



## 1 LA PHASE SILENCIEUSE

### SENSIBILISER LES ÉQUIPES À LA STRATÉGIE

- Partager le dossier avec les équipes
- Réunir les équipes et valider collectivement les fondamentaux et la charte éthique
- S'assurer que la stratégie est partagée, affuter un discours commun

### VALIDER LES ORIENTATIONS

- Valider les méthodes, formes et ambitions de Collecte
- Valider le budget 2022

### ENRICHIR ET ACTUALISER LA BASE DE DONNÉES

- Créer une matrice de gestion et de suivi des échanges avec les futurs partenaires
- Réunir les bases de données des équipes
- Sélectionner les premiers prospects: entreprises, fondations, prestataires et partenaires historiques

### CONSTRUIRE LE PLAN DE COMMUNICATION ET DE RECONNAISSANCE

- Valider le ton, les accroches et le nom de la campagne de levée de fonds
- Négocier et commander les contreparties symboliques et émotionnelles
- Formaliser, mettre en forme et actualiser les différents supports de communication de l'appel aux dons
- Identifier les futurs partenaires médias et les solliciter: radio, presse, web, télévision, magazines spécialisés
- Identifier les futurs leviers de notoriété et de promotion: réseaux, événements, trophée, prix, paniers culturels,
- Formaliser un communiqué de presse

### SENSIBILISER ET SOLLICITER LES PREMIERS PROSPECTS

- Identifier la forme de demande de soutien (financier, nature, compétence)
- Diffuser le « kit partenaires » aux premiers prospects par mail et par courrier
- Relancer par téléphone 1 semaine après le premier envoi
- Organiser le rendez-vous en binôme (l'authentique & le négociateur), écouter et présenter le projet
- Remercier et envoyer une proposition chiffrée par mail en s'appuyant sur la grille des remerciements
- Communiquer auprès de son premier cercle et mesurer l'intérêt des particuliers pour la cause

## 2 LA PHASE Communicante

### SENSIBILISER ET SOLLICITER LE CŒUR DE CIBLE, LES PARTENAIRES MÉDIA & RÉSEAUX

- Organiser une conférence de presse présentant le projet et l'appel de fonds
- Diffuser le « kit partenaire » à tout le cœur de cible et essaimer la recherche de fonds privés
- Préparer la dynamique de discussion et organiser les rendez-vous
- Organiser des jeux-concours et relais promotionnels avec les partenaires
- Valider les propositions, formaliser et échanger les conventions de partenariat
- Représenter la structure et les projets dans les événements et réseaux définis collectivement

### RECONNAITRE ET REMERCIER LES PARTENAIRES

- Signer les conventions et essaimer le partenariat sur les réseaux sociaux et supports de communication
- Facturer le sponsoring, collecter le mécénat, délivrer les contreparties et les reçus fiscaux
- Inviter les partenaires et donateurs aux événements importants
- Remercier personnellement et communiquer fréquemment

## 3 L'après collecte

### FIDÉLISER LES PARTENAIRES

- Formaliser le bilan d'activité et le dossier de presse, les diffuser aux partenaires et aux donateurs
- Proposer un RV de débriefe aux entreprises partenaires et mécènes
- Analyser les résultats de la collecte et actualiser la base de données pour les prochains projets
- Animer le réseau des partenaires et des donateurs et garder le contact, sans jamais oublier de dire MERCI!