

Combiner la technologie numérique aux tactiques traditionnelles a permis d'accroître les fonds amassés de 400 %.

Lors du match des Sénateurs d'Ottawa à la maison en mars 2013, la Fondation s'est associée à la FDSFC pour lancer une campagne de don par texto en appui au 9<sup>e</sup> téléthon annuel de la maison Roger Neilson.

La campagne a fait appel à la télévision, à la presse imprimée, aux médias sociaux et à des célébrités locales pour sensibiliser le public et offrir un nouveau moyen accessible de financer les soins palliatifs pour enfants.

## POINTS SAILLANTS

Frapper fort avec les services mobiles :

- Viser la simplicité : une méthode facile à utiliser pour maximiser les dons.
- Miser sur les moments de grande visibilité : les annonces faites pendant les matchs et le recours aux médias sociaux en renfort ont accru la participation.
- Attrait des célébrités : des joueurs et des célébrités locales ont fait la promotion de la campagne à la télévision et dans les médias sociaux, ce qui lui a donné une grande visibilité et inspiré les fans de l'équipe à faire des dons.
- Approche multicanal : une démarche coordonnée sur plusieurs plateformes stimule la portée et la mobilisation.

## UNE NOUVELLE FAÇON DE FAIRE

Afin de maximiser l'impact du téléthon qu'elle tient chaque année pour la maison Roger Neilson, la Fondation des Sénateurs d'Ottawa a combiné un appel aux dons par texto clair et convaincant à une stratégie de promotion multicanal dynamique.



En interpellant les fans en direct durant les matchs, en obtenant l'appui de personnalités locales et en offrant des options de dons mensuels, la campagne a diversifié les points de contact avec les donateurs et favorisé la durée des retombées.

## LES CHIFFRES

Des messages percutants sont essentiels au succès de la campagne, un grand nombre de donateurs ayant répondu favorablement à des énoncés qui établissaient un lien clair entre leurs dons et leurs effets concrets.



**1 700**  
DONATEURS



**15 730 \$**  
AMASSÉS GRÂCE AUX DONS PAR TEXTO



**35**  
ONT ACCEPTÉ DE FAIRE UN DON RÉCURRENT CHAQUE MOIS



**10 %**  
DES DONATEURS ONT FAIT PLUS D'UN DON

## LES CLÉS DU SUCCÈS



➔ Le programme de don par texto est un moyen simple et pratique d'engager la conversation en temps réel avec les amateurs durant les matchs.

➔ L'option de répéter les dons permet de convertir les dons uniques en dons récurrents.

➔ Les activités de promotion avant et pendant les matchs offrent une grande visibilité et permettent de mobiliser le public.