



Liste de vérification de la feuille de route — Décembre

- ☐ Remerciez les personnes qui ont fait un don pour Mardi je donne
- ☐ Faites une dernière vérification de votre campagne de fin d'année
- ☐ Continuez à communiquer avec vos donateurs par courriel et sur les médias sociaux

Ressources :

- [Modèles de courriels](#) : exemples de courriels avec compte à rebours pour la dernière ligne droite
- [Rapport sur la saison des dons](#) : Utilisez l'onglet Rapports CanaDon pour accéder aux données sur les donateurs et la segmentation en conséquence

Plan d'action de la feuille de route — Décembre

☐ REMERCEZ LES PERSONNES QUI ONT FAIT UN DON POUR MARDI JE DONNE

Profitez de l'impulsion de Mardi je donne en remerciant rapidement vos donateurs et en partageant largement les résultats obtenus.

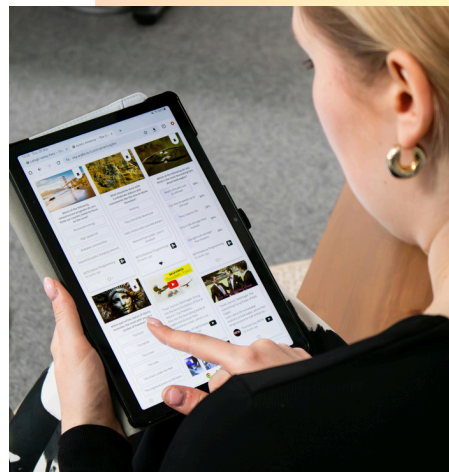
- **Envoyez vos courriels de remerciement dans les 24 h :** Utilisez vos courriels de remerciement automatisés, ainsi que des suivis personnalisés auprès des grands donateurs.
- **Diffusez les résultats :** Envoyez un courriel et publiez un message sur les réseaux sociaux pour souligner ce qui a été accompli. Par exemple : « Grâce à 150 donateurs, nous avons recueilli 25 000 \$ à l'occasion de Mardi je donne! » ou « Nous avons atteint notre objectif de jumelage de 10 000 \$. Voici ce que cela permettra de réaliser pour [les bénéficiaires]. »
- **Mettez l'accent sur les retombées :** Expliquez concrètement ce que les dons permettront d'accomplir. Par exemple : « Le don que vous avez versé pour Mardi je donne permettra d'offrir 500 repas à des familles dans le besoin » ou « Grâce à votre générosité, nous pourrons lancer un nouveau programme à [endroit]. »



□ FAITES UNE DERNIÈRE VÉRIFICATION DE VOTRE CAMPAGNE DE FIN D'ANNÉE

À mesure du mois de décembre, évaluez votre progression en vue de votre objectif et segmentez vos donateurs de façon stratégique.

- **Tirez parti de votre rapport de la saison des dons de CanaDon :** Connectez-vous à votre compte CanaDon et accédez à l'onglet « Rapports ». Consultez le rapport de la saison des dons où vous trouverez les donateurs qui ont versé un don à CanaDon à cette période en 2025.
 - En prime : vous pouvez aussi utiliser les rapports pour produire une liste des donateurs de cette année (ceux qui ont donné jusqu'à maintenant en 2026) à des fins de comparaison.
- **Identifiez les segments :**
 - **Les donateurs de l'an dernier qui ont à nouveau donné cette année :** remerciez-les et continuez de les mobiliser — ce sont vos fidèles sympathisants.
 - **Les personnes qui ont donné l'année dernière mais pas encore cette année :** ce sont vos principaux candidats à la relance. Ils ont déjà donné; un simple rappel pourrait suffire.
 - **Les personnes qui ont fait un don à l'occasion de Mardi je donne et celles qui ne l'ont pas encore fait :** comprenez quel segment a fait un don et à qui il faut encore demander.
- **Mettez à jour vos progrès :** Célébrez vos progrès en vue de l'atteinte de votre objectif de campagne en actualisant le contenu sur votre site Web, votre profil d'organisme de bienfaisance sur CanaDon et sur vos médias sociaux. Par exemple : « *Nous avons atteint 70 % de notre objectif. Aidez-nous à atteindre 100 %!* »



□ CONTINUEZ À SENSIBILISER VOS DONATEURS PAR COURRIEL ET SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

Décembre, c'est la dernière ligne droite. Conservez une bonne fréquence de communication et entretenez un sentiment d'urgence élevé, tout en veillant à la variété de vos messages.

Stratégie relative aux courriels :

- **Augmentez progressivement la fréquence de vos courriels en décembre.** Envoyez-les 2 fois par semaine au début du mois, avant d'augmenter la cadence à un envoi tous les deux ou trois jours pendant la dernière semaine.
- **Si vous acceptez les dons de titres, faites-en la promotion.** Par exemple : « *Faites don de titres qui ont pris de la valeur et évitez l'impôt sur les gains en capital tout en soutenant [cause]. Apprenez-en plus.* » Les dons de titres peuvent être une importante source de revenus pour les organismes de bienfaisance.
- **Envoyez des appels adaptés à chacun de vos segments de donateurs.** Par exemple :
 - Anciens donateurs : « *Nous n'avons pas encore reçu de vos nouvelles cette saison. Nous avons encore besoin de votre soutien.* »
 - Grands donateurs : « *Votre don majeur de l'an dernier a eu un réel impact. Accepterez-vous de jouer ce rôle de nouveau cette année?* »
 - Donateurs récurrents : « *Merci pour votre soutien mensuel. Accepteriez-vous de faire également un don de fin d'année?* »
 - Primodonateurs : « *Bienvenue! Votre don fait une différence. Voici ce qui s'en vient.* »

Stratégie pour les médias sociaux :

- **Publiez des nouvelles chaque semaine** sur les progrès de votre campagne et l'impact des dons recueillis. Mettez en évidence des besoins précis afin de rendre vos appels plus concrets et atteignables. Par exemple : « *Il nous manque 25 donateurs pour atteindre notre objectif* » ou « *Un don de 20 \$ nous permettra d'offrir 100 repas de plus.* »
- **Créez un sentiment d'urgence** en publiant des comptes à rebours; par exemple : « *Il ne reste qu'une semaine pour faire un don.* »
- **Dites comment ça se passe en coulisses** et mettez en valeur les membres de votre équipe et vos bénévoles.
- **Rappelez l'échéance fiscale du 31 décembre** pour les personnes qui planifient leurs dons de fin d'année. Invitez-les à faire un don par l'entremise de votre profil d'organisme de bienfaisance sur CanaDon et soulignez que les reçus fiscaux sont automatiquement délivrés et conformes aux exigences de l'ARC. Par exemple : « *Votre reçu fiscal est délivré automatiquement et peut être utilisé pour votre déclaration de revenus.* »



Les 48 dernières heures de l'année sont déterminantes. De nombreux donateurs attendent les derniers jours avant de faire leur don. Envoyez plusieurs courriels et affichez en masse sur les réseaux pendant ces deux journées.

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!