



CONSEILS POUR LA COLLECTE DE FONDS SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

Conseils pour la collecte de fonds sur les médias sociaux

Recrutez une personne connaissant bien les médias sociaux

Recrutez ou nommez un responsable de la collecte de fonds qui connaît bien les médias sociaux.

Veillez à ce que vos actions respectent votre énoncé de mission

Montrez à votre public comment vos actions et initiatives respectent votre énoncé de mission. Plutôt que répéter l'énoncé de mission dans vos messages, montrez le résultat de vos actions par des mises à jour fréquentes. Cela contribuera à créer une relation et un soutien.

Rappelez-vous toujours à qui s'adresse votre message

Chaque message doit être rédigé en tenant compte du public ciblé. Veillez donc à expliquer le programme spécifique pour lequel vous recueillez des fonds et comment il s'inscrit dans votre œuvre. Gardez cela à l'esprit lorsque vous utilisez des mots à la mode ou des acronymes. Prenez quelques minutes et demandez-vous si votre public a le contexte nécessaire pour comprendre ce dont vous parlez et, dans le cas contraire, expliquez brièvement.

Planifiez stratégiquement votre campagne de financement sur les médias sociaux

Une campagne est différente d'une publication de médias sociaux ordinaire, car il s'agit d'une série planifiée de publications avec un objectif et une demande spécifiques. Cela fonctionne bien pour les collectes de fonds ciblées et peut également contribuer à sensibiliser le public, notamment en obtenant plus de « j'aime » sur Facebook ou plus d'inscriptions à votre infolettre, si vous en avez une. Si vous le faites correctement, vous atteindrez vos objectifs et la campagne prendra fin avant que le public ne s'en lasse. Évitez de publier trop de demandes, ce qui peut engendrer une certaine lassitude dans l'intérêt du public et la compassion.

Les mots et les photos fonctionnent ensemble

Associez les mots aux photos et les photos aux mots. Chaque publication sur les médias sociaux est l'occasion de montrer et de raconter. Une légende doit ajouter du sens à une photo publiée et une photo doit ajouter du sens à une légende. Ils doivent toujours travailler ensemble pour raconter une histoire complète et approfondie.

Des messages réguliers et intéressants retiennent votre public

Travaillez à susciter un intérêt naturel en augmentant votre engagement au fil du temps. Vous y parviendrez en publiant régulièrement du contenu que votre public trouve intéressant. Bien qu'il n'existe pas de règle fixe sur la fréquence de publication des messages sur les médias sociaux, il est recommandé de publier 3 à 5 messages par semaine sur 1 à 2 plateformes. Si les publications sont trop peu fréquentes, elles ne donnent pas l'impression d'être actives.

Diversifiez votre contenu

Diversifiez votre contenu en planifiant ce que vous allez publier une ou deux semaines à l'avance et veillez à ce que chaque message partagé dans une semaine soit différent des autres. Les idées à partager peuvent inclure :

- a) Réussites de projets et programmes, à petite ou à grande échelle – inutile d'attendre les gestes extraordinaires. Même si les projets ou programmes avancent lentement, le partage des plus récentes nouvelles démontre une évolution.
- b) Financement – assurez-vous de pouvoir recueillir des dons directement sur les médias sociaux tels que Facebook.

Conseils pour la collecte de fonds sur les médias sociaux (suite)

- c) Partagez des données – Fournissez des statistiques sur le travail que vous faites, par exemple le nombre de personnes (familles, adultes et enfants) aidées et la manière dont elles l'ont été, les projets mis en œuvre et/ou achevés, ou tout travail dont vous êtes fier.
- d) Ressources disponibles pour les personnes que vous servez – En plus d'obtenir un soutien pour votre travail par le biais des médias sociaux, il peut également s'agir d'un outil pour le travail lui-même, en donnant aux gens des conseils sur les ressources auxquelles ils peuvent s'adresser pour avoir de l'aide ou en partageant des liens pour répondre à leurs besoins.
- e) Possibilités de bénévolat – Utilisez votre média social pour le réseautage, le recrutement et la recherche des personnes qui croient en votre travail, lorsque vous recherchez de nouveaux membres d'équipe.

Graphiques, photos ou affiches

Créez des graphiques spécifiques aux médias sociaux ou sélectionnez une photo pertinente (photos/images de bonne qualité) – vous pouvez créer une affiche optimisée pour la plateforme que vous utilisez. Vous pouvez facilement créer des affiches de différentes tailles grâce à un service de conception gratuit appelé Canva, disponible sur <https://www.canva.com>. Limitez le nombre de mots utilisés. Si vous avez choisi de ne pas utiliser de posters, vous pouvez utiliser des publications avec des photos simples, en général plus performantes. Lorsque vous choisissez une image pour une publication, utilisez des photos attrayantes de personnes ou du travail que vous faites. N'oubliez pas d'associer la légende à la photo.

Facilitez la tâche pour vos donateurs

Faites en sorte que les gens puissent donner facilement. Lorsque vous préparez un appel à l'aide, vous devez fournir des moyens simples pour que les gens puissent faire un don ou s'impliquer. Incluez un lien direct vers « Donner » ou un lien vers un site web fournissant des informations sur la manière d'en savoir plus et de s'impliquer. Lorsque vous partagez un lien sur Facebook ou Twitter, une image apparaît automatiquement avec le message : la vignette. Cette image permet aux gens de juger rapidement s'ils veulent en savoir plus en cliquant sur l'image. Vous devez donc vous assurer que cette vignette est attrayante. Prévisualisez vos messages et modifiez l'image si nécessaire. Lorsque vous recueillez des fonds pour une bonne cause, vous devez établir des liens, convaincre les gens et faire passer le mot, en ligne et hors ligne.

Droits d'auteur

N'utilisez pas d'idées ou de concepts soumis à des droits d'auteur, sauf si vous obtenez les droits ou l'autorisation nécessaires.

Photos et images

Utilisez les photos et les images avec le consentement nécessaire de la personne ou du photographe.

Surveillez les messages d'activité

Étant donné que l'activité des médias sociaux est instantanée et que toutes les activités se déroulent en « temps réel », surveillez souvent vos sites de médias sociaux et les messages d'activité pendant toute campagne de financement. Supprimez les commentaires peu flatteurs; il y en aura toujours, quelle que soit l'initiative positive du programme.

Conseils pour la collecte de fonds sur les médias sociaux (suite)

Tenir les donateurs informés

Tenez les donateurs informés, via les médias sociaux, du succès de la campagne de financement; remerciez-les de leur participation et expliquez-leur comment les fonds recueillis seront utilisés.

Protégez les informations personnelles

Protégez toute information personnelle recueillie pendant la collecte de fonds sur les médias sociaux ou ailleurs.

Republier ou retweeter des informations

Veillez à ne pas rediffuser ou retweeter des informations diffamatoires qui auraient pu être publiées par inadvertance ou intentionnellement sur vos sites de médias sociaux.

Les médias sociaux comme extension

Utilisez les médias sociaux comme une extension – et non un remplacement – de votre collecte de fonds traditionnelle.