

EN VEDETTE

MESSAGES DE SUIVI ADAPTABLES



Le don, c'est là où commence la relation. Le message de suivi, c'est le souffle qui l'alimente.

Avec la FDSFC, vous pouvez envoyer un message texte personnalisé à vos donateurs dans les secondes qui suivent le don — pendant qu'ils sont encore émotivement engagés. Il s'agit d'un moyen simple de rester présent dans l'esprit des donateurs, de tisser des liens de confiance avec eux et de les conduire à l'étape suivante de votre relation.

LE DÉFI

Un grand nombre de personnes font un don, une fois, puis disparaissent de votre écran radar. Pas par indifférence, mais plutôt par l'absence de directive claire pour poursuivre la conversation. Ne pas faire de suivi en temps opportun, c'est rater l'occasion :

- De souligner les répercussions du don à la personne qui l'a fait.
- De bâtir une relation fondée sur la confiance et l'engagement envers une cause commune.
- De favoriser une implication plus grande ou un soutien continu.

Le don est un geste qui a une grande résonance, mais qui est très bref.

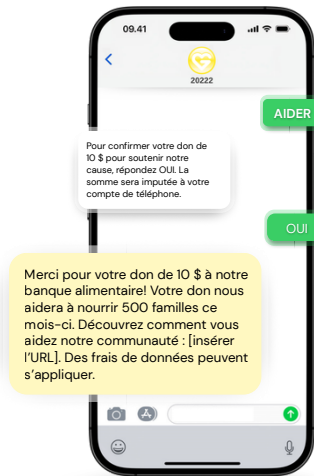
LE RÔLE DE LA FDSFC

Grâce à la flexibilité de la solution de suivi que propose la FDSFC, les organismes de bienfaisance peuvent facilement allonger cette fenêtre. Un court message est envoyé à chaque donateur dans les 30 secondes suivant le don, pour le remercier, l'informer et le guider vers l'étape suivante. Vous pouvez adapter ces messages en fonction des objectifs de votre campagne, par exemple, pour :

- Remercier les donateurs et leur montrer ce que leur don permet d'accomplir.
- Solliciter un deuxième don ou un complément.
- Encourager les dons mensuels.
- Inviter les donateurs à suivre vos bulletins de nouvelles ou votre infolettre.

Chaque message pouvant compter un maximum de 300 caractères (incluant les espaces), il faut bien choisir les mots pour envoyer un message clair, ciblé et qui interpelle.

COMMENT UTILISER



Merci! Votre don de 10 \$ permettra d'offrir 20 paires de chaussettes à des personnes dans le besoin. Vous aimeriez aider davantage en donnant 10 \$ par mois à Socks 4 Souls Canada? Pour accepter, entrez OUI. Pour arrêter, entrez NON. INFO : hmgf.ca/t Des frais peuvent s'appliquer.

Merci! Nous aimerions garder le contact en vous envoyant des nouvelles sur nos activités. Pour vous inscrire : <https://hmgf.ca/4e7i4isf>. Des frais de données peuvent s'appliquer.

Nos toutous sont heureux! Merci d'avoir fait un don de 5 \$ à notre refuge. Vous souhaitez avoir des nouvelles de nos pensionnaires? Abonnez-vous à notre infolettre : [insérer l'URL]. Des frais de données peuvent s'appliquer.

LA TACTIQUE À L'ŒUVRE!

Un simple message peut doubler les dons



Le Fonds Habineige a fait un suivi auprès de ses donateurs pour les inciter à doubler leur don. Après avoir donné 25 \$, les donateurs recevaient un message leur expliquant qu'un habit de neige neuf coûtait 50 \$ pour les inciter à donner les 25 \$ manquants afin de couvrir le prix d'un habit pour un enfant. La clé du succès de cette stratégie?

- Elle impliquait directement le donateur dans le succès de l'opération.
- Elle indiquait clairement l'étape suivante et la rendait réalisable.
- Elle tombait pile au bon moment — immédiatement après le premier don.

Cette deuxième demande n'était pas totalement une surprise. Elle s'inscrivait dans la continuité du premier don pour en maximiser l'incidence.

Le don comme amorce de conversation



La station CKUA a utilisé les messages de suivi dans une optique différente, soit pour bâtir une communauté solidaire. Après avoir effectué un don, les auditeurs pouvaient :

- Raconter leur histoire.
- Faire une demande de pièce musicale.
- Recevoir des remerciements en ondes.

C'était une façon de créer une expérience interactive. Les donateurs ne faisaient pas simplement donner, ils participaient activement au projet. La campagne de collecte de fonds a alors pris une tout autre dimension.

Lancez votre propre campagne : support@mobilegiving.ca