



Depuis plus de 30 ans, le Groupe communautaire L'itinéraire a un apport vital à la société montréalaise, faisant du journalisme, de l'entreprise sociale et de l'action communautaire des outils pour aider les personnes en situation d'itinérance ou marginalisées. Le magazine *L'itinéraire* est au cœur de sa mission. Rédigé, distribué et vendu par ses camelots, le magazine leur procure une source de revenus et leur permet de prendre leur place dans la société avec dignité.

Collaborant avec la FDSFC depuis 2019, le Groupe communautaire L'itinéraire utilise le don par texto pour appuyer sa mission. Sa stratégie repose sur un appel à l'action simple et accessible : « Textez "CAMELOT" au 30333 pour faire un don de 5 \$ ».

## POINTS SAILLANTS

- Depuis 2019, L'itinéraire a amassé plus de 28 000 dollars, à coup de milliers de petits dons.
- L'organisme renouvelle son message de suivi deux fois par mois, en insérant un lien vers la dernière édition de son magazine, transformant un banal merci en expérience dynamique.
- L'emploi stratégique de mots-clés secondaires lui permet de suivre des initiatives et des lieux en particulier tout en conservant le mot-clé principal.

## — STRATÉGIE DE CAMPAGNE —

### Étoffer le message de suivi pour le garder actuel



L'itinéraire renouvelle le message de suivi qu'il envoie aux donateurs deux fois par mois. Au lieu d'un simple remerciement, les donateurs reçoivent un lien vers la plus récente édition du magazine.

Chaque donateur obtient donc un accès immédiat aux histoires et aux voix d'acteurs de changement social. Le message apporte plus qu'une simple confirmation : il livre du contenu authentique et garde la mission dans l'esprit du donateur longtemps après son don de 5 \$.

### Utilisation judicieuse de mots-clés secondaires

L'organisme emploie aussi des mots-clés secondaires pour suivre des initiatives, des campagnes et même des lieux particuliers. Cette granularité plus fine lui permet de voir ce qui fonctionne de manière plus pointue sans avoir à modifier le mot-clé qui lui sert de carte d'identité auprès du grand public.

En voici des exemples :

- camelotMARC
- camelot44

Cet autre mécanisme est utilisé dans les médias sociaux, surtout dans des moments comme la grève des Postes, où il a servi à encourager les sympathisants à la cause à texter certains mots-clés pour pouvoir continuer à lire leur magazine.

Plutôt que de mettre ses communications en pause pendant la grève, l'organisme a pu se rabattre avec succès sur les services mobiles.



## — LES CHIFFRES —



28 170 \$

AMASSÉS DEPUIS 2019



5 394

DONS EFFECTUÉS DEPUIS 2019