

TABLEAU COMPARATIF DES OUTILS DE COLLECTE DE DONS

| Moyens | Objectifs possibles | Cibles | Avantages | Inconvénients |
|--|--|---|---|---|
| Mailing de collecte (Marketing direct) | Collecter | Le donateur au profil type | Accessible à tous Institutionnel / formel : installe une relation de confiance entre le donateur et l'association Le don est la seule action possible | Investissement important Taux de retour faible (0 à 3 %) : pour avoir des résultats importants il est nécessaire d'avoir une diffusion importante Communication à sens unique Impact environnemental Méthode parfois perçue comme intrusive |
| E-mailing de collecte | Collecter Créer du trafic sur le site Maintenir le liens avec ses cibles | Les jeunes Les actifs | Economique Rapidité d'envoi Réactivité en cas d'urgence Suivi simple et efficace (statistiques d'ouverture, de lecture, de clic...) Impact environnemental Mobilisation potentiellement importante (c'est simple pour vos contacts de transférer les messages à leur cercle) | Avoir un module de don on-line Faible taux de retour Profil type de l'internaute différent du profil type du donateur (mais ces différences tendent à se réduire) Gestion des désabonnements à prévoir L'action de donner est fondue avec les autres actions possibles : liker, suivre sur les réseaux sociaux, signer pétition...) |
| Événements | Sensibiliser / Faire connaître / Faire agir Créer la rencontre Collecter des adresses Fidéliser Présenter les réalisations / les résultats | Le grand public | Ephémère : opportunité média Espace de discussion - créer des occasions d'échanger avec les donateurs, les sympathisants Possibilité d'adapter le discours à chaque contact Effet de surprise, d'attractivité | Besoins logistiques et moyens humains importants Temps d'organisation peut être long Tributaire de la météo Difficultés pour mesurer les retours Opération ponctuelle |
| Module de dons | Collecter Faciliter le don | Les jeunes Les actifs Les jeunes seniors | Sécurité du don Rentabilité rapide si la sollicitation est importante et efficace Délai d'encaissement court | Avoir un site internet Frais bancaires associés Nécessité de faire une AGP Doit être accompagné par un outil d'appel à la collecte (e-mailing) Méfiance ou défiance de certains donateurs envers les paiements en ligne |
| Crowdfunding | Collecter sur une courte durée. Faire connaître l'association et un projet spécifique. | Votre 1er cercle en relai Grand public (si communication efficace) | Cours temps de sollicitation Peu de coûts financiers et de temps passé en amont de la campagne Simplicité du don Collecte importante et rapide si grande mobilisation et communication efficace | Nécessite une implication et une mobilisation importantes Commission sur le montant collecté par la plateforme de collecte (<i>dans le cas des plateformes appliquant des frais</i>) Le projet et/ou l'association peuvent être décrédibilisés si la campagne n'est pas réussie |

 [Voir aussi notre tableau comparatif de 8 plates-formes de crowdfunding](#)