

# Comment établir un plan de communication efficace pour une campagne pair-à-pair

---



Les campagnes pair-à-pair consistent en une collecte de fonds où les personnes qui soutiennent votre cause mobilisent leurs propres réseaux pour recueillir des fonds en votre nom. Par le biais des médias sociaux, ce modèle multinationnel mobilise vos différents réseaux pour qu'ils diffusent votre message auprès du plus grand nombre de personnes possible.

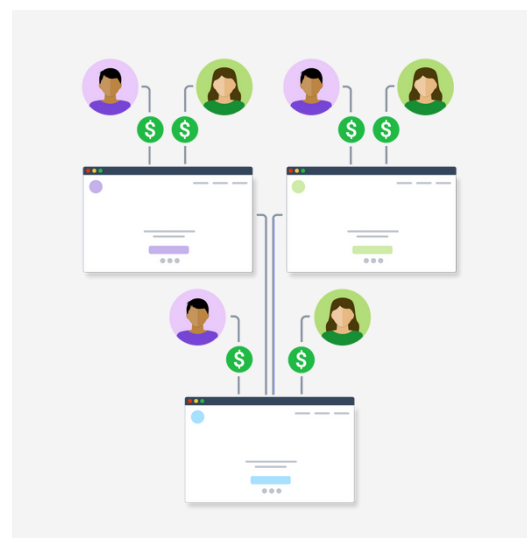
Grâce à ces campagnes, les OBNL peuvent communiquer efficacement avec un public plus large, et sensibiliser un plus grand nombre de personnes à leur cause. En outre, puisque les événements hybrides de collecte de fonds sont de plus en plus populaires, ces campagnes offrent aux organismes une chance unique d'ajouter de nouveaux donateurs et donatrices, tant au sein qu'à l'extérieur de leurs communautés.

Les [campagnes pair-à-pair](#) sont, de bien des façons, un excellent moyen d'impliquer les gens qui appuient votre mission et de mobiliser vos donateurs.trices. Leur demander de promouvoir vos campagnes réduira le temps que votre équipe passera à communiquer directement avec le public, tout en permettant aux partenaires et aux donateurs.trices de participer activement aux causes qui leur tiennent à cœur. Cela contribuera à élargir votre base de donateurs et donatrices et à joindre un public [plus jeune, davantage concerné par l'impact qu'il peu avoir.](#)

**Comparés aux personnes de la Génération X (39 %) et des Baby-Boomers (14 %), les membres de la Génération Y (47 %) et Z (42 %) sont plus enclins à faire un don à un OBNL si on le leur demande devant d'autres personnes.**

En moyenne, [une personne active impliquée dans une campagne pair-à-pair collectera 568 \\$](#) provenant de 7 donateurs et donatrices, et générera 4 nouveaux donateurs.trices pour votre organisme. Cependant, un plan de communication efficace est essentiel pour recruter de nouvelles personnes qui participeront à votre collecte de fonds.

Les courriels envoyés aux participant.e.s pendant la campagne doivent tous inclure un message de remerciement, un appel à l'action, une mise à jour sur les progrès et les objectifs de la campagne, et des astuces pour aider les participant.e.s à collecter des fonds.



BE n revanche, avant d'[envoyer des courriels à gogo](#), prenez le temps de planifier minutieusement la campagne. Plus l'expérience sera simple et plaisante pour les personnes participant à votre collecte de fonds, plus elles auront envie de recommencer l'aventure plus tard.

**Ce guide présente les courriels dont vous avez besoin pour recruter, activer, impliquer et garder les personnes participant à vos campagnes pair-à-pair.**

## 5 astuces et plusieurs

Nous avons compilé cinq astuces et plusieurs questions à étudier avant de contacter les participant.e.s potentiel.le.s à votre campagne pair-à-pair :

01

**Définir les objectifs de votre campagne** : Qu'est-ce que vous essayez de financer, précisément? Combien de donateurs.trices souhaitez-vous acquérir pendant cette campagne?

02

**Établir les échéances** : Combien de temps votre campagne durera-t-elle? De combien de temps aurez-vous besoin pour recruter et préparer les participant.e.s?

03

**Déterminer le format** : Comment mènerez-vous votre campagne? Avez-vous un [outil de collecte de fonds pair-à-pair](#)? Organiserez-vous un événement hybride?

04

**Cibler les [raisons pour lesquelles on devrait soutenir](#) votre campagne** : Rédigez une argumentation qui donnera envie aux gens de s'impliquer.

05

**Créer la stratégie de marque de votre campagne** : Commencez à réfléchir au design et aux différents éléments promotionnels de votre campagne.

Une fois que vous avez défini le but de votre campagne, la marque qui l'accompagnera et les technologies que vous utiliserez, vous pourrez commencer à travailler sur votre stratégie de communication.

# 4 types de courriels pour promouvoir les collectes de fonds pair-à-pair

---

The diagram features a large blue circle with diagonal white stripes. Inside the circle, four rectangular boxes are arranged vertically. From top to bottom: a blue box with 'Recrutement', a white box with 'Activation', a blue box with 'Motivation', and a white box with 'Rétention'. A paper airplane icon is positioned to the right of the 'Recrutement' box, with a dashed white line trailing from it towards the 'Activation' box. At the bottom of the circle, a stylized illustration of a woman with long black hair, wearing a red and blue top and white pants, is holding the 'Rétention' box. The background of the entire page is a solid blue color.

**Recrutement**

**Activation**

**Motivation**

**Rétention**

La clé du succès d'une campagne pair-à-pair est de trouver des participant.e.s qui auront envie d'y participer. Nous vous conseillons d'envoyer trois séries de courriels pour promouvoir votre campagne auprès des donateurs.trices actuellement enregistrés dans votre banque de données.



**Astuce de pro : L'expérience prouve qu'envoyer une série de courriels plutôt qu'un seul augmente les taux d'ouverture de 80 %.**



## 1er courriel : Invitation

Ce courriel a pour objectif de présenter votre campagne, à l'aide de l'argumentation que vous avez rédigée lorsque vous avez défini le but de votre campagne.

Lorsque vous rédigez votre courriel d'invitation, assurez-vous d'inclure la réponse à ces questions :

- Pour quelle cause collectez-vous des fonds?
- Qui profitera de cette campagne? En d'autres termes, qui en seront les bénéficiaires?
- Pourquoi les donateurs et donatrices devraient-ils soutenir votre campagne et collecter des fonds?
- Pourquoi la campagne est-elle importante, aujourd'hui et maintenant?

**Appel à l'action suggéré : Allez-vous nous rejoindre? Allez-vous constituer une équipe?**



## 2e courriel : Poursuivez en expliquant le « pourquoi » de votre campagne

Quelques jours après l'envoi de l'invitation initiale, envoyez un deuxième courriel expliquant pourquoi la cause que vous défendez est importante. Vous avez ici l'occasion de souligner les répercussions bénéfiques des collectes de fonds réalisées par chaque participant.e.

Envisagez d'inclure :

- Des témoignages personnels des bénéficiaires, en soulignant leurs besoins
- Des messages provenant du directeur ou de la directrice général.e ou d'autres membres du personnel important de votre organisme
- Des liens vers des blogues, vidéos ou études de cas montrant les résultats passés obtenus par votre organisme
- Des témoignages de personnes ayant collecté des fonds lors de précédentes campagnes pair-à-pair

**Appel à l'action suggéré : Créez votre page de collecte de fonds**



## 3e courriel : Votre dernière chance de participer

06

Ce dernier courriel sera court, concis et envoyé vers la fin de la période de recrutement. Communiquez un sentiment d'urgence, afin d'inciter les personnes à s'inscrire rapidement pour ne pas manquer la chance de participer à la campagne.

Dans ce courriel, envisagez d'inclure un rappel de la date de lancement de la campagne, d'expliquer comment les participant.e.s peuvent devenir des collecteurs et collectrices de fonds, et d'offrir des astuces sur la façon d'attirer de nouveaux donateurs.trices. L'objectif de ce courriel est de convaincre les lecteurs.trices que vous avez mûrement réfléchi à votre campagne et qu'ils.elles seront accompagné.e.s pendant tout le processus de collecte de fonds.

**Appel à l'action suggéré : Rejoignez-nous aujourd'hui / Créez votre équipe**

# Courriels d'activation

Au fur et à mesure des inscriptions, continuez à soutenir les collecteurs et collectrices de fonds en créant une série de [courriels d'accueil](#). Ces courriels ont pour but d'encourager et d'inspirer les participant.e.s à collecter des fonds pour votre cause. Votre objectif consiste à assurer les participant.e.s que vous appréciez leurs efforts et que leur contribution entraînera un changement positif, quel que soit le montant qu'ils.elles collecteront. Voici deux suggestions de courriels d'accueil que vous pourriez envoyer aux participant.e.s à votre campagne pair-à-pair :



## 1er courriel : Message d'accueil

Lorsqu'une nouvelle personne s'inscrit pour collecter des fonds, envoyez-lui un courriel de remerciement, afin de les accueillir et de les aider à lancer votre campagne. Pensez à inclure :

- Un récit bref décrivant la communauté aidée
- Des rappels sur l'objectif, l'argumentaire et les dates de la campagne
- Les coordonnées de la personne à contacter en cas de questions ou pour obtenir de l'aide

**Appel à l'action suggéré : Créez votre page de collecte de fonds**



**Astuce de pro : Terminez votre court récit par une phrase du type « En collectant des fonds, vous aidez des personnes comme [nom d'un bénéficiaire] à [X] ». Cela permettra de tisser un lien plus personnel entre la communauté bénéficiaire et vos donateurs.trices.**



## 2e courriel : Créez votre page de collecte de fonds

Après avoir remercié les participant.e.s, l'étape suivante consiste à vous assurer qu'ils.elles puissent créer et personnaliser leur page de collecte de fonds en ligne. Pour ce faire, envoyez-leur :

- Des exemples d'une bonne page de collecte de fonds pair-à-pair
- Des liens vers des gabarits de publications sur les médias sociaux
- Des logos, des images et tout autre élément de marketing qui pourraient leur être utiles

**Appel à l'action suggéré : Comment commencer votre collecte de fonds?**

# Courriels de motivation



Il est indispensable de rester en contact avec les participant.e.s une fois que votre campagne pair-à-pair est lancée. Pendant toute la durée de la campagne, envoyez-leur des courriels utiles, motivants et éducatifs.

Ces courriels n'ont pas besoin d'être longs et vous pouvez en envoyer autant ou aussi peu que vous le souhaitez, selon les besoins de votre campagne.

Voici quelques idées de ce que vous pourriez inclure dans les courriels de motivation :

- Un message de remerciement
- Des nouvelles sur l'évolution de la campagne et les progrès vers l'objectif
- Une liste des personnes ayant obtenu les meilleurs résultats pour l'instant
- Des astuces et des pratiques exemplaires sur la collecte de fonds
- Un rappel indiquant aux participant.e.s qu'ils.elles peuvent solliciter l'aide de votre équipe à tout moment pendant la campagne

**Appel à l'action suggéré : Comment poursuivre votre collecte de fonds?**



**L'une des plus grosses erreurs serait de passer tout son temps à recruter de nouveaux et nouvelles participant.e.s à une campagne pair-à-pair et de ne pas en passer suffisamment à motiver ceux et celles qui se sont déjà inscrit.e.s.**

# Courriel de rétention

---



L'objectif de ce dernier courriel est de remercier les participant.e.s de leur soutien et de leur participation, et de les encourager à participer l'année suivante ou à votre prochaine campagne.

- Le montant total des fonds collectés
- Le nombre total de participant.e.s et de nouveaux donateurs et donatrices
- L'impact qu'auront les fonds collectés
- Une demande de rétroaction sur la campagne
- Une invitation à indiquer son envie de participer à la prochaine campagne pair-à-pair

**Appel à l'action suggéré : Nous rejoindrez-vous l'année prochaine? / Soyez les premiers au courant de la campagne de l'année prochaine**



## Conclusion

---

Pour que votre campagne de collecte de fonds pair-à-pair soit réussie, n'hésitez pas à choyer les participant.e.s. Plus ils.elles se sentent apprécié.e.s et soutenu.e.s, plus ils.elles auront envie de faire connaître votre cause. Il est donc très important de créer un plan de communication qui les encourage et les implique pendant et après la campagne.

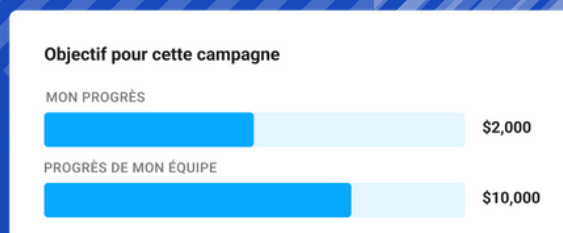
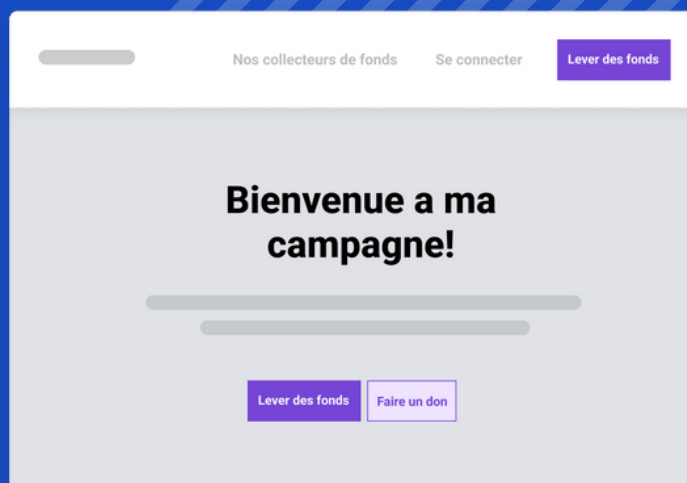
En appliquant les astuces et les conseils de ce guide pour recruter, activer, impliquer et garder les participant.e.s pour votre prochaine campagne pair-à-pair, vous vous donnerez davantage de moyens d'atteindre les objectifs que vous vous êtes fixés.



# Élargissez votre portée et collectez plus de fonds avec l'outil de collecte de fonds pair-à-pair de Keela

Les pages de collectes de fonds personnalisables, les formulaires de dons optimisés et les fonctions de suivi de l'outil de Keela peuvent aider vos soutiens à faire connaître votre campagne, à rassembler davantage de dons et à suivre leurs progrès. Profitez de ces outils spécialisés pour élargir votre réseau et impliquer un plus grand nombre de personnes.

Apprenez-en davantage



**Vous pouvez faire une différence.**

Tout les dons comptes, 100% des donations seront versé pour la cause.

**Donation**

Don unique  Don mensuel

**Montant**

Où cliquer ici pour supporter un collecteurs de fonds.