

Parcours de conversion pour le recueil de dons par les ambassadrices et les ambassadeurs

M
O
Y
E
N
S

D
É
P
L
O
Y
É
S



PRISE DE CONSCIENCE
Qualifier le potentiel de don

ÉVALUER SON RÉSEAU

DRESSER UNE LISTE PRÉLIMINAIRE DES CIBLES POTENTIELLES
Évaluer : qui a déjà donné, qui partage vos valeurs ou vos intérêts

QUALIFIER CES CIBLES POTENTIELLES POUR LE MARKETING
Identifier : causes préférées, historique de don, valeur potentielle

CONSIDÉRATION
Attiser l'intérêt de la personne, l'engager

POSITIONNER L'OFFRE

FAIRE UNE PREMIÈRE APPROCHE : LETTRE, COURRIEL, APPEL
Sonder l'intérêt, sonder leurs motivations et leurs intentions

GAGNER LA CONFIANCE

ÉTABLIR ET ENTRETENIR LA RELATION
Respecter sa parole, assurer des suivis systématiques

QUESTIONS
Convaincre la personne qualifiée pour le marketing

DONNER DES PRÉCISIONS

FACILITER L'ÉVALUATION
Transmettre les documents pertinents, répondre aux questions

CONTRER LES OBJECTIONS

QUALIFIER LES CIBLES POUR L'ACTION
Préciser le profil, la valeur ciblée, les contreparties acceptables

DÉCISION
Convaincre la personne qualifiée pour l'action

SUSCITER L'ACTION

AIDER LA CIBLE À DONNER
Demander directement si elle veut donner

- Si oui, passer à l'étape du formulaire d'engagement
- Si non, demander pourquoi, puis proposer une forme alternative d'engagement (voir aide-mémoire)

FIDÉLISATION
Retenir cette relation (↑ valeur totale)
Proposer occasions complémentaires (↑ valeur moy.)

SUSCITER LA RECOMMANDATION

INVESTIR DANS LA RELATION
Remercier personnellement la personne
Demander d'identifier une autre personne
Demander à l'ajouter à la base de données du CMD