

[Fundraising + Impact]



Bonjour,

On espère que tu vas bien.

Au programme ce mois-ci :

1. L'exemple de Aux captifs, la libération : identifier dans son CRM les nouvelles personnes donatrices quand les outils d'Analytics anonymisent les données.
2. ☐☐ L'expérience menée : augmenter son don moyen avec l'Open Banking.
3. La bonne pratique en matière d'engagement sociétal : rendre son site web accessible aux personnes en situation de handicap.

FLASH ÉVÉNEMENTS

☐ **LIVE : Giving Tuesday : engager les salariés via le mécénat de compétences et collectes en entreprise**

→ Le jeudi 12 octobre 2023 à 9h en live

Déjà +100 personnes inscrites - [Inscriptions](#)

☐ **FNAF : Coaching gratuit sur notre stand 222 et conférence**

→ Le 18 octobre 2023 de 9h à 18h au Palais des Congrès de Paris

1. Demandez [votre invitation gratuite](#) à l'événement
2. Participez à notre [conférence à 15h](#)
3. Réservez votre session de coaching sur notre stand 222 :
 - A. Animer ma communauté de membres, avec [Stéphanie](#)
 - B. Booster vos dons en ligne, avec [Ophélie](#)
 - C. Piloter votre association avec la data, avec [Linda](#)

AFF Innovation : Gagnez votre place !

→ Le 15 novembre 2023 au FIAP à Paris

Chemin parcouru : Comment aborder la nouveauté

quand on est une petite structure et la pérenniser pour grandir ? avec Ophélie Le Grand et Camille Rason (L'ENVOL)

Nous avons **1 place à vous offrir** ! Soyez la première personne à répondre à cet email pour la gagner ☐

Identifier dans son CRM les nouvelles personnes donatrices quand les outils d'Analytics anonymisent les données

L'exemple de Aux captifs, la libération.
#bestpractice

Qui est Aux captifs, la libération ?

Aux captifs, la libération est une association loi 1901 qui a pour mission de rencontrer et d'accompagner les personnes de la rue ou qui vivent de la rue.

Comment Aux captifs, la libération identifie dans son CRM les nouvelles personnes donatrices alors que les outils d'Analytics anonymisent les données ?

L'association utilise l'ID / le n° de transaction.

1. Elle croise l'**ID de commande de la transaction** dans GiveXpert avec la donnée correspondante dans Analytics.
2. Elle croise cette donnée avec le **couple Source/Support**. Dans cet exemple : la transaction N°9683 correspondait à une annonce payante en SEA sur Bing.
3. Elle croise cette donnée Analytics avec la **donnée remontée dans son CRM Eudonet**.

The screenshot displays three software interfaces used for data cross-referencing:

- Analytics:** A table with columns 'Identifiant de la transaction', 'Source/Support', and 'Revenu'. A row for 'Aux captifs - ORX SEA + FB' shows a total revenue of 5437,00 €. A specific transaction with ID '9683' (highlighted in a red box) is listed with source 'bing / cpc' and a revenue of 200,00 €.
- GiveXpert:** A table with columns 'Statut', 'Offline', 'Id de commande', 'Numéro de transaction', 'Code', and 'Montant'. The transaction ID '9683' (highlighted in a red box) is shown with a status of 'Validée', 'Offline' set to 'Non', and a payment amount of 200,00 € via online payment.
- Eudonetcrm:** A table with columns 'ID transaction', 'Type', 'Date 1er don', 'Montant', and 'Nom'. The transaction ID '9683' (highlighted in a red box) is shown as a 'Don ponctuel' made on 22/11/2022 for an amount of 200,00 € by 'Roger'.

A partir de là, l'association **vérifie si cette personne est nouvelle donatrice ou pas** :

- Ici la personne a fait son premier don le 22/11/2022 donc c'était sur la période de campagne d'Aux Captifs, la libération. Conclusion : cette personne est nouvelle donatrice.

Puis l'association fait un **suivi de la personne dans son CRM**, avec notamment un envoi d'email de bienvenue.

♥ On aime :

- Le fait que **l'ID / le n° de transaction soit une donnée commune** entre Google Analytics, le formulaire de don GiveXpert et le CRM Eudonet.

Comment s'en inspirer :

1. Identifier les personelles nouvelles donatrices suite à vos **campagnes SEA** et autres leviers publicitaires.
2. Effectuer un **suivi dans le temps** des personnes donatrices dans son CRM : est-ce une nouvelle personne ? Redonnera-t-elle l'an prochain ? Etc.
3. Mener des **campagnes personnalisées**, de l'accueil à la fidélisation, en fonction du statut de la personne.

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



Augmenter son don moyen avec l'Open Banking

Les chiffres ont parlé.

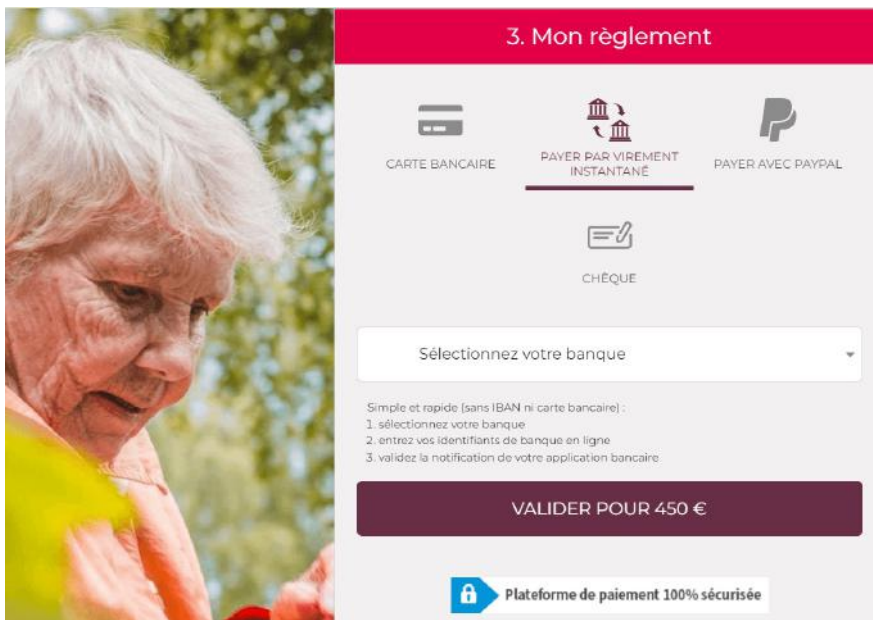
#crashtest

L'action testée :

L'arrivée du paiement en Open Banking rend les paiements instantanés en euros accessibles à tous les particuliers et à toutes les entreprises.

Une opportunité que les Petits Frères des Pauvres a saisi, notamment pour faciliter la collecte des montants de dons élevés. En effet, contrairement à la carte bancaire, il n'y a pas de plafond de montant, donc moins de risque d'échec de paiement.

L'association a donc ajouté ce choix de paiement sur son formulaire de dons.



Les résultats :

- Un don moyen à 192€ -VS- 442€ via l'Open Banking sur toute l'année 2022.
- L'Open Banking a représenté 10% de la collecte totale 2022 (en montant de dons).
- 25% des personnes qui passent par l'Open Banking sont des nouveaux donateur·ice·s.
- Pour les 75% des personnes qui étaient déjà donatrices, elles ont augmenté leur don moyen en passant par l'Open Banking.

Les apprentissages :

1. **Inform**er les donateur·ice·s que ce mode de paiement existe. Par exemple, à chaque échec de paiement, la personne chargée des relations donateur·ice·s prend contact avec la personne pour expliquer ce moyen de paiement disponible.
2. Privilégier le terme "**Virement instantané**" à "Open Banking".
3. **L'installation rapide** de ce mode de paiement fait qu'il va devenir incontournable pour les **campagnes grands donateurs ou IFI**.
4. Il n'y a pas de profil type pour les donateur·ice·s en Open Banking mais sûrement **un transfert des chèques offline** vers l'Open Banking.

Rendre son site web accessible aux personnes en situation de handicap

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

#acteurduchangement

Les chiffres :

- 98% des sites internet ne sont pas accessibles aux personnes en situation de handicap (1)
- Seulement 26% des pages sont inclusives sur les sites étatiques (1)
- Depuis 2005, un texte de loi rend obligatoire l'accessibilité numérique pour l'égalité des droits et des chances. Les grands principes sont énoncés dans le RGAA (référentiel général d'amélioration de l'accessibilité). (2)

(1) <https://www.maddyness.com/2022/01/20/conseils-site-internet-accessible-handicap/>

(2) <https://accessibilite.numerique.gouv.fr/>

Les bonnes pratiques à mettre en place :

- Se former à ces enjeux d'inclusion : avec Tanaguru, Koena, IDcap, Access42 etc.
- Utiliser un système de gestion de contenu (CMS) qui prévoit la gestion de l'accessibilité : avec WordPress ou Craft CMS par exemple.
- Créer un design contrasté :
 - pas de texte qui s'affiche sur une image ;
 - 70% de différence de luminosité entre la teinte de l'arrière-plan et le texte ;
 - utiliser l'extension Google Chrome "[Let's get colorblind](#)" pour visualiser votre site comme un·e utilisateur·ice daltonien·ne.
- Décrire précisément les images dans les balises ALT surtout s'il s'agit de boutons.
- Privilégier des textes de liens explicites : «contactez-nous» plutôt que «cliquez ici».
- Structurer le contenu avec des balises HTML, afin que le logiciel repère directement la structure du texte : <H> pour les titres, <p> pour les paragraphes a minima.
- Avoir un interlignage qui correspond à 120% de la taille des caractères et aligner son texte sur la gauche, plutôt que de justifier.

Les impacts positifs en mettant en place ces bonnes pratiques :

- Améliorer la lisibilité et la clarté.
- Rendre ses contenus plus faciles à consulter, notamment sur mobile.
- Améliorer son SEO.



Et côté GiveXpert, on en est où ?

Nous appliquons ces bonnes pratiques à la fois dans la conception de notre logiciel de collecte de don en ligne (qui permet donc de créer des formulaires de dons accessibles) et sur notre site web.

Néanmoins tous les ans, un travail de repasse est nécessaire, notamment pour s'assurer que notre site internet est toujours accessible. L'application de notre nouvelle charte graphique est une bonne opportunité pour retravailler ces sujets.

Retrouve toutes les bonnes pratiques partagées précédemment

J'espère que cette newsletter de juillet t'a plu !

Tu peux (re)lire la newsletter de **janvier** [là](#), **février** [ici](#), **mars** [par-là](#), **avril** [ici](#), **mai** [là](#), **juin** [par-là](#), de **juillet** [ici](#) ou encore de **septembre** [là](#) (j'ai laissé un prénom en aperçu).

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

Catherine Silva

Coordonnatrice du développement et administration,
Responsable communication et webmarketing
Fondation Vaincre Alzheimer



« *Nous avons automatisé une partie du traitement de nos données avec le connecteur de GiveXpert.* »

Je confirme que ça fait gagner beaucoup de temps. Rien que sur le mois de décembre, ça m'a évité des semaines extrêmement chargées, notamment en fin de mois.

La solution existe et elle n'est pas compliquée à mettre en place. A moindre coût, ça permet d'automatiser mes tâches. »

Toi aussi tu es 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](#).

GiveXpert 
® Eudonet



11 avenue Dubonnet Smart Parc Bâtiment Est CS 60101 92407 Courbevoie Cedex

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 abonnement ici](#) ou vous [désabonner ici](#).