

# #AFFjuin2016

15<sup>ème</sup> séminaire francophone de la collecte de fonds



## CONFERENCE : LE RIRE MEDECIN – ADM VALUE

Le téléphone, média de test  
idéal pour le recrutement et la  
fidélisation des donateurs ?  
L'exemple du Rire Médecin

## INTERVENANTS

---

### ■ **Pascal Fréneaux, Directeur de projets - ADM Value**

Pascal Fréneaux est directeur de projet chez ADM VALUE, groupe de centres d'appels. Après avoir travaillé sur le terrain avec différentes ONG (Enda TM, Solidarité France-Brésil, Médecins Sans Frontières) dans de nombreux pays, il a rejoint le département « développement des ressources financières privées » de MSF en 1998 où il a créé un centre d'appel interne avant d'évoluer et de prendre en charge la responsabilité complète du marketing direct et de la relation donateur, tout en continuant à participer à des missions ponctuelles d'urgence. Depuis 2007, il dirige le pôle caritatif et humanitaire de ADM VALUE au Maroc.

### ■ **Gaëlle Rastello, Responsable de la générosité du grand public - Le Rire Médecin**

Après avoir travaillé pendant près de 4 ans dans une agence de marketing, Gaëlle Rastello a rejoint le secteur associatif début 2006. Responsable de la politique des donateurs et des comités au sein du Rire Médecin, elle est notamment en charge de la nouvelle stratégie de recrutement et de fidélisation des donateurs de l'association.

## Présentation d'ADM VALUE

---

- ADM Value possède un centre d'appels spécialisé dans la **Relations Donateurs et le recrutement de nouveaux donateurs** (prospection, fidélisation, welcome call, upgrading, transformation, réception...)
- **Notre vocation** : traiter pour nos clients d'importants flux d'appels en émission et/ou réception dans le cadre d'actions récurrentes de conquête, de fidélisation et d'optimisation de la relation donateurs
- **Plus de 100 000 appels émis chaque mois** par 120 collaborateurs dédiés aux associations et fondations.
- Le groupe ADM VALUE possède **9 centres d'appels** :
- Maroc (5), à Madagascar (2) et en France (2)
- 1 800 collaborateurs

## Présentation d'ADM VALUE

### • NOTRE EXPERTISE :

- Réception d'appels - Hotline : Service donateur et suivi donateur
- Couplage web - téléphone - email - courrier
- Emission d'appels
- Acquisition : Recrutement et fidélisation de donateurs
- Fichiers : Recherche et qualification
- Fidélisation, transformation, consolidation
- Réactivation d'anciens donateurs
- Suivi recrutés face-to-face
- Upgrading

### ■ NOS REFERENCES :



## Présentation Le Rire Médecin

---

- **Le Rire médecin** est une association française qui fait intervenir des clowns professionnels dans les services pédiatriques. En 1991, Caroline Simonds fonde Le Rire médecin, convaincue que l'intervention de clowns professionnels peut permettre aux enfants et à leur famille de mieux vivre ces moments difficiles.
- Depuis, grâce au soutien de donateurs particuliers, d'entreprises, de partenaires institutionnels et associatifs, Le Rire médecin a pu pérenniser et développer son action pour que toujours plus d'enfants hospitalisés bénéficient de la venue des clowns. En 2016, **les 100 clowns du Rire Médecin interviennent dans 45 services** pédiatriques de 15 hôpitaux à Paris, en Île-de-France, à Marseille, Nantes, Angers, Orléans, Tours et Nancy.
- En 2015, les clowns ont offert plus de **72 000 spectacles personnalisés aux enfants**, à leur famille et aux soignants.

## Le Rire Médecin & la collecte de dons des particuliers

---

- **Somme collectée auprès des particuliers et nombre de donateurs actifs :**  
2,7 millions d'euros grâce à 40 000 donateurs actifs (à 12 mois)
- **Outils utilisés :**  
Téléphone / Street / Mailing / Evènement de collecte / E-collecte
- **Ventilation des donateurs actifs par mode de paiement et sommes collectées:**  
Près de 60% donnent par chèque et leurs dons représentent près de 60% de la collecte  
14% sont en PA et leurs dons représentent 30% de la collecte  
14% sont des e-donateurs et leurs dons représentent 10% de la collecte


- **Stratégie et évolution des dons :**

Objectifs : stabiliser le nombre de donateurs actifs mais accroître les sommes collectées auprès des particuliers. Nos actions visent ainsi à augmenter le don moyen par chèque (44€), accroître le nombre de donateurs en PA (chaque donateur en PA donne en moyenne 136 € par an) et sur notre site internet (sur notre site, nous avons un don moyen de 115 €)

## Les différentes campagnes télémarketing possibles

---

### ■ Recrutement de donateurs

- dans le dur 
- sur leads
- Comment le Rire Médecin s'est lancé dans la collecte de fonds auprès des particuliers

### ■ Fidélisation de donateurs ponctuels

- consolidation 2<sup>ème</sup> don
- transformation don par prélèvement automatique
- Comment le Rire Médecin fidélise ses donateurs ponctuels grâce au téléphone

## Les différentes campagnes télémarketing possibles

---

- **Réactivation anciens donateurs**
  - appel anniversaire
  - réactivation inactifs
  - La politique de réactivation des donateurs du Rire Médecin
  
- **Fidélisation donateurs prélevés**
  - welcome call
  - upgrading
  - Réactivation
  - Le plan d'action du Rire Médecin auprès de ses donateurs en prélèvement automatique



## Pourquoi le télémarketing permet de tester facilement ?

---

- **Parce qu'il est souple**
  - une première campagne peut être préparée et lancée en deux semaines
  - une fois la campagne « étalon » mise en place, un test peut être lancé en quelques jours, voir quelques heures ...
- **Parce que les taux de retours sont bien supérieurs au mailing et au emailing**

=> le volume d'appel pour obtenir des résultats statistiquement fiables est réduit, donc le coût du test est réduit.

## La formule de calcul de l'écart type

### ■ EVALUATION D'UN RESULTAT SELON LE NOMBRE D'ENVOIS ET CELUI DES REPONSES

**M** = nombre d'envois ou d'appels / **rep** = nombre de réponses

**p** = % de retours / **q** = 1 - p

**formule de l'erreur aléatoire (e) = 2 s = 2 X racine de pqp/m**

**pq** = (p X q) et **pq/m** = résultats intermédiaires

M	réponse	%retours	e	Confiance	%min	%max	min	max
10 000	100	1.00%	0.20%	80.1%	0.80%	1.20%	80	120
10 000	200	2.00%	0.28%	86.0%	1.72%	2.28%	172	228
10 000	400	4.00%	0.39%	90.2%	3.61%	4.39%	361	439
10 000	700	7.00%	0.51%	92.7%	6.49%	7.51%	649	751
10 000	1 000	10.00%	0.60%	94.0%	9.40%	10.60%	940	1 060
10 000	2 000	20.00%	0.80%	96.0%	19.20%	20.80%	1 920	2 080
10 000	3 000	30.00%	0.92%	96.9%	29.08%	30.92%	2 908	3 092

## Analyse des résultats de tests en prospection

- Postal, taux de retour moyen = **2%**
- Emailing, taux de retour moyen = **0.05%**
- Télémarketing, taux de retour moyen = **10%**

OUTIL	M	réponse	%retours	e	Confiance	%min	%max	min	max
POSTAL	3 000	60	2.00%	0.51%	74.4%	1.49%	2.51%	45	75
EMAIL	3 000	1.5	0.05%	0.08%	-63.3%	-0.03%	0.13%	-1	4
TMK	3 000	300	10.00%	1.10%	89.0%	8.90%	11.10%	267	333
POSTAL	19 500	390	2.00%	0.20%	90.0%	1.80%	2.20%	351	429
EMAIL	800 000	400	0.05%	0.00%	90.0%	0.05%	0.05%	360	440
TMK	3 600	360	10.00%	1.00%	90.0%	9.00%	11.00%	324	396

## Analyse des résultats de tests en fidélisation

- Postal, taux de retour moyen = 6%
- Emailing, taux de retour moyen = 0.5%
- Télémarketing, taux de retour moyen = 25%

OUTILS	M	réponse	%retours	e	Confiance	%min	%max	min	max
POSTAL	1 000	60	6.00%	1.50%	75.0%	4.50%	7.50%	45	75
EMAIL	1 000	10	1.00%	0.63%	37.1%	0.37%	1.63%	4	16
TMK	1 000	250	25.00%	2.74%	89.0%	22.26%	27.74%	223	277
POSTAL	6 300	378	6.00%	0.60%	90.0%	5.40%	6.60%	340	416
TMK	1 200	300	25.00%	2.50%	90.0%	22.50%	27.50%	270	330
EMAIL	39 500	395	1.00%	0.10%	90.0%	0.90%	1.10%	355	435

## Les tests en prospection et en fidélisation

---

### >> LE MESSAGE

- Général « institutionnel » versus Précis « sur une action »
- « Non affecté » versus « affecté »

### Exemples

- Urgentistes : une crise spécifique (catastrophe, pays ...), une thématique spécifique (nourriture, eau, abris), un pays ...
- Recherche : une maladie spécifique, un programme précis
- Développement : éducation, construction, enfants, femmes ...
- France : aide directe, formation, lobbying ...

## Les tests en prospection et en fidélisation

---

### >> L'OFFRE

- Don unique général
  - Don unique dédié (type crowdfunding)
  - Prélèvement automatique avec ou sans repli don ponctuel
  - Montant du don proposé
- > l'exemple du Rire Médecin

### >> LA METHODE

- Email ou courrier avant
  - Email ou courrier après
  - Rappels à X jours
  - Relances régulières par emails
- > l'exemple du Rire Médecin

# #AFFjuin2016

15<sup>ème</sup> séminaire francophone de la collecte de fonds



## Les tests en prospection et en fidélisation

### >> LE KIT POST APPEL

- Courrier
- Email
- Courrier plus email
  
- Avec accroche sur enveloppe porteuse
- Avec ou sans documents
- Avec Enveloppe T ou PAP
- Avec bulletin PA ou sans

> l'exemple du Rire Médecin



**AVEC 45 €,**  
vous offrez à  
3 enfants  
hospitalisés  
la venue d'un  
**duo de clowns !**

1792067 WPAN15ADM 00001

M PHILIPPE L HOMMELET  
20 IMPASSE DU VIGNAUD  
85130 LA VERRIE

Paris, le 16 juin 2016

Cher Monsieur,

Je vous remercie très chaleureusement pour l'accueil que vous avez à nouveau réservé à notre collaboratrice lors de son appel téléphonique du 7 juin dernier. Votre promesse de don de 10 € par mois nous va droit au cœur. **Vous permettez ainsi d'apporter joie et bonne humeur à de nombreux enfants hospitalisés, toute l'année.**

C'est vous qui nous donnez les moyens d'agir pour ces enfants : chaque mardi et jeudi, les enfants hospitalisés attendent avec impatience le passage des clowns qui les font sortir de l'univers de l'hôpital avec un sourire, un rire. Leur venue est attendue. Certains enfants leur préparent des farces, des chansons ou même des poèmes. Après leur passage presque tous les enfants en parlent soit à leurs parents, soit au personnel soignant. Certains d'entre eux demandent même à n'être hospitalisés que les jours des clowns !

**MERCI !**

### Bulletin de soutien immédiat

Bulletin de soutien à renvoyer avec  **votre chèque**  à l'ordre du **Rire Médecin** en utilisant l'enveloppe retour pré-affranchie ci-jointe ou à : le Rire Médecin - 64 - 70 rue de Crimée 75019 Paris.

**OUI, je veux offrir aux enfants malades la venue des clowns à l'hôpital et je fais un don de :**

30 euros (2 visites d'un duo de clowns)

45 euros (3 visites d'un duo de clowns)

**60 euros** (et mon don me reviendra réellement à 20,4 euros après déduction fiscale)

Autre : ..... euros

Je règle par chèque à l'ordre du Rire Médecin

Je souhaite recevoir des informations et mon reçu fiscal par e-mail : \_\_\_\_\_

DE LA PART DE :

1792067 WPAN15ADM R

M PHILIPPE L HOMMELET  
20 IMPASSE DU VIGNAUD  
85130 LA VERRIE  
Votre téléphone : 0251654081

Je corrige mes coordonnées si elles sont inexactes.

\_\_\_\_\_

## Les tests en prospection

---

### >> LES FICHIERS

- France Telecom ou abonnés à un téléphone fixe
    - Scoré
    - Géo localisé
    - Segmenté critères basiques (âges, ancienneté de la ligne, type d'habitat, revenu à l'Iris ...)
  - Méga bases : Profilia, Concordeo, Conexance, Tandem
  - Vente Par Correspondance « classique »
  - Vente Par Internet
  - Presse
  - Pétitionnaires
  - Micro fichiers
- > l'exemple du Rire Médecin



## Les tests en fidélisation donateurs ponctuels

---

### >> CIBLE

- Montant dernier don ou don cumulés ou don moyen
  - Ancienneté
  - Nombre de don
  - Origine
- > l'exemple du Rire Médecin



## Les prestataires

---

- Chaque prestataire a ses particularités, interrogez en plusieurs pour trouver celui qui répondra aux mieux à vos besoins, vos contraintes, vos aspirations...
- Retour d'expérience du Rire Médecin sur les prestataires avec lesquels l'association travaille ou a travaillé, ou simplement interrogé

## Conclusions

---

- **Le télémarketing permet de tester :**
  - Tous les éléments du marketing pouvant impacter les résultats
  - Rapidement
  - Dans des petites quantités
  - Avec peu de frais fixes
  - Avec des résultats fiables
  
  - Et valables sur les autres outils

# #AFFjuin2016

15<sup>ème</sup> séminaire francophone de la collecte de fonds



## Coordonnées des intervenants

---

**Pascal Fréneaux**

[p.freneaux@admvalue.fr](mailto:p.freneaux@admvalue.fr)

06 61 11 08 53

**Gaëlle Rastello**

[g.rastello@leriremedecin.asso.fr](mailto:g.rastello@leriremedecin.asso.fr)