

Organiser une activité de financement



QUELQUES CONSEILS AVANT DE PARTIR L'AVENTURE :

Pour que les gens veuillent vous accompagner dans l'aventure de l'activité de financement, vous devez bâtir une relation de confiance afin qu'ils se sentent qu'ils font équipe avec vous. Voici quelques éléments qui peuvent vous aider à la bâtir :

- ✓ Être en mesure de démontrer la valeur de votre expertise sociale
- ✓ Avoir une équipe ou une structure solide qui fera en sorte que le comité sentira qu'il s'appuie sur cette dernière pour la réalisation de l'activité
- ✓ Respecter la capacité de l'organisme à assumer le type d'activité choisi
- ✓ Établir un objectif financier réaliste, raisonnable pour les moyens dont vous disposez pour réaliser l'activité
- ✓ Avoir de bons mécanismes de communication pour assurer une fluidité d'informations entre le comité, votre organisation, et les personnes impliquées dans la réalisation de l'activité.
- ✓ Prenez soin des liens que vous développez avec les membres de votre comité
- ✓ N'oubliez pas qu'ils sont des ambassadeurs de votre organisation auprès d'un vaste réseau
- ✓ Échanger avec d'autres organismes communautaires qui ont vécu cette expérience

CHOIX DE LA PRÉSIDENTE DE VOTRE ACTIVITÉ DE FINANCEMENT

Afin de choisir la bonne personne pour assumer le rôle de présidente de votre activité, il est essentiel de s'assurer que les conditions gagnantes sont présentes dès le départ :

- La personne choisie a un réseau de partenaires important (vente de billets, commandites, dons)
- L'objectif financier pour l'activité est connu par votre organisation et la présidente
- L'objectif financier est réaliste et il tient compte de votre capacité organisationnelle à assumer les tâches que vous devrez faire pour mettre de l'avant cette activité
- La présidente de l'activité connaît mieux votre organisation (mission, activités, structure organisationnelle)
- La présidente a reçu une pochette avec toute l'information pertinente concernant votre organisation
- La présidente a été présentée aux membres de votre conseil d'administration
- La présidente a une vision claire de son rôle et des attentes que vous avez envers elle
- La présidente connaît et comprend les rôles de chacun dans l'organisation dans cette activité, elle en connaît les mécanismes de communication et de prises de décision
- La présidente connaît le plan de travail de l'organisation de l'activité ainsi l'échéancier

Ma boîte à outils - Finances

OUTILS NÉCESSAIRES POUR LE BON DÉROULEMENT DE LA MISE EN PLACE DE L'ACTIVITÉ:

Afin de pouvoir organiser une activité de financement, il est important d'avoir les outils nécessaires pour en assurer le bon déroulement :

- Se doter d'un comité/groupe de travail qui assumera l'organisation et la réalisation de l'activité de financement, identifier qui devra en faire partie
- Identifier les rôles et les responsabilités de chacun dans ce comité ou groupe de travail : présidence, comité/groupe de travail, conseil d'administration, direction, travailleurs
- Identifier qui a le rôle de décider quoi et faire connaître aux autres
- Vérifier les motivations des personnes qui veulent participer à ces comités ainsi que leurs attentes afin de clarifier ce qui est réalisable de ce qui ne l'est pas
- Préparer une pochette pour la présidence et les membres du comité/groupe de travail avec le mode de gouvernance, les états financiers, le rapport d'activités de l'année, expliquer la culture organisationnelle
- Identifier quels seront les liens entre le comité/groupe de travail, le conseil d'administration de votre organisation et les travailleurs impliqués dans l'activité et établir un mécanisme de communication sur une base régulière entre ces groupes
- Si des travailleurs sont impliqués, pensez à une réorganisation des tâches pour leur permettre de réaliser le travail à faire
- Identifier la ligne de communication (promotion) entre l'activité et la mission de l'organisme
- Assurer un suivi régulier entre les différents acteurs impliqués dans l'organisation et la réalisation de l'activité
- Prévoir au moins 6 mois de préparation avant l'évènement : intégration dans le milieu, clarifier le processus, mise en place de structures aidantes, début de la promotion, évènement, suivi après l'activité

LES ÉLÉMENTS DE L'ORGANISATION DE L'ACTIVITÉ

Les réponses à ces questions vous guideront tout au long de l'organisation de votre évènement. La plus importante est « À qui s'adresse l'évènement ? ».

Étape 1 : but stratégique de votre évènement

Commencez par définir l'objectif de votre évènement. Trois questions fondamentales doivent être posées :

Quoi ? Qui ? Pourquoi ?

- Quel est le message que vous voulez faire passer?
- Qui voulez-vous toucher par votre évènement?
- Pourquoi souhaitez-vous organiser un évènement? (remercier, motiver, informer, faire découvrir un produit, réseautage, fêter l'anniversaire de l'organisme)
- Quel but souhaitez-vous atteindre? (Objectif financier)
- Pour quelle raison? (Les fonds amassés serviront à quelles fins ?)
- Est-ce un évènement unique ou récurrent?

Ma boîte à outils - Finances

Deuxième étape: date et le lieu

- Quand souhaitez-vous tenir l'évènement ? Prévoir le moment idéal pour tenir l'évènement selon les facteurs qui influenceront ces chances de succès. Dans la définition de la date, n'oubliez pas de vérifier les vacances scolaires, les fériés et congés officiels. Évitez les périodes trop chargées pour vos clients. Combien de temps à l'avance « informer ou inviter ». L'agenda de certaines personnes se remplit beaucoup et bien à l'avance. Si tel est le cas de vos invités, anticipez bien votre invitation et pensez à les aviser de la date par un « **Réservez cette date** ».

Tenir compte de la tenue d'autres événements au même moment, de même nature, sur le même territoire, drainant les mêmes partenaires.

- Où souhaitez-vous organiser votre événement ? Pensez au trajet que devront effectuer vos invités et au temps qu'ils auront à disposition pour votre événement. Gardez ces deux éléments à un niveau acceptable !

Troisième étape : contenu de l'évènement

Le contenu peut avoir une telle importance que c'est lui qui va définir le lieu ou la date. Voici les questions à se poser dans cette phase :

- Quels sont les messages clés qui doivent être communiqués?
- Quelle est leur importance? Faut-il prévoir une animation spéciale pour les faire passer? Une vidéo ou de la musique pour les souligner?
- Quelles vont être les interventions? Qui sera orateur ? Durée?
- Qui parle à quel moment? Comment positionner le directeur général dans tout cela?

Puis, vous définirez le style et l'ambiance à choisir :

- Dîner de gala? Repas assis, debout?
- Ambiance solennelle ou relax?

Les messages clés se communiquent différemment selon le public. Une ambiance trop solennelle peut mettre mal à l'aise ou ennuyer certaines personnes. Quelles sont les attentes des invités?

N'oubliez pas le punch de la soirée : l'élément dont vos invités se souviendront. Lui aussi se définit en fonction de vos participants. Faites plaisir à vos invités, un petit cadeau, une attention particulière, etc.

Quatrième étape: organisation de votre événement

On a souvent tendance à sauter dès le début à cette étape. Mais il demeure important de bien établir la structure événementielle avant de finaliser les éléments de la logistique.

STRUCTURE ÉVÈNEMENTIELLE

- Invitations
- Orateurs
- Musique – Technique – Animation

Ma boîte à outils - Finances

- Agenda
- Média (voulez-vous que l'on parle de votre événement au-delà du cercle de vos invités?)
- Traiteur – Décoration
- Documentation
- Stationnement – Sécurité
- Accueil – cocardes – hôtesse- photographe (pour en garder un souvenir visuel...)
- Réseaux sociaux (pas forcément à toutes les sauces, mais la question doit se poser à chaque fois et la décision prise en connaissance de cause)

ÉTABLIR LES RESSOURCES MATÉRIELLES, HUMAINES, FINANCIÈRES NÉCESSAIRES AVANT, PENDANT ET APRÈS L'ÉVÈNEMENT :

- Le budget prévisionnel : frais pour l'organiser, objectif financier visé, commandites
- Le matériel nécessaire et les ressources humaines
- Le besoin en commandite en produit et en services

IDENTIFIER LES PARTENAIRES FINANCIERS DE L'ÉVÈNEMENT (*commanditaires de l'évènement*)

- Source de revenus : l'entreprise, le politique, le mécène, l'association jumelle ou partenaire
- Si l'activité est récurrente, on sollicite simplement les entreprises des années précédentes
- S'il s'agit d'une première édition, trouver les points de comparaison entre les entreprises potentielles et l'évènement : déterminer le positionnement – cause sociale, divertissement
- Plan de commandite détaillant l'évènement – date, endroit, horaire, nombre et profil des participants, membre du comité organisateur, visibilité offertes, montant demandé
- Différents paliers de commandites : 1^{er} palier : principal, présidence d'honneur, en général associé au nom de l'évènement, 2^e et 3^e paliers : partenaires majeurs ou mineurs, 4^e palier: repas, rafraîchissement, partenaires de produits et de services (animation, cadeaux, graphisme, son et lumière)
- Partenaires des médias

PLAN DE PROMOTION ET VISIBILITÉ :

Créer les éléments de communication

- Plan de commandite : Présidence d'honneur, représentation des entreprises locales...
- Ententes média
- Invitation spéciale
- Conférencier
- Conférence de presse
- Annonce de l'évènement : publicité – journaux, télévision/communiqué de presse, envoi de courriels de masse/ internet et sites

INVITATIONS – IDENTIFICATION DES PARTICIPANTS

- Prévoir pour les inscriptions :
Les méthodes d'inscription : informatique, site web, papier
Les moments pour s'inscrire : avant ou sur place
- Contenu de l'invitation :
Titre, logo / date, lieu et horaire d'ouverture /nom et coordonnées du site hôte adresse complète et numéro de téléphone, adresse courriel, nom d'une personne –ressource / brève

Ma boîte à outils - Finances

description de l'activité / tarifs / méthode et formulaire de réservation ou d'inscription / date limite d'inscription / espace pour l'identification du participant – nom, prénom, adresse complète et numéros de téléphone et courriel / politique d'annulation

- Prévoir pour l'accueil et l'identification des participants : des cocardes, un kiosque d'accueil et d'inscription, des préposés à l'accueil, la liste des participants, l'horaire de l'évènement, un vestiaire

Important que le matériel imprimé : reflète la qualité de l'évènement, le message, l'uniformité de tous les documents : logo, police, graphisme; l'uniformité grammaticale, des phrases positives, des énoncés courts et non répétitifs.

Cinquième étape : la communication de votre événement

On distingue la communication avant votre événement, pendant votre événement et après votre événement.

Avant votre événement, il s'agit d'inviter les personnes à prendre part à votre manifestation, mais aussi de les motiver les personnes n'étant pas dans votre listing d'adresse. Bulletins et réseaux sociaux vous aideront à toucher à étendre votre liste de participants. Pour cela vous pouvez soit créer un événement via votre page Facebook ou plus simple créer une publication que vous boosterez par de la publicité sur Facebook. À noter que l'évènement Facebook est un lieu supplémentaire à animer.

Que vous invitiez vos contacts via LinkedIn ou dans un bulletin, faites attention à ce que cela ne soit pas assimilé à un pourriel. Pensez également à ne pas utiliser LinkedIn Pulse pour publier l'annonce de vos événements, mais plutôt dans le fil d'actualités ou en message privé.

Pendant votre événement, vous pouvez intégrer le live tweet en ayant pris soin de mentionner le hashtag à utiliser sur tous vos supports. Si vous intégrez les réseaux sociaux à votre événement, il vous faut impérativement du WiFi – de bonne qualité – dans le lieu. Pensez également à interagir avec votre communauté durant votre événement.



<http://www.cnib.ca/fr/participez/Amassez-des-fonds-pour-nous/Pour-commencer/Idees-dactivites-de-collecte-de-fonds/Pages/default.aspx>

<http://www.fundscrip.com/comment-ca-fonctionne>

APRÈS L'ACTIVITÉ - LE SUIVI:

Il est important d'avoir prévu un retour auprès des donateurs, médias, organisme afin de fidéliser les donateurs et mettre en valeur leur contribution. Voici d'autres actions à prendre :

- Faire un bilan du processus que vous avez utilisé pour organiser l'activité, du déroulement de l'activité : points forts, résultats inattendus, difficultés rencontrées, moyens utilisés, recommandations pour la prochaine activité

Ma boîte à outils - Finances

- Assurer le suivi auprès des donateurs, du comité/groupe de travail/travailleuses /organisme
- Faire parvenir une lettre de remerciements écrite ou signée par la présidence de l'activité
- Faire un suivi auprès des donateurs qui n'ont pas encore payé et pour les promesses de commandites
- Fêtez la fin de cette activité avec votre comité et votre équipe (peu importe le résultat) il est important de cultiver le positif de chaque événement
- Commencer à mettre la Table pour la prochaine activité
- Demandez en relation sur LinkedIn les personnes rencontrées avec un profil LinkedIn au top!
- Reparler de la soirée par exemple sur vos réseaux sociaux en utilisant le hashtag
- Réactiver les souvenirs avec un album photo Facebook
- Surveiller ce qu'on a dit de vous durant l'événement grâce à votre veille
- Répondez aux personnes avec lesquelles vous n'avez pas encore interagi sur la toile.




Les activités de financement amènent aussi leur lot de défis :

Activité originale qui saura attirer les donateurs
Travailleurs disponibles pour organiser l'activité
Grande compétitivité entre les organisations et fondations (petites comme grandes)
Même bassin de donateurs à partager
Besoin d'un réseau de bénévoles et de donateurs qui soutiennent l'organisation



**Ressource disponible pour la région Québec Chaudière-Appalaches :
Bénévoles d'Expertise (benevoles-expertise.com)**

 **418 914-5589**