

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](#)