

Atelier Bâtir ma campagne

Je bâtis/j'optimise mon plan de campagne

Diagnostic

- Avant de passer à l'action, il est important d'effectuer un constat de la situation actuelle. Vous êtes la personne la mieux placée pour effectuer une évaluation intuitive sur chacun des aspects d'une campagne.
- À la suite de ce diagnostic, vous serez en mesure de mieux identifier les priorités et conséquemment développer des solutions.
- L'évaluation est fort simple. Basé sur votre jugement, pour évaluer des composantes, veuillez donner un code de couleur :
 - Vert : signifie que cette composante est sous contrôle et que vous n'estimez pas de problèmes à court ou moyen termes.
 - Jaune : signifie que cette composante n'est pas optimale et qu'il y a des problèmes que vous pouvez tolérer mais qui pourraient être adressés.
 - Rouge : signifie que cette composante est problématique et que selon son degré d'importance, la recherche de solutions devrait être priorisée.

À vous de jouer !

Tableau Diagnostique des Facteurs clés de succès

#	Composantes	Mon évaluation		
		Vert	Jaune	Rouge
	Facteurs tangibles			
1	Gouvernance			
2	Structure de campagne			
3	Planification et organisation			
4	Définition des projets			
5	Fixation des objectifs			
6	Étude de faisabilité			
7	Stratégie de sollicitation			
8	Liste de prospects qualifiés			
9	Processus de sollicitation			
10	Processus interne de suivis			
11	Programme de reconnaissance			
12	Recrutement du cabinet de campagne			
13	Stratégie de campagne « Le Plan »			
	Facteurs intangibles			
1	Attitude d'être en mission			
2	Leadership mobilisateur			
3	Conserver le Momentum			
	Autres :			

Notre Plan de Campagne

Description d' un projet	
Principaux bénéficiaires pour la société	
Objectif financier	\$ Payable sur ans
Matériel promotionnel	
Liste de prospects	
Cabinet de campagne	<p>Combien :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Co-président - Comité d' honneur - Cabinet <p>Où et comment les recruter ?</p>
Comment bâtir une liste de prospects	
Comment dégager du temps ou du budget pour gérer la campagne	
Mes 3 principaux défis	<p>1 : 2 : 3 :</p> <p style="text-align: center;">Les solutions possibles</p>

Processus de Sollicitation

Feuille de route de préparation de rencontre

1. Phase brise-glace

2. Phase capteurs d'intérêts

3. Énoncé pour présenter votre organisation

4. Bénéfices pour la société que votre OBNL ou projet procure

5. Votre demande

Solliciteur: _____	
Donateur: _____	
Introduction:	
1- A utilisé un capteur d'intérêt	<input type="checkbox"/>
2- A su briser la glace	<input type="checkbox"/>
3- Avait un sourire engageant	<input type="checkbox"/>
4- Avait une poignée de main ferme	<input type="checkbox"/>
5- A su gagner le droit d'être écouté	<input type="checkbox"/>
Nœud :	
1- A présenté son projet en détail	<input type="checkbox"/>
2- L'a fait avec enthousiasme	<input type="checkbox"/>
3- A présenté les avantages sociétaux du projet	<input type="checkbox"/>
Conclusion :	
1- A bien résumé les avantages du projet	<input type="checkbox"/>
2- A fait des liens avec les commentaires du donateur	<input type="checkbox"/>
3- A demandé au donateur de s'engager	<input type="checkbox"/>
Observateur :	

