



Liste de vérification de la feuille de route – Janvier

- ☐ Remerciez tous les donateurs qui ont donné pendant la saison des dons
- ☐ Sachez comment renvoyer des reçus fiscaux et où les trouver
- ☐ Célébrez les efforts et les réussites de votre équipe 🎉

Ressources :

- Centre d'aide de CanaDon : [Accédez à vos reçus fiscaux au moyen de CanaDon pour les donateurs](#)
- [Rapport sur la saison des dons](#) : Accédez à vos dernières données et à vos segments de donateurs

Plan d'action de la feuille de route – Janvier

☐ REMERCIEZ TOUS LES DONATEURS QUI ONT DONNÉ PENDANT LA SAISON DES DONS

Vos donateurs viennent de donner généreusement. Votre manière de les remercier maintenant influencera leur décision de soutenir à nouveau à votre organisme. C'est la base de la fidélisation des donateurs.



- **Envoyez un dernier courriel de remerciement** aux personnes qui ont fait un don pendant cette saison, si ce n'est pas encore fait.
- **Si possible, envoyez des cartes ou des notes de remerciement manuscrites aux grands donateurs**, aux membres du conseil d'administration, aux nouveaux donateurs mensuels et à toute personne ayant contribué de manière exceptionnelle. Un petit geste peut vous mener loin.
- **Enregistrez un court message vidéo de la direction** pour remercier la communauté, rappeler les objectifs de la campagne et souligner l'impact des dons. Diffusez-le par courriel et sur les médias sociaux.
- **Publiez un message de remerciement sur votre site Web et vos médias sociaux** afin de célébrer vos donateurs.
- **Faites connaître votre impact et vos résultats.** Les donateurs veulent savoir que leur don fait une différence. Préparez un rapport d'impact présentant les résultats de votre campagne et la façon dont les fonds seront utilisés; puis, diffusez-le dans votre infolettre, par courriel et sur les médias sociaux à votre base de donateurs.

☐ **SACHEZ COMMENT RENVOYER DES REÇUS FISCAUX ET OÙ LES TROUVER**

Certains donateurs auront besoin d'un duplicata ou d'un nouveau reçu fiscal. Soyez prêt.

- **Tirez parti des reçus fiscaux de CanaDon :** CanaDon délivre automatiquement des reçus fiscaux conformes aux exigences de l'ARC. Les donateurs ayant fait un don au moyen de votre profil d'organisme de bienfaisance ou d'un formulaire de don personnalisé devraient l'avoir reçu immédiatement après leur don.
- **Si vous devez remettre un autre reçu :**
 - Demandez au donateur d'ouvrir une session dans son compte CanaDon et de télécharger son reçu fiscal à partir de la section « [History of donations and receipts](#) ».
 - S'il n'a pas de compte CanaDon, envoyez-lui [le lien de cet article](#) qui l'aidera à télécharger son reçu.
- **Consignez le processus.** Voyez quels donateurs ont demandé un nouveau reçu et pourquoi. Ces renseignements pourront vous aider à améliorer vos prochaines campagnes.



□ CÉLÉBREZ LES EFFORTS ET LES RÉUSSITES DE VOTRE ÉQUIPE 🎉

Votre équipe a travaillé fort. Prenez le temps de souligner son travail.

- Réunissez les membres du personnel, les bénévoles et les membres du conseil d'administration afin de célébrer la campagne et de faire un retour sur les éléments qui ont bien fonctionné. Présentez les résultats finaux, remerciez les personnes qui se sont démarquées et célébrez toutes les réussites, grandes ou petites.
- Diffusez les résultats de la campagne dans vos outils de communication internes (Slack, courriel, babillard, etc.) afin que toute l'équipe puisse constater l'impact de son travail.
- Sur les médias sociaux, remerciez les membres de votre personnel et vos bénévoles (par leur nom), lorsque cela est approprié. Montrez les visages des personnes qui concrétisent votre mission.



Faites le bilan de votre saison des dons :

- Analysez vos données afin de déterminer ce qui a bien fonctionné et ce qui pourra être amélioré l'an prochain. Les principaux indicateurs à calculer comprennent :
 - **Les revenus totaux** : montant final recueilli par rapport à votre objectif et aux résultats de l'année précédente.
 - **Le nombre de donateurs** : nombre total, nouveaux donateurs, donateurs récurrents, etc.
 - **Le don moyen** : comparez-le selon les différents segments (grands donateurs, nouveaux donateurs, Mardi je donne, campagne de fin d'année, etc.).
 - **Le taux de rétention** : quel pourcentage des donateurs de l'année dernière a donné de nouveau?
 - **Les revenus par canal** : courriels, médias sociaux, site Web, profil d'organisme, dons de titres, etc.
 - **Les journées de pointe** : les journées pendant lesquelles vous avez reçu le plus de dons.
- Documentez ce qui a bien fonctionné et ce qui n'a pas marché pour que votre équipe puisse s'y référer au moment de la saison des dons en août 2027.
- Attribuez des étiquettes à vos donateurs pour faciliter la segmentation de vos prochaines campagnes. Les étiquettes vous permettent de segmenter vos donateurs pour les campagnes suivantes et personnaliser vos communications futures.

POINTS PRINCIPAUX À RETENIR POUR RÉUSSIR

- **Commencez tôt :** La préparation de la saison des dons débute en août, et non en novembre. Cette période allongée vous donne le temps de planifier, de créer et d'optimiser vos campagnes.
- **Utilisez vos données :** Tirez parti du rapport de la saison des dons de CanaDon ainsi que de vos propres indicateurs pour prendre des décisions éclairées concernant les canaux de communication, la segmentation des donateurs et le calendrier de vos campagnes.
- **Commencez tôt :** La préparation de la saison des dons débute en août, et non en novembre. Cette période allongée vous donne le temps de planifier, de créer et d'optimiser vos campagnes.
- **Utilisez vos données :** Tirez parti du rapport de la saison des dons de CanaDon ainsi que de vos propres indicateurs pour prendre des décisions éclairées concernant les canaux de communication, la segmentation des donateurs et le calendrier de vos campagnes.
- **Segmentez vos donateurs de façon stratégique :** Tous les donateurs sont différents. Adaptez vos messages et vos stratégies de communication aux grands donateurs, aux donateurs récurrents, aux anciens donateurs et aux nouveaux donateurs potentiels.
- **Mettez en valeur les différentes façons de donner :** Faites la promotion des dons ponctuels, des dons mensuels et des dons de titres. L'équilibre entre ces différentes options est un élément important de votre stratégie de croissance.
- **Misez sur des histoires authentiques :** Faites connaître les bénévoles, les membres de votre équipe et les personnes que vous soutenez. Des témoignages authentiques contribuent à renforcer la confiance et à créer un lien avec les donateurs.
- **Planifiez pour les périodes de pointe :** Analysez les moments où les dons sont les plus nombreux et adaptez vos messages ainsi que la fréquence de vos communications en conséquence.
- **Remerciez vos donateurs :** Les messages de remerciement sont l'un des moyens les plus efficaces pour fidéliser vos donateurs. Envoyez-les rapidement, personnalisez-les et poursuivez vos remerciements en janvier.
- **Analysez vos résultats et améliorez-vous :** Profitez du mois de janvier pour faire le bilan de votre campagne, consigner les leçons apprises et prévoir ce qu'il faut améliorer en 2027.



Nous vous souhaitons une excellente saison des dons 2026!