



Le développement philanthropique

Du transactionnel au relationnel

- Une passion...
- Une source d'inspiration...

*« On vit de ce que l'on
gagne. On construit sa
vie par ce que l'on
donne. »*

- Winston Churchill

Valeurs philanthropiques de *SPORTSQUÉBEC*

1 Engagement

- Apporter un engagement indéfectible et unique envers le donateur

2 Intégrité

- Assurer une veille constante sur une saine gestion des dons et une communication régulière avec vos donateurs

3 Reconnaissance

- Assurer la reconnaissance de vos donateurs et partenaires

4 Proximité

- Assurer la réalisation de messages porteurs de sens qui font une différence dans le quotidien de vos donateurs

***La transaction doit
indéniablement entraîner la
relation.***

Marketing de la transaction vs Marketing de la relation

Transaction

- Orientation à court terme
- Intérêt pour la vente isolée
- Contact avec la clientèle discontinu

- Mise en avant des caractéristiques du produit
- Peu d'importance au service à la clientèle

- Engagement limité à satisfaire la clientèle
- Contact clientèle modéré
- La qualité est d'abord le souci de la production

Relation

- Orientation à long terme
- Intérêt pour la rétention clientèle
- Contact avec la clientèle continu

- Mise en avant de la valeur du produit
- Beaucoup d'importance accordée au S à C

- Fort engagement à satisfaire la clientèle
- Fort contact clientèle
- La qualité est le souci de tout le personnel

Priorités et Objectifs stratégiques

Priorités

1

Performance financière

2

Augmenter la visibilité et rayonnement de Sports Québec

3

Bâtir la relation avec les donateurs

4

Positionnement pour la croissance

5

Pérenniser la structure philanthropique

Objectifs

- Introduire des opportunités de dons et des activités philanthropiques
- Implication de tous et chacun dans cette démarche essentielle
- Objectifs ambitieux, partagés et réalisables
- Positionner Sports Québec auprès des Fédérations, auprès du public et du milieu des affaires
- Gestion efficace des événements et rentabilité
- Positionner votre organismes dans les médias sociaux

- Créer un programme de reconnaissance segmenté pour les niveaux de donateurs privés et corporatifs
- Créer un programme de communication/relations ciblées

- Multiplier les opportunités et sources de dons
- Programmes de reconnaissance et de fidélisation des donateurs
- Utiliser les événements et visiteurs comme opportunités de liens

- Développer des programmes de dons récurrents et recrutement de bénévoles pour assurer une relève

Établir un calendrier philanthropique - exemple

- **Janvier**
- Publipostage
- Vente des billets de tirage
- **Avril**
- Blitz téléphonique dons
- **Mai**
- Tirage voyage
- **Juin**
- Publipostage
- **Août**
- Tournoi de golf
- **Septembre**
- Publipostage
- **Octobre**
- Souper bénéfice de reconnaissance des bénévoles
- **Décembre**
- Activité bénéfice

Comment va-t-on y arriver..?

- Mobilisation de tous et chacun aux valeurs philanthropiques (chacun d'entre vous est un point de contact)
- Promotion quotidienne du don
- Activités de financement rentables et lucratives
- Publipostages
- Rencontres face à face

L'AFFAIRE DE TOUS

Comment va-t-on y arriver..?

- Innovation
- Constance
- Professionnalisme
- Transparence
- Communication régulière
- Service à la clientèle empressé

L'AFFAIRE DE TOUS

L'impact du MERCI !

- Il fait un lien
- Il procure de la satisfaction aux deux parties
- Il fait du bien
- Il rassure et assure la continuité
- Il est le début d'une longue relation
- Il est capital pour la suite des choses
- Il n'est surtout pas à négliger (ce qui arrive souvent)

Programme de reconnaissance - exemples

- Donateur de l'année
- Plaque de reconnaissance
- Identifier un lieu au nom du donateur
- Lettre de remerciements et de suivi
- Info-lettre donnant des informations régulières
- Création d'un Cercle d'Ambassadeurs ou Gouverneurs
- Comité de réflexion et d'engagement
- Coquetel de reconnaissance
- Objet promotionnel spécifique aux donateurs

L'AFFAIRE DE TOUS



SPORTSQUÉBEC

Le développement philanthropique

L'affaire de tous!

Votre participation est essentielle.

MERCI !



Questions ?