



Règles de rédaction d'un emailing d'appel aux dons (mars 2024)

Règle n°1 : Un courrier adapté à la cible

Il est nécessaire de personnaliser le mailing selon le profil du lecteur. Le courrier doit être différent s'il est adressé à un donateur, un non-donateur ou encore s'il est destiné à un grand donateur soumis à l'impôt sur la fortune.

Règle n°2 : Racontez une histoire

Rédigez votre lettre en racontant une histoire, celle de votre association, de votre cause. Ayez un rythme et optez pour une dynamique pour embarquer votre lecteur. Cela facilitera sa lecture, sa compréhension et favorisera la proximité tout en créant du lien.

Règle n°3 : Structurez en 2 grandes parties

La première est celle dans laquelle vous présentez l'association, votre projet. Vous décrivez la situation, le besoin, la cause, vous donnez des chiffres et apportez des preuves. Très vite, la deuxième partie arrive pour expliquer les solutions concrètes que vous proposez et pourquoi vous avez besoin du soutien de votre lecteur. Mettez ce dernier en position d'acteur et donc de donateur.

Règle n°4 : Faites des phrases courtes

Un français comprend en moyenne une phrase de 25 mots maximum. Il faut une idée par phrase voire une idée par paragraphe.

Attention également à la structure de vos phrases : l'information majeure doit être lue en premier.

Règle n°5 : Favorisez le temps « présent »

Bannissez le futur, le conditionnel et le gérondif dans votre lettre d'appel aux dons. L'utilisation de ces temps induits une incertitude sur la réalisation des actions et donc sur l'utilité du don.

Règle n°6 : Utilisez des verbes d'action

Les verbes d'action montrent au lecteur que votre mission et vos projets sont inscrits dans une dynamique de développement et qu'ils permettent de faire avancer votre cause. De nouveau, c'est l'utilité du don qui sera affirmée par l'utilisation de verbes d'action.

Règle n°7 : Utilisez l'impératif

Lorsque vous abordez le don et les moyens d'action du lecteur, conjuguez vos verbes à l'impératif dans vos accroches : « Donnez » ; « Parrainez » ; « Utilisez le bon de soutien »... Cela facilitera le passage à l'acte par le lecteur.

Règle n°8 : Un signataire crédible qui porte la mission

Le signataire de votre lettre doit être une personne crédible aux yeux du lecteur pour porter la mission de l'association et faire l'appel aux dons. Il peut être le président, un directeur du programme, un parrain célèbre ou encore un artiste/metteur en scène pour une association culturelle.

Règle n°9 : Ecrivez un PS

Le PS est un incontournable d'une lettre d'appel aux dons. Il permet d'insister sur une information importante qui peut avoir un poids dans la décision de donner du lecteur.

Par exemple, pour rappeler les avantages fiscaux ou l'urgence de la situation pour les bénéficiaires de l'association.

Règle n°10 : Remerciez !

Encore et toujours remerciez du soutien, de l'engagement du lecteur et de son prochain don !

Remercier est indispensable pour que le lecteur soit conscient de l'utilité et de la nécessité de son don.

Oraveo pour le Crédit Mutuel

- *Pour en savoir plus, consultez nos ressources :*
- [Collecter par mailing ou e-mailing](#)
- [Rédiger sa présentation « flash »](#)
- [Dossier thématique sur la collecte de dons](#)