#GivingTuesday2022 : La checklist pour se lancer 1 mois avant

Posez les bases de votre campagne Giving Tuesday

- [ ] **Définissez un concept de campagne Giving Tuesday très clair**

Collectez des fonds pour un programme spécifique, avec une demande ou une histoire convaincante. Pour quelle cause collectez-vous des fonds ? A quoi servent concrètement les fonds collectés ? pourquoi les gens devraient-ils vous aider à atteindre votre objectif de collecte ?

- [ ] **Remerciez les contributions passées et racontez vos réalisations**

Listez le contenu que vous avez à partager. Pour incarner au maximum votre campagne, racontez votre histoire et faites témoigner vos bénéficiaires. Célébrez les réalisations que vous avez pu faire grâce aux contributions de l'année dernière.

- [ ] **Optez pour une communication multicanale, interne et externe**

Réfléchissez à tous les canaux dont vous avez accès : vos bénévoles, mécénats, grands donateurs, influenceurs, célébrités, employés, partenaires et relations presse. Assurez-vous également de promouvoir cet événement clé en interne de votre organisation en amont.

Valorisez votre participation sur votre site Web

- [ ] **Redirigez votre bouton principal d'appel à don vers votre formulaire Giving Tuesday**

Customisez votre formulaire de don pour Giving Tuesday. Puis renvoyez directement vers ce formulaire depuis votre bouton principal d'appel à don.

- [ ] **Créez une landing page pour expliquer votre campagne Giving Tuesday**

Les gens doivent comprendre pourquoi vous collectez des fonds et comment ils peuvent offrir leur soutien. Sur cette landing page, votre bouton d'appel à l'action doit renvoyer directement vers votre formulaire de don spécial Giving Tuesday. Voir le témoignage de la SNSM.

- [ ] **Ajoutez une pop-up ou fenêtre contextuelle pour mettre en avant votre campagne**

Envisagez de mettre en évidence votre collecte Giving Tuesday via une fenêtre contextuelle (ou pop up) qui apparaît lorsque quelqu'un visite votre site Web.

Préparez vos e-mails d'animation de campagne

- [ ] **Rédigez la séquence mails qui promeut votre campagne Giving Tuesday**

Déterminez le nombre d'e-mails qui animeront votre campagne avant, pendant et après le 29 novembre. La bonne pratique est de ne pas systématiquement faire de l'appel à dons votre objet de mail. Diversifiez les messages en racontant votre histoire, en partageant le témoignage des bénéficiaires ou encore en valorisant l'impact de vos actions.

- [ ] **Segmentez vos listes de diffusion et personnalisez vos messages**

En fonction des personnes auxquelles vous vous adressez, adaptez vos messages pour vous rapprocher le plus de leurs centres d'intérêt. Par exemple, identifiez dans votre base les donateurs qui donnent uniquement qu'en période d'urgence. Réengagez-les lors du Giving Tuesday.

- [ ] **Planifiez vos envois d'e-mails à l'avance**

Gagnez du temps avant Giving Tuesday et évitez du stress en planifiant à l'avance l'envoi de votre séquence mails dans votre outil d'emailing ou de routage emails. Concentrez-vous ainsi sur l'animation de votre campagne le 29 novembre, en répondant aux réactions ou commentaires par mails et sur les réseaux sociaux le jour J.

Préparez votre communication de campagne Giving Tuesday sur vos réseaux sociaux

- [ ] **Créez vos différents posts et visuels pour promouvoir votre campagne**

Pour rappel, publier uniquement le jour J suffit à prendre part au mouvement. Engagez-vous en mettant votre marque en avant sur les réseaux sociaux avec le #GivingTuesday. Gagnez du temps dans la création de vos posts en utilisant le kit de communication prêt-à-l'emploi à télécharger directement sur le site francophone du mouvement Giving Tuesday.

- [ ] **Programmez la publication de vos posts sur les réseaux sociaux**

Comme l'envoi de vos mails, vos posts peuvent être planifiés et programmés à l'avance pour être publiés le jour du Giving Tuesday. Le mieux est d'utiliser un outil de gestion des médias sociaux, comme Hootsuite, Buffer, Stacker, Kuku, SocialPilot ou encore AgoraPulse par exemple.

Soyez prêt.e pour Giving Tuesday avec GiveXpert

En savoir plus