les gens de la société et les rend plus enclins à donner.

N° 4 : Fournissez des mises à jour régulières :

Les mises à jour sur vos programmes et services peuvent être transmises par téléphone, par courriel, en personne ou par une note écrite à la main. Les mises à jour devraient être communiquées au moins deux fois par an à tous les prospects figurant sur votre liste.

Étape n° 2 : ENTRETIEN... (suite)

N° 5. Apprenez à mieux connaître vos grands donateurs potentiels

L'un des objectifs de l'entretien des relations est d'apprendre à mieux connaître vos donateurs potentiels. Pour ce faire, vous devez leur poser une série de questions ouvertes, notamment :

- Comment êtes-vous entré en contact avec la Société?
- Pourquoi avez-vous décidé de commencer à donner? Pourquoi continuez-vous à donner?
- Pourquoi pensez-vous qu'il est important de soutenir notre mission?
- Qu'est-ce que vous aimez dans notre Société? Qu'aimeriez-vous voir amélioré?
- Si vous pouviez réparer ou améliorer une chose dans notre Société, notre communauté ou le monde, quelle serait-elle?

Ces questions les encouragent à réfléchir à la Société à un niveau plus profond et à envisager comment ils peuvent s'impliquer pour rendre le monde meilleur.

Étape n° 3 : SOLLICITATION (i.e. la demande)

Lorsque vous êtes prêt à demander un don majeur à vos donateurs potentiels, commencez par les trois principaux. Appelez-les et organisez une « réunion de demande » avec chacun d'eux. Après avoir organisé vos réunions, vous fixerez des réunions avec les trois prochains principaux donateurs potentiels et ainsi de suite.

Programmation de vos « réunions de demande »

Lorsque vous appelez un donateur potentiel, expliquez-lui que vous souhaitez faire un suivi de vos discussions précédentes et/ou parler spécifiquement de la manière dont il pourrait aider la Société, un projet, une initiative, un événement ou un programme. Par respect pour le donateur potentiel, la raison de votre visite ne doit pas être tenue secrète.

CONSEIL : S'il vous demande si vous venez lui demander de l'argent, dites OUI. Il s'agit d'une relation, et les relations se construisent sur la confiance et l'honnêteté. Le donateur ne doit pas être surpris lorsque vous lui demanderez de l'argent et vous devez être sûr de votre rôle.

Voici un exemple de ce que vous pouvez dire lors de l'appel téléphonique et de ce qu'il faut dire s'il vous demande si vous venez lui demander de l'argent.

« Oui, j'aimerais vous rencontrer pour discuter de la manière dont vous pourriez investir dans notre Société, d'une manière plus importante et significative. »

Étape n° 3: SOLLICITATION (suite)

Une fois que vous avez fixé la date, l'heure et le lieu de la réunion, vous avez fait la moitié du chemin.

Qui doit assister à la réunion de demande ?

L'idéal est de se rendre à la réunion de demande avec deux personnes de la Société. Cependant, il est très important que le donateur potentiel ait déjà rencontré l'une des personnes qui vient à cette réunion (de préférence plus d'une fois).

N'oubliez pas qu'il s'agit de relations, et que la personne qui pose la question doit avoir la relation la plus forte avec le prospect.

Dans le meilleur des cas, c'est un membre du conseil d'administration ou un bénévole qui fait la demande. C'est ce qu'on appelle la collecte de fonds de pair à pair. En effet, le membre du conseil d'administration ou le bénévole n'a aucun intérêt financier dans la société, à l'exception de ce qu'il a donné. Ils ont déjà investi leur temps et leur argent et demandent simplement au donateur de faire de même.

Où doit se tenir la réunion de demande ?

La réunion doit avoir lieu dans un endroit calme. Ce n'est pas le moment d'organiser une réunion dans un restaurant. Organisez la réunion au domicile ou au bureau du donateur, ou à l'endroit le plus pratique pour lui.

Certains prospects viendront à votre lieu de réunion. Assurez-vous que la réunion se déroule dans un endroit où vous pouvez avoir une conversation tranquille et confidentielle.

Préparation de votre réunion de demande

Étant donné que la collecte de dons majeurs (c'est-à-dire la collecte de fonds en personne) peut être nouvelle pour vous et/ou pour l'auteur de la demande, il est extrêmement important de vous préparer, de vous exercer et de faire des jeux de rôle. Ne supposez pas que l'auteur de la demande sait ce qu'il fait.

Assurez-vous de savoir à l'avance :

- Qui va ouvrir la réunion?
- Qui posera la question?
- Qui va clore la réunion?

L'auteur de la demande devrait prendre le temps de s'entraîner et de faire des jeux de rôle avec un partenaire.

Enfin, ne quittez jamais votre réunion sans un plan de suivi.

Étape n° 3 : SOLLICITATION (suite)

Que dire exactement lorsque vous demandez?

Voici un langage de « demande » que vous pouvez essayer. Exercez-vous devant le miroir jusqu'à ce que vous vous sentiez plus à l'aise et adaptez-le pour vous et votre donateur.

« Marie, vous avez été une grande supportrice de notre Société et nous voulons vous en remercier encore une fois. Comme vous le savez, la Société a besoin de plus de fonds pour atteindre les objectifs X-Y-Z dont nous avons discuté **ou** dont nous avons parlé aujourd'hui. »

Si c'est un membre du conseil d'administration ou un bénévole qui pose la question, il devrait dire à ce moment-là qu'il a donné ce qu'il peut, puis continuer... « Je suis ici aujourd'hui pour vous demander d'envisager un don de l'ordre de 5 000 \$ (ou un montant déterminé avant la réunion) pour soutenir le programme Au nord du 60^e ». (Insérer votre programme spécifique)

Remarquez la formulation dans l'exemple ci-dessus :

- Envisager un don;
- Fourchette de 5 000 \$ – un montant spécifique;
- Programme Au nord du 60^e – un programme ou un service spécifique.

CONSEIL : Veillez à indiquer un montant précis pour soutenir un programme ou un service spécifique (même s'il s'agit d'un don de fonctionnement non affecté - dites « soutien général de la Société »).

Enfin, assurez-vous de savoir comment répondre à un « non » ou à un « peut-être ». Il s'agit d'une étape très importante dans le processus d'engagement du donateur. Voici quelques exemples de chaque scénario :

Lorsqu'un donateur dit « oui »

Disons que vous demandez à quelqu'un de faire un don important et qu'il dit « oui », que faites-vous?

D'abord, vous le remerciez, bien sûr. Ensuite, demandez-lui comment il souhaite faire son don.

Prévoit-il faire un chèque ou faire le don en ligne? Souhaite-t-il payer par carte de crédit par téléphone ou par un don d'actions? Ne quittez pas la réunion avant d'avoir déterminé le « quand » et le « comment », sinon vous pourriez vous retrouver dans la position délicate de devoir demander à nouveau ou de devoir le rappeler.

Après votre départ, assurez-vous d'effectuer un suivi, comme promis. En outre, envoyez une lettre de remerciement avec un mot personnel le jour même (ou le lendemain). Un appel de remerciement est également de mise pour un don majeur et doit provenir du président du conseil d'administration et/ou du directeur exécutif.

Enfin, notez si vous avez demandé trop peu. Après tout, le donateur a dit « oui » tout de suite et n'a pas eu besoin d'y réfléchir longtemps. Demandez davantage l'an prochain.

Étape n° 3 : SOLLICITATION (suite)

Lorsqu'un donateur dit « peut-être »

« Peut-être » est en fait une bonne réponse. Cela signifie que vous avez demandé tellement que la personne a besoin d'y réfléchir, et pas tellement qu'elle a immédiatement dit non.

Si c'est le cas pour vous... bravo! Vous avez trouvé le bon filon.

Lorsqu'une personne dit qu'elle doit y réfléchir ou qu'elle dit « peut-être », vous devez avoir une réponse prête. Par exemple, posez quelques bonnes questions telles que :

Puis-je vous donner plus d'informations pour vous aider à prendre votre décision?

Avez-vous des questions auxquelles je n'ai pas répondu?

Encore une fois, ne quittez pas la réunion sans un plan de suivi. Demandez quand vous pourrez faire un suivi pour savoir si la personne a pris une décision.

Une fois que vous avez convenu d'une date et d'une heure dans un avenir proche (1 à 2 semaines), c'est à vous de faire le suivi. Si vous ne le faites pas, c'est comme si vous n'aviez jamais posé la question en premier lieu. Le donateur ne donnera pas suite à votre demande.

Lorsqu'un donateur dit « non »

Certains des meilleurs collecteurs de fonds sont ceux qui savent transformer un « non » en « oui ».

Parlons du « non » sous deux angles différents : le « non ferme » et le « non mou ».

Un « non ferme » est un « non » du type « pas maintenant, pas jamais », et vous ne devriez pas obtenir ce type de réponse si vous gérez correctement votre entretien de relations.

Supposons donc que vous obteniez un « non catégorique », ce qui peut signifier plusieurs choses, dont les suivantes :

- Un mauvais moment (« Pas maintenant. Je viens d'être licencié de mon travail », par exemple).
- Un mauvais montant (trop ou trop peu).
- Un mauvais projet (la personne aime la Société, mais elle est vraiment intéressée par un programme différent de celui que vous avez recommandé pour un don).

Il peut y avoir aussi une variété d'autres raisons. Dans le cas d'un non catégorique, votre travail consiste à aller au fond des choses et à transformer le « non » en « oui ».

Étape n° 3 : SOLLICITATION (suite)

Préparez des questions ouvertes et retournez la question à la personne interrogée. Dites quelque chose comme...

« Je suis désolé d'entendre cela. J'avais l'impression que vous seriez intéressé à soutenir le programme (projet) de manière plus significative. Pouvez-vous m'en dire un peu plus sur la façon dont vous voulez aider ou sur ce que vous envisagiez? »

Votre travail consiste à maintenir la conversation et le dialogue ouverts. Demandez-lui s'il a besoin de plus d'informations, de temps ou d'autre chose. Dites-lui que vous espérez poursuivre la conversation.

Soyez aimable et vraiment reconnaissant. Remerciez-le de son temps et de tout ce qu'il a fait pour la Société jusqu'à présent.

Ensuite, établissez un plan de suivi qui vous permettra de revenir sur la question (à moins qu'elle ne doive d'abord s'engager davantage, auquel cas invitez-la à un événement et/ou à faire à nouveau du bénévolat).

Étape n° 4 : GESTION DE SUIVI

Ne considérez pas vos donateurs comme des guichets automatiques. Au contraire, concentrez-vous sur eux en tant que personnes et sur ce qu'ils font pour la Société. Comment ils peuvent participer à ce voyage enrichissant avec vous.

Vos donateurs potentiels ne se contentent pas de donner de l'argent - ils sauvent des vies, ils nourrissent les affamés et hébergent les sans-abri, ils éduquent les enfants - ils rendent possible le travail important de notre Société.

Les donateurs sont bien plus que de simples « donateurs ». Tant qu'ils ne se sentiront pas traités en tant que tels, ils n'auront aucune raison de donner davantage.

Pourquoi la gestion de suivi est-elle importante?

On parle souvent de la gestion de suivi comme de la dernière étape de la collecte de fonds. C'est le « merci » qui suit un don. Cependant, vous devez penser à la gestion des dons bien avant d'en demander.

Comment prévoyez-vous remercier vos donateurs pour qu'ils comprennent l'impact qu'ils ont eu sur notre société? Comment pouvez-vous remercier vos donateurs pour qu'ils aient envie de donner encore et encore et encore?

Étape n° 4 : GESTION... (suite)

Malheureusement, il existe des organisations où les donateurs ne sont pas du tout remerciés. Le personnel et les membres du conseil d'administration estiment que ce n'est pas nécessaire, et se demandent ensuite pourquoi ils ont du mal à recueillir des fonds! Pensez-vous que vous donneriez à nouveau à une organisation qui ne vous a pas remercié?

Comment créer un plan de gestion de suivi simple :

Un plan de gestion simple qui complète votre collecte de dons majeurs peut être créé en répondant à quelques questions :

- Qui assurera le suivi de vos donateurs?
- Quand feront-ils ce suivi?
- Comment (spécifiquement) feront-ils ce suivi?
- Quelles sont les possibilités de reconnaissance pour les dons majeurs?

Pensez-y... tous les donateurs seront-ils traités de la même façon ou aurez-vous un plan différent selon les différents montants de dons majeurs?

CONSEIL : Une bonne règle générale est qu'un donateur devrait être remercié de plusieurs façons par plusieurs personnes. En outre, il faut toujours lui dire comment son don a été utilisé (suivi) avant de lui demander un autre don.

Qui assurera le suivi?

Qui remerciera vos donateurs ? Les membres du conseil d'administration? Les bénévoles? Le personnel?

Quand feront-ils ce suivi?

Combien de temps après le versement d'un don majeur les donateurs recevront-ils leur premier remerciement? Le deuxième? Quand recevront-ils une mise à jour sur la façon dont le don a été utilisé et l'impact qu'il a eu?

Comment feront-ils ce suivi?

Vous devriez organiser une réunion de suivi en personne pour tous les donateurs importants. En outre, recevront-ils une carte ou une note écrite à la main? Seront-ils mentionnés dans votre prochain bulletin d'information ou dans votre rapport annuel? Et sur votre site Internet?

Qu'en est-il des possibilités de reconnaissance?

Certaines organisations ont des endroits désignés pour reconnaître publiquement les contributions majeures? Quelle forme cela prendrait-il, si possible? Par exemple, une plaque, une reconnaissance numérique ou un visuel artistique quelconque?

Étape n° 4 : GESTION... (suivi)

La dernière réunion de suivi

En fin de compte, vous voudrez avoir au moins trois réunions par an avec vos prospects de dons majeurs.

- La rencontre initiale de prospection;
- La réunion de demande;
- La réunion de suivi;
- La réunion de suivi vient en dernier, après que le don a été fait.

N'oubliez pas que vous ne les remerciez pas simplement pour une liasse de billets, mais pour avoir contribué à la réalisation de votre mission. Davantage d'enfants seront-ils nourris grâce à eux? Quelle différence leur don a-t-il réellement fait?

Si vous demandez aux membres du conseil d'administration ou aux bénévoles de passer des appels de remerciement, préparez des sujets de discussion pour eux. Doivent-ils laisser des messages? (Oui!) Doivent-ils laisser un numéro de retour? Quel numéro? Le leur ou celui de la Société? Faites ce qui convient le mieux à la Société.

Si vous vous attendez à ce que le membre du conseil d'administration, le bénévole ou le directeur général écrive des notes personnelles, rédigez un modèle de note. Fournissez le papier à lettre avec des détails sur le donateur.

Une fois que vous êtes prêt à assurer la gestion de suivi, vous êtes prêt à commencer à demander des dons majeurs!

L'ENTRETIEN DE VOTRE PROGRAMME DE DONS MAJEURS

Une fois que vous avez établi un programme de collecte de dons majeurs, vous devez l'entretenir! Vous devez investir du temps et des ressources dans la collecte de dons majeurs.

Voici deux conseils pour vous aider à garder le cap sur la collecte de dons majeurs.

L'ENTRETIEN DU PROGRAMME (suite)

No 1. Ayez régulièrement des réunions sur les dons majeurs

Les organisations caritatives et à but non lucratif qui réussissent ont une chose en commun : elles organisent régulièrement des réunions de l'équipe de développement pour maintenir l'élan, l'énergie positive et les progrès.

Incluez tous les membres de votre équipe de dons majeurs – le directeur général, le responsable du développement des fonds, l'adjoint administratif (s'il aide à planifier les réunions ou à envoyer des notes de remerciement ou toute autre tâche connexe) et les principaux membres du conseil d'administration et bénévoles.

No 2. Prévoyez du temps pour la discussion

- Qui, parmi vos 20 donateurs majeurs potentiels, est prêt à être sollicité? Qui organisera la réunion de demande? Quel montant allez-vous demander?
- Avec qui (sur votre liste) devriez-vous entretenir davantage de relations? Passez en revue les plans de relation pour chaque prospect lors de la réunion. Qui (dans votre équipe) sera responsable des activités d'entretien?
- Qui a été sollicité au cours du mois dernier (depuis votre dernière réunion)? Qu'ont-ils répondu? Quel suivi doit être effectué? Qui est responsable de ce suivi?
- Définissez les tâches à accomplir au cours du mois prochain.

Enfin , ne cédez pas à la peur ou à la frustration au cours de ce processus passionnant. Restez ferme dans vos motivations et dans votre conviction que ce que vous faites et les personnes avec lesquelles vous vous engagez font tous partie de la solution pour aider ceux qui ont besoin de notre soutien.

Si vous abordez un programme de dons majeurs avec incertitude, cela transpirera certainement lorsque vous rencontrerez les donateurs potentiels. Ne sous-estimez pas la valeur de votre propre engagement financier envers la Société, surtout si vous êtes membre du conseil d'administration. Le fait d'être impliqué dans le jeu vous rend automatiquement authentique dans votre « demande » et digne de confiance aux yeux du donateur.

Un programme de dons majeurs repose sur l'engagement patient et méthodique de ceux qui, jusqu'à présent, n'étaient pas conscients de l'impact significatif qu'ils peuvent avoir sur la vie d'un étranger. C'est à vous de les emmener dans ce voyage d'une manière qui transcende la valeur de leur don à l'organisation.