

Philanthropie 2.0 : le marketing caritatif dans un environnement numérique – BLOC 1

La philanthropie est une relation sensible, à la fois argent et sentiments. Comment aller chercher des sous pour le bien du grand nombre? La collecte de fonds 2.0 est la réponse actuelle du marketing caritatif. Vous êtes invité à faire la différence.

Objectifs

- Comprendre le rôle de l'innovation technologique dans le contexte de la sollicitation en ligne
- Identifier et comprendre les principes fondamentaux du marketing caritatif

Contenu

- Philanthropie 2.0 : la collecte de fonds numérique
 - Présentation de l'écosystème et des acteurs en présence
 - Défis et enjeux du numérique et de la sollicitation en ligne
 - Exemples de succès et d'échecs
- Marketing caritatif : un nouveau paradigme
 - Marketing numérique et ses composantes
 - Stratégies de médias sociaux
 - Le concept du PMC [Public Mobilization Concept]
 - Notion de gamification
- Marketing Web caritatif et stratégie multicanal
 - Définir l'approche multicanal dans une logique OSBL
 - Structurer le dispositif autour du parcours du donateur [dons, micro-dons]
 - Donation : synergie des moyens [médias et hors médias on et offline]
- Transposer les bonnes pratiques du 2.0 au caritatif
 - Référencement et communication digitale [SEO et SMO]
 - Site caritatif : identifier les landing pages et le CTA [Call To Action]
 - Jeux et concours dans une logique de levée de fonds

À qui s'adresse la formation ?

Toute personne (gestionnaire, chargé de communication, bénévoles,...) qui oeuvre dans une fondation ou un organisme de bienfaisance.

Coaching disponible sur demande

Horaire

Date à venir 3,5 heures

Coût

175 \$ plus taxes

Formateur



Hervé Chrétien

Nombre d'unités de formation continue (UFC)

0,3 UFC
