



Bonjour,

On espère que tu vas bien.

Au programme ce mois-ci :

1. L'exemple du Diocèse d'Annecy : faire grandir sa base donateurs avec un calendrier de l'Avent digital.
2. ☐☐ L'expérience menée : mettre une vidéo sur son formulaire de don principal permet-il de mieux convertir ?
3. La bonne pratique en matière d'engagement sociétal : mettre un filtre pour nettoyer automatiquement sa boîte email.

Faire grandir sa base donateurs avec un calendrier de l'Avent digital.

L'exemple du Diocèse d'Annecy.
#bestpractice

Qui est le Diocèse d'Annecy

Le diocèse d'Annecy est la circonscription de l'Église catholique de France en Haute-Savoie.

Comment le Diocèse d'Annecy a lancé un calendrier de l'Avent en ligne pour faire grandir sa base donateurs ?

Chaque fin d'année, le diocèse d'Annecy propose une opération digitale d'appel à dons, puisque c'est dans la dernière partie de l'année que se concentre la générosité. Les années précédentes, une petite vidéo sur le thème de Noël et de la générosité + 3 e-mails étaient envoyés à la base de donateurs au cours de décembre.

Cette année, le calendrier de l'Avent digital avait 2 objectifs :

1. Faire grossir leur base d'adresses e-mails, car les campagnes e-mailing sont une source importante de dons.
2. Partager du contenu en lien avec la période de l'Avent qui ce ne

soit pas « que » centré sur l'appel à dons.

Fonctionnement :

- Chaque jour, un contenu pastoral/spirituel est à découvrir, avec des activités manuelles, quiz en lien avec l'Avent, prières, surprises, etc.
- Chaque case a ensuite sa propre sous-page qui présente en détail le contenu du jour et qui guide la personne pour réaliser l'action suggérée.



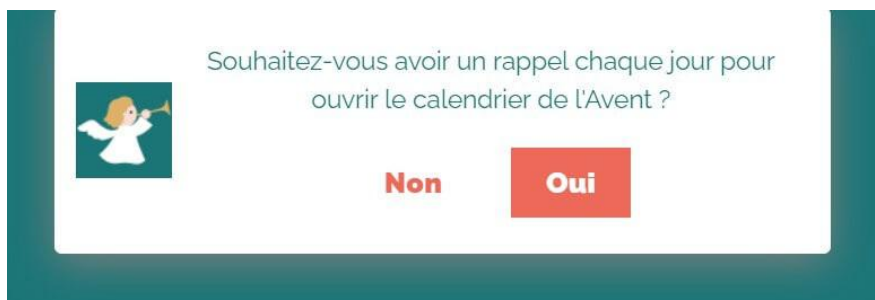
Mise en place :

- Le calendrier de l'Avent est mis en page sur une landing avec une URL dédiée à la campagne, réalisée avec l'agence Alteriade.
- Les équipes du Diocèse ont invité leurs paroissiens à se connecter chaque jour sur cette page, à gratter la bonne case et à cliquer sur la case pour découvrir le contenu du jour.



Planning de communication :

- L'opération a commencé avant le 1er décembre, pour proposer aux paroissiens de s'inscrire au calendrier : Site Internet du diocèse et des paroisses, réseaux sociaux, information dans la newsletter envoyée par mail aux catholiques de Haute-Savoie, promotion sur Facebook.
- Pendant le temps de l'Avent en décembre, cycle de 5 e-mails : 2 sur le calendrier et 3 appels à dons.



♥ On aime :

- **Le design chaleureux**, qui donne envie de regarder chaque case, comme si on tenait le calendrier dans ses mains.
- **Le côté interactif pour "ouvrir la case"**, en "grattant" avec sa souris sur ordinateur ou son doigt sur mobile.
- **La notification quotidienne**, qui crée un RDV le temps de l'opération.

Comment s'en inspirer :

1. Décliner le concept du calendrier de l'Avent en compte à rebours jusqu'à votre prochain événement.
2. Proposer un contenu différent chaque jour en lien avec la thématique de votre campagne : texte inspirant, vidéo à partager, défi à réaliser, rébus, mots fléchés...
3. Dans 2 ou 3 de vos contenus, glisser des liens vers votre formulaire de don ainsi qu'un bouton permanent d'appel à don dans votre header / footer.

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



Mettre une vidéo sur son formulaire de don principal permet-il de mieux convertir ?

Les chiffres ont parlé.
#crashtest

L'action testée :

Le formulaire par défaut de Greenpeace, accessible via le bouton "Faire un don" à droite dans la barre de navigation haute sur leur site web, cible les visiteurs issus du trafic organique.

Il y a donc beaucoup moins d'argumentaires pour arriver sur ce formulaire de dons, contrairement à ce qu'il est possible de faire dans un e-mailing.

Pour améliorer leur taux de conversion, Léa Schwarcz, Manageuse Acquisition Digitale chez Greenpeace, s'est alors demandé : "Pour le trafic organique sur notre formulaire de don, est-ce plus performant ou non d'avoir une vidéo ?".

Pour ce faire, elle a réalisé un A/B Test :

- Version A : avec vidéo
- Version B : sans vidéo



Lutter contre le dérèglement climatique est notre priorité absolue chez Greenpeace. Pour y parvenir, nous mettons chaque jour en œuvre une pluralité de leviers : enquêtes, analyses, actions, mobilisations, recours juridiques...

Face à l'urgence climatique, c'est le soutien de chacun et chacune d'entre vous dont nous avons besoin.

Étape 1
Montant

Étape 2
Coordonnées

Étape 3
Paiement

Avec vous, nos actions prennent une autre dimension

Vous avez un rôle à jouer à nos côtés. En nous soutenant dès aujourd'hui, vous **nous aidez à accélérer la transition écologique face à l'urgence climatique**. C'est ensemble que nous arriverons à dessiner ce futur plus juste et plus écologique auquel nous aspirons. **Chaque soutien compte !**

Nous refusons tout don d'entreprises, de partis politiques et de gouvernements. Cette indépendance est le gage de notre liberté de parole et d'action, en tous lieux et en toutes circonstances.

Plus tôt vous faites votre don, plus tôt nous pouvons le mettre à contribution. Alors n'attendez plus, rejoignez-nous !

Merci pour votre soutien !

Je donne une fois

Je donne tous les mois

35€

55€

95€

Autre montant

Si vous êtes imposable, 66% de votre don est déductible de votre impôt sur le revenu dans la limite de 20% de vos revenus imposables. Ainsi, votre don de 55 € vous revient dans ce cas à **18,70 €** après déduction fiscale. Que vous soyez imposable ou non, Greenpeace reçoit l'intégralité de votre don de 55 €. Merci !

Le résultat :

La vidéo a un impact négatif sur le taux de transformation. En effet, la version B sans vidéo a été plus performante : +12% sur le taux de conversion.

Les apprentissages :

1. **Ajouter une vidéo sur le formulaire de don principal semble distraire et nuire à la conversion** : Généralement, la vidéo doit soutenir l'argumentation avant le formulaire de don. Lorsque la personne atterrit sur le formulaire de don, elle doit déjà être convaincue.
2. **Les enseignements ne sont pas toujours les mêmes selon les vidéos** : Certaines vidéos sont plus ou moins longues / plus ou moins connectées avec un message négatif ou positif etc.
3. **Cela dépend de ton objectif** : Greenpeace cherche d'abord à développer son image de marque. C'est pourquoi malgré ce résultat, ils ont gardé une vidéo sur leur formulaire par défaut.

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

Mettre un filtre pour nettoyer automatiquement sa boîte email.

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

Les chiffres :

- Des heures.
C'est le temps qu'on passe à supprimer nos emails. Or notre temps pour lutter contre l'urgence climatique sera sûrement plus efficace ailleurs. En effet, 76 % des gaz à effet de serre du numérique en France proviennent de la fabrication (FAB) des terminaux...
- 5 mn tous les 6 mois.
C'est le temps que devrait nous prendre l'exercice de supprimer nos emails. Maximum.

Sources :

- [GreenIT.fr](#)
- [Bon Pote](#)

Les bonnes pratiques à mettre en place :

- Supprime automatiquement tes emails pour garder ton terminal le plus longtemps possible (smartphone ou PC).
- Crée un filtre dans ta messagerie : affiche les messages les plus "lourds" (en Kilo-Octets, Ko ou Méga-Octets, Mo) en premier et supprime ceux dont tu n'as plus besoin.

- Fais la même chose avec les vidéos, dans la mesure où ce sont elles qui prennent de loin le plus de place.
- Vide ta corbeille régulièrement.
- Utilise des outils de nettoyage et désinscription comme [Cleanfox](#) ou [Clean Email](#).

Les impacts positifs en mettant en place ces bonnes pratiques :

- Faire durer ton terminal ;
- Réduire tes émissions de gaz à effet de serre ;
- Même de faire de belles économies !

Et côté GiveXpert, on en est où ?

Nous utilisons la création de filtres pour supprimer nos emails efficacement avec notre boîte Gmail. Côté Eudonet, création d'un PDF "Tutoriel Data Clean Day 2022" partagé à tou-te-s les collaborateur-ice-s pour nettoyer les PCs et les boîtes mail Outlook.

□ *INFO LIVE : Ce matin, Emilie Compagnie, consultante indépendante en collecte de fonds et fondatrice de E/C Consulting, nous a partagé ses **bonnes pratiques pour développer tes arguments de collecte pour tes campagnes 2023.***

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 !

Tu peux (re)lire la newsletter de **septembre** [ici](#), **octobre** [là](#), **novembre** [par là](#) ou encore **décembre** [par ici](#). (j'ai laissé mon prénom en aperçu)

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

Elle est chargée de collecte chez L'ENVOL.



5,0 ★★★★★

"Nous avons fait appel à GiveXpert car nous avons besoin de formulaires de dons adaptés, qui nous permettent de manière

*automatique la saisie des données dans notre CRM Eudonet.
Nous avons toujours été très bien accompagnés par Alexandre, dès
les premiers échanges, et jusqu'à la mise en place de la solution.
L'équipe support se montre ensuite très réactive, j'obtiens toujours
des réponses facilement.
Enfin, l'outil est fluide et facile à prendre en main avec un système
d'aide guidée intégré."*

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](#).

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](#).



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](#).

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

