

solliciter la générosité du public.

- Mettre en avant au comptoir d'accueil la peluche mascotte de l'association équipée elle aussi d'un bracelet.



- Dématérialiser les contributions en passant par le QR Code unique de chaque bracelet.
- Rediriger les bracelets vers un nouveau lien pour les réutiliser dans le cadre d'une autre soirée en fin d'année.



Résultats :

- 1 nouvelle cible de donateurs convertie
- 50% de temps de gestion économisé

"Avec mon équipe, nous avons trouvé le concept génial ! Pour mobiliser les jeunes, cela correspond bien à leur attentes. Nous allons utiliser à nouveau les bracelets connectés pour notre grosse soirée prévue en fin d'année", témoigne Sylvie Chaffard, Présidente de l'association.

[Voir l'article complet](#)

♥ On aime :

- La simplicité et la rapidité de mise en place de cette stratégie.

- L'esthétique des bracelets, personnalisables aux couleurs de l'association.
- Le prix très abordable du dispositif (bracelets + suivi statistique).
- La réutilisation des bracelets pour plusieurs campagne, en redirigeant les liens des bracelets vers une nouvelle URL.

Comment s'en inspirer :

- Liste les prochains événement au cours desquels tu vas mobiliser tes bénévoles et ta communauté.
- Détermine à chaque fois l'action attendue : collecter des dons, faire adhérer de nouvelles personnes, signer une pétition, s'inscrire à votre prochain événement solidaire etc.
- Commande des objets connectés Lokalero en précisant l'URL vers laquelle tu souhaites renvoyer les gens qui vont flasher les bracelets.
- Equipe tes ambassadeurs et appuie-toi sur ce dispositif à chaque nouvelle campagne !

[Fundraising + Impact] est une newsletter participative. Si tu le souhaites, tu peux nous partager l'action de collecte digitale d'une organisation caritative qui t'a inspiré.e [ici](#). Nous pourrions l'intégrer à la prochaine newsletter en te citant (et en te remerciant bien sûr).



Transformer davantage de mobinautes en optimisant son formulaire de don mobile.

Les chiffres ont parlé.
#crashtest

L'action testée :

Les [Sauveteurs en Mer - SNSM](#) ont constaté que 60% de son trafic web se fait sur mobile (jusqu'à 75% pendant les campagnes d'appel à dons) mais il convertit peu (seulement 15% des dons).

Pour améliorer leur taux de transformation, Audrey Bogusz, Responsable Collecte Digitale de la SNSM, est partie de l'hypothèse suivante : "Si on fait un formulaire de dons plus court, plus rapide, ça incitera plus les mobinautes à transformer."

Pour ce faire, elle a réalisé un **AB Test focus "conversion sur formulaire de don mobile"** :

- Pendant la campagne été du 15/06 au 31/08/2022.
- Création de 2 formulaires de dons mobiles avec un parcours en 2 étapes.
- Une seule distinction entre les 2 formulaires : l'adresse postale optionnelle avec une case à cocher ou non.
- Redirection aléatoire vers une version ou l'autre à 50% 50% du trafic mobile.

- URL présentée sur l'ensemble des supports d'acquisition, i.e. campagnes SEA Google, Bing, Qwant, Facebook, emails de fidélisation...

Le résultat :

Le formulaire de don avec la version adresse postale optionnelle a davantage collecté :

- Un meilleur taux de conversion : 3,66% - VS - 3,31%
- Un don moyen un peu plus élevé : 69€ - VS - 67€

Avec un trafic quasiment similaire sur les 2 formulaires, cela représente plus de **2000€ de différence.**

Les apprentissages :

1. Se poser les bonnes questions avant de faire son AB test :

Pourquoi faire cet AB test ?

Qu'est-ce qu'on cherche à démontrer ?

Qu'est-ce qu'on pense qu'on va trouver comme résultat ?

Comment on réalise son AB test ?

Comment on va mesurer, piloter, suivre l'AB Test ?

2. Toujours avoir des objectifs chiffrés, quantifiables et factuels :

pour avoir un bon AB Test avec une conclusion pertinente, il faut qu'il y ait minimum 1000 transactions.

3. Mener des tests pendant les campagnes de fin d'année :

il y a beaucoup de volume de dons à cette période, c'est

l'occasion de faire de l'AB Testing pour savoir quels points optimiser sur son formulaire de dons mobile.

Eco-concevoir son formulaire de don.

La bonne pratique du mois en matière d'engagement sociétal.
#acteurduchangement

Le chiffre :

- 4 % de l'impact mondial en gaz à effet de serre (GES) est imputable au numérique et les équipements numériques sont déjà responsables de 10 % de la consommation électrique en France.
Un chiffre en croissance permanente et supérieur à l'aviation civile.

Sources :

iNUM : impacts environnementaux du numérique en France, Green IT | La face cachée du Numérique, l'ADEME | Evaluation de l'impact environnemental du numérique en France, 2ème synthèse, ARCEP & ADEME

Les bonnes pratiques à mettre en place :

- **Recueillir des informations strictement essentielles** au traitement effectué (approche RGPD friendly).
- **Concevoir “Straight to the point”** et se concentrer sur l'unité fonctionnelle : le formulaire. Il devrait être aussi épuré que possible pour limiter les frictions inutiles.
- **Toujours valider la saisie utilisateur côté client** (ce qui n'exclut pas de faire de même côté serveur) pour limiter les allers et retours infructueux entre client et serveur.

Les impacts positifs en mettant en place ces bonnes pratiques :

- Réduire la consommation en données et en énergie des services en phase d'utilisation (bénéfices écologiques) ;
- Accélérer le chargement des pages pour supporter de plus gros pic de trafic et offrir une expérience utilisateur fluide ;
- Favoriser l'exploitation des équipements sur le long terme et lutter contre la fracture sociétale liée à nos dépendances numériques (bénéfices écologiques et sociétaux).

Et côté GiveXpert, on en est où ?

Nous avons fait réaliser par [Temesis](#) une analyse de performance web environnementale de nos formulaires de dons. Leur méthodologie d'audit repose sur des critères faisant consensus dans l'écosystème conception numérique responsable, appuyée de critères portant aussi bien sur des notions d'efficience, d'accessibilité ou de considérations éthiques.

Résultat : sur 112 critères, 48 sont non éligibles à l'analyse - 64 critères éligibles à l'analyse, dont 28 qui sont respectés (c'est-à-dire 44% de RAS) - 36 sont à améliorer.

En suivant les recommandations données suite à l'analyse, nous allons donc faire des optimisations dans les prochaines semaines pour **renforcer l'écoconception de nos formulaires.**

□ *INFO LIVE : ce matin, Julien Wilhelm et Christophe Clouzeau, experts en écoconception numérique chez Temesis, nous ont partagé **les bonnes pratiques d'écoconception de son dispositif digital.** Pour voir le replay [c'est par ici](#) et pour recevoir l'invitation au prochain live [c'est par là](#).*

J'espère que cette newsletter t'a plu !

Sur ce, je te laisse avec l'avis que nous a laissé Audrey Bogusz, qui utilise l'application GiveXpert.

Elle est la Responsable Collecte Digitale de la SNSM.



5,0 ★★★★★

"Plus de trois ans de collaboration avec GiveXpert dont je salue l'accompagnement, l'efficacité, la réactivité et la sympathie de ses collaborateurs. Alexandre, David, Nicolas, Lydia et Ophélie, avec qui j'échange principalement, sont d'excellents partenaires de collecte digitale. Vraiment ravie d'avoir pu travailler avec vous, accompagnement haute couture, profond et précieux qui mérite un grand BRAVO et un énorme MERCI =)"

Tu es aussi en charge de collecter des fonds pour ton organisation et tu souhaites développer les collectes en ligne tout en étant bien entouré-e ?

Rejoins-nous !

Découvrir GiveXpert

Depuis 2012, un [éditeur de logiciel engagé](#).

Le savais-tu ?

GiveXpert a rejoint le groupe Eudonet en ce début de mois. Pour tout savoir sur ce rapprochement, consultez [notre page dédiée](#) (communiqué de presse + FAQ).

Bonne semaine,
Alexandre et Ophélie



Prendre [RDV avec Alexandre](#).
[Suivre Ophélie](#) sur LinkedIn.

On t'a transféré cette newsletter et tu la trouves instructive ?
Inscris-toi gratuitement pour recevoir une nouvelle édition [tous les mois ici](#).



Carisinfo s.a.s. 12 place des Arts 74200 Thonon-lesBains

Vous recevez cet e-mail car vous êtes abonné à la newsletter de GiveXpert, conformément au Règlement (UE) 2016/679 relatif à la protection des données à caractère personnel, vous disposez des droits suivants sur vos données : droit d'accès, droit de rectification, droit à l'effacement (droit à l'oubli), droit d'opposition, droit à la limitation du traitement, droit à la portabilité. Pour exercer vos droits, merci de nous contacter à :

contact@givexpert.com

Vous pensez à vous désinscrire ?

Nous serions tristes de vous voir partir, vous pouvez [gérer vos abonnements ici](#) ou vous [désabonner ici](#).