

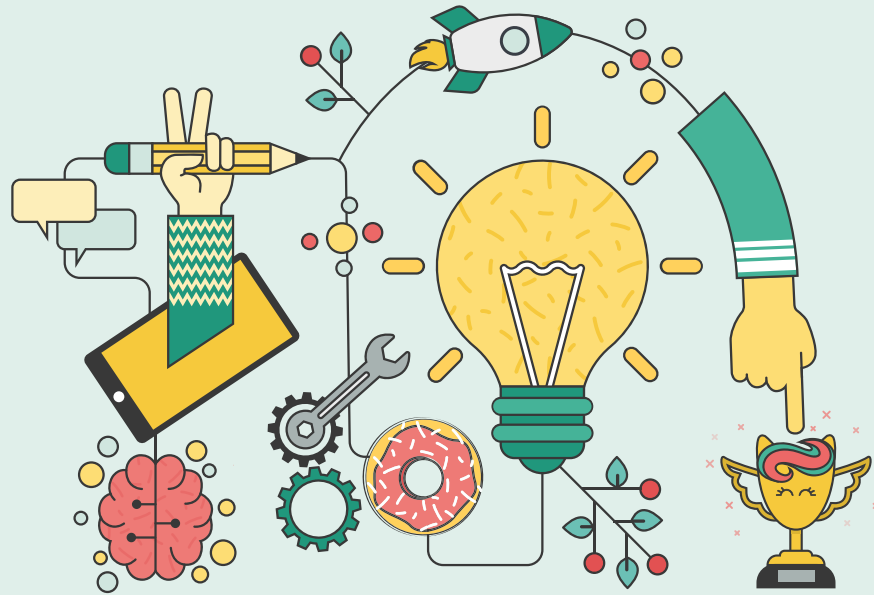
UN OUTIL INSPIRÉ PAR



**La Ruche**

SOUTENUE PAR Desjardins

Le parcours  
DE LA GRANDE  
JOURNÉE

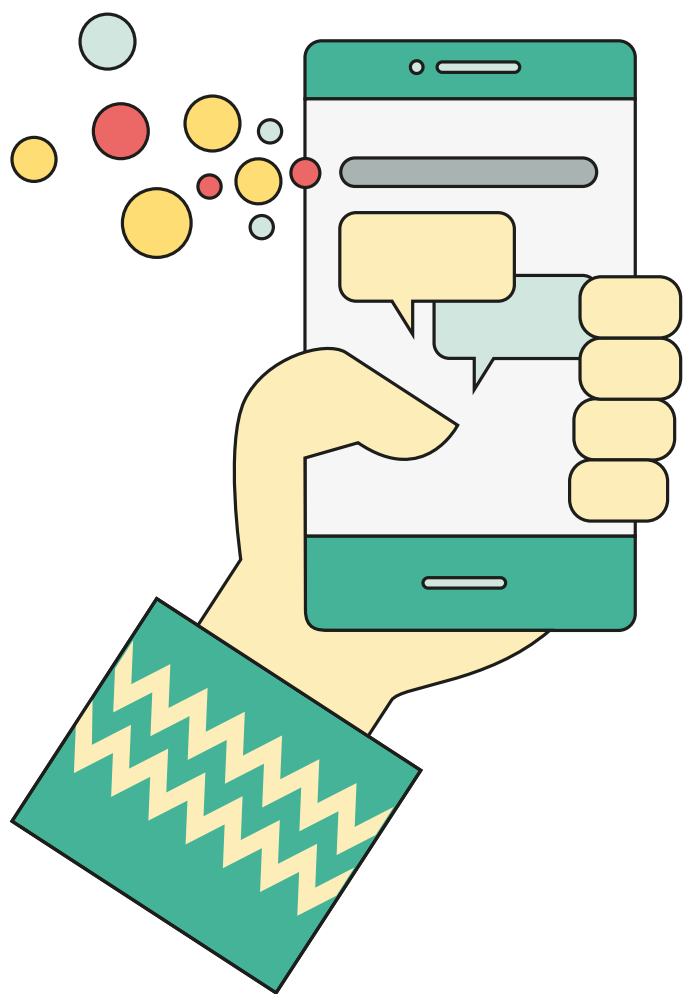


# La Fabrique À PROJETS

ÉTAPE 3. IMAGE DE MARQUE ET PROMOTION

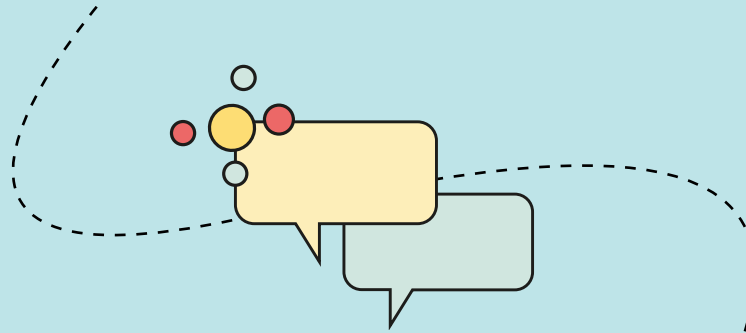
**Promotion de la collecte**

# Communiquer avec vos supporters et supportrices pour promouvoir votre collecte



En plus de générer de l'engouement pour votre collecte de fonds, bien planifier vos publications vous permettra de joindre un grand nombre de personnes et de faire mûrir votre projet dans leur cœur, tout en maintenant un équilibre en ce qui concerne la sollicitation.

- Pour vos communications, inspirez-vous des outils « **Gabarits de courriels promotionnels** » et « **Communiqué de presse** ».
- Mettez de l'avant votre **image de marque** dans vos différentes communications.



# Avant le lancement de votre collecte de fonds

## Les semaines avant le lancement

### Bâissez votre carnet de contacts!

Identifiez les gens qui seraient susceptibles de contribuer à votre collecte de fonds et faites une liste en rassemblant leurs courriels et leurs numéros de téléphone.

Ciblez une liste de gens qui seraient capables de parler de votre projet et de le faire rayonner. Voici quelques suggestions :

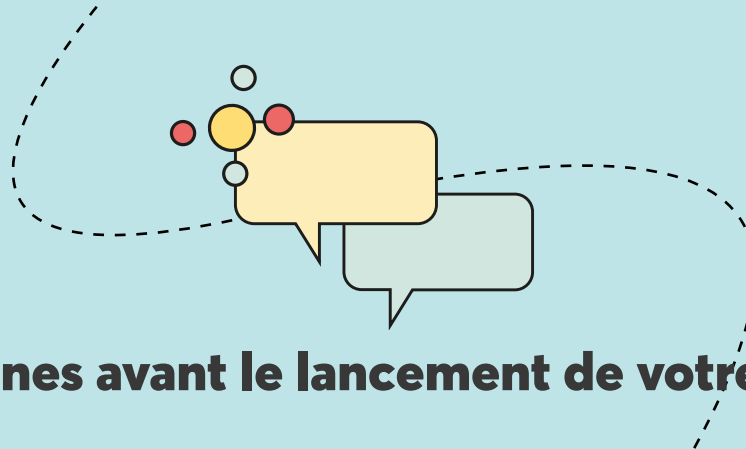
- ➔ Un ami très impliqué dans la communauté
- ➔ Une connaissance qui a une grande famille tissée serrée
- ➔ Un média local
- ➔ Des groupes ou pages sur les médias sociaux associés à votre école ou à votre projet
- ➔ Des conseillers municipaux ou députés qui souhaiteraient être informés
- ➔ Des partenaires qui pourraient éventuellement en parler

### Passez le mot!

Parlez de votre projet qui vous tient à cœur à toutes les personnes que vous croiserez! Elles seront donc enthousiastes de vous soutenir lorsque votre collecte de fonds sera mise en ligne. Plus vous parlez de votre projet, plus les autres en parleront à leur tour!

### Faites grandir votre communauté

Pour parler de votre projet, utilisez les réseaux sociaux ou toute autre plateforme d'échange virtuelle retenue et approuvée par votre école. Assurez-vous que toutes les personnes en mesure de soutenir votre projet suivent cette page.



## **Une à deux semaines avant le lancement de votre collecte de fonds**

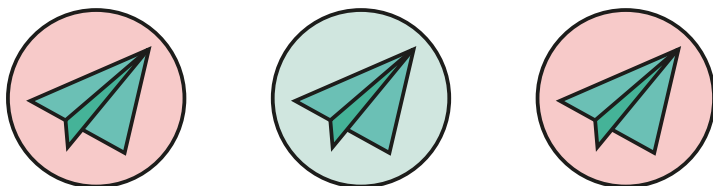
Annoncez en primeur à votre communauté la venue de votre collecte de fonds afin qu'elle soit prête à y contribuer (communication aux parents par le responsable en milieu scolaire, organisme de participation des parents de l'école, page Facebook de l'école, communiqué sur le site Web de l'école, etc.).

## **La veille du lancement**

Faites un rappel à votre communauté. Si vous avez créé une page publique sur les médias sociaux, c'est l'occasion de dire de surveiller la mise en ligne de la collecte de fonds le lendemain!

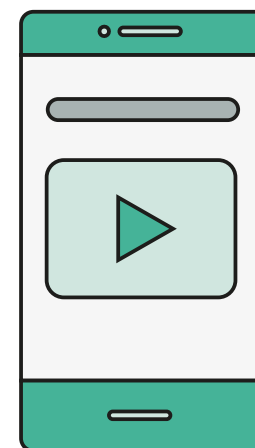


## Le jour de la mise en ligne



**Communiquez de manière personnalisée avec vos supporters ou supportrices potentiels**

Partagez l'hyperlien de votre collecte de fonds en envoyant des messages adaptés au public auquel vous vous adressez.



**C'est le moment de lancer votre vidéo promotionnelle**

Si vous avez produit une vidéo promotionnelle, ajoutez-la à la publication sur les réseaux sociaux.



# Pendant la collecte de fonds

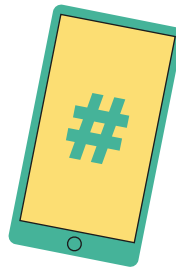


## **VARIEZ LES COMMUNICATIONS**

Publications sur les réseaux sociaux, appels téléphoniques, courriels : tous les moyens sont bons pour que vos supporteurs et supportrices potentiels entendent parler souvent de votre collecte de fonds.

## **MAXIMISEZ L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX**

Utilisez-les pour tenir vos supporteurs et supportrices informés de l'évolution du projet et de la collecte de fonds associée. Utilisez les « mots-clis » dans vos publications avec le nom de votre collecte (ex. : [#voyageatoronto](#)) pour augmenter votre visibilité.



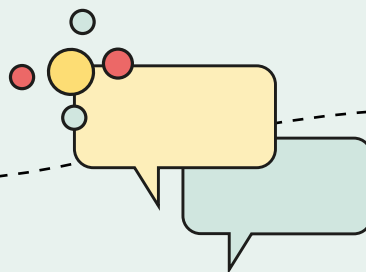
## **PRÉSENTEZ CHACUN DE VOS PRODUITS ET REMERCIEMENTS DANS DES PUBLICATIONS DIFFÉRENTES**

Par exemple : « Vous aimez les barres énergétiques pour soutenir votre estomac pendant vos activités? Ceci est pour vous! » ou « Achetez votre billet pour le spectacle de théâtre de fin d'année en prévente! C'est la façon de confirmer votre place dès maintenant. »

## **FAITES UN SONDAGE ENGAGEANT VOTRE COMMUNAUTÉ**

Par exemple, faites voter votre communauté pour le choix de quelque chose en lien avec votre projet (couverture d'album, couleur d'emballage d'un produit, etc.).





## Pendant la collecte de fonds (suite)

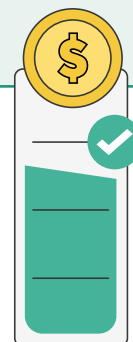


### **VOTRE OBJECTIF AVANCE ET VOUS ÊTES ENTHOUSIASTE?**

Partagez-le et dirigez les gens vers votre page de collecte de fonds. Diffusez des photos de votre équipe en action! Démontrez que vous faites partie de l'aventure.

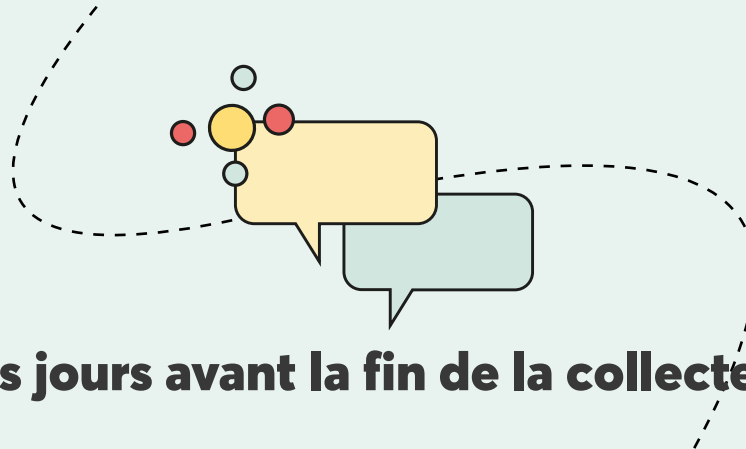
### **VOUS AVEZ ATTEINT VOTRE OBJECTIF ET VOUS VOUS ÊTES FIXÉ UN NOUVEAU MONTANT À RECUEILLIR?**

Annoncez-le à votre communauté en précisant ce que le montant supplémentaire vous permettra de réaliser.



### **VOUS AVEZ UN SUPPORTEUR OU UNE SUPPORTRICE QUI SE DÉMARQUE PAR SA GÉNÉROSITÉ?**

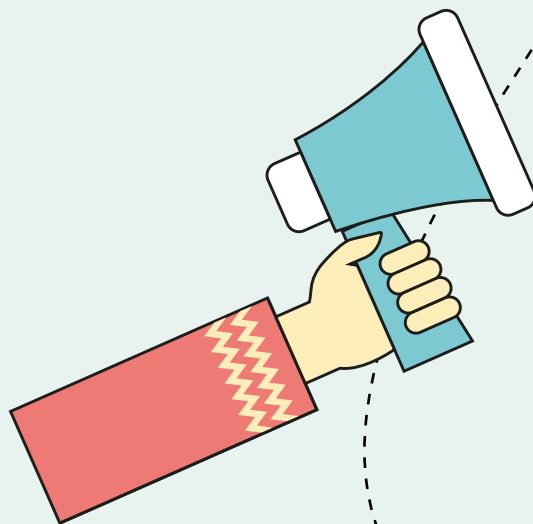
Parlez-en dans une publication et encouragez d'autres grands supporters et supportrices à faire de même.



## Quelques jours avant la fin de la collecte de fonds

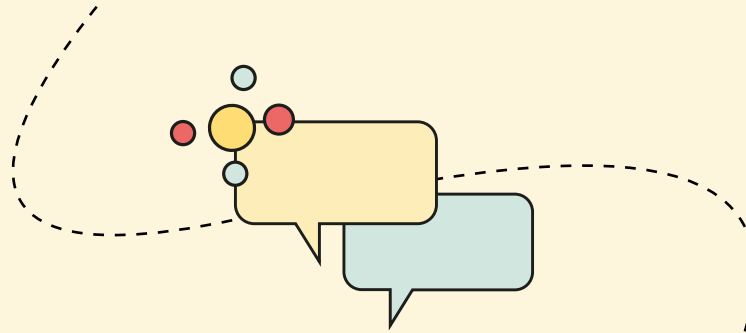
Si vous avez une vidéo promotionnelle, partagez-la à nouveau ou créez-en une nouvelle spécialement pour motiver vos troupes! Une vidéo faite simplement à l'aide d'un téléphone mobile peut être très efficace.

## Le jour de la fin de la collecte de fonds



Faites un dernier rappel dynamique. Rappelez l'importance du projet que vous souhaitez mettre en place grâce à votre collecte de fonds.





# Une fois la collecte de fonds terminée

## Le lendemain de la fin de la collecte de fonds

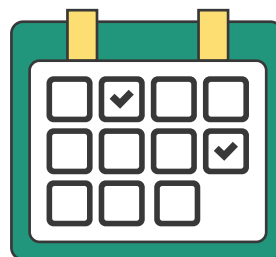
Annoncez le résultat final à votre communauté et remerciez tous ses membres. Être remercié de façon personnalisée touche directement le cœur des supporteurs et supportrices.

## Après votre collecte de fonds

Restez actif, tenez votre communauté informée de l'évolution et de la réalisation de votre projet! Ne tardez pas à remettre les produits achetés à vos supporteurs et supportrices. N'oubliez pas de prendre des photos de votre projet final. Les supporteurs et supportrices sont toujours heureux de savoir à quoi leur contribution a réellement servi. Ils seront d'autant plus fiers de vous soutenir à nouveau la prochaine fois!

# Calendrier promotionnel

Vous connaissez maintenant quelques stratégies gagnantes pour communiquer avec vos supporteurs et supportrices. **Dans les semaines avant le lancement de votre collecte**, prenez le temps de planifier un échéancier de diffusion. Bien que certains rappels puissent être pertinents à des moments opportuns, les gens ont tendance à ne plus remarquer ce qu'ils ont déjà vu. Soyez créatif et variez vos publications.



Vous pouvez utiliser le tableau ci-dessous pour planifier le type de publications (ex. : vidéo, photo, infographie, affiche, etc.), le message véhiculé (ex. : parler davantage de votre projet, relancer les supporteurs et supportrices, promouvoir vos produits et remerciements, etc.), le public cible (ex. : enseignants, parents d'élèves, adultes, jeunes, autres, etc.), le moyen de diffusion (ex. : réseaux sociaux, courriel, babillard, etc.) et la date de diffusion.

## MON CALENDRIER PROMOTIONNEL

Type de publication	Message véhiculé	Public cible	Moyen de diffusion	Date de diffusion

Il est possible que vous ayez plus que 4 publications.  
N'hésitez pas à reproduire ce tableau ou à l'adapter à vos besoins.