

Réussir l'implantation d'un programme de dons planifiés

Comment se doter des conditions gagnantes et identifier les donateurs potentiels ? comment développer les différents messages, outils et techniques qui vous permettront de communiquer efficacement avec eux ?

Objectifs	<ul style="list-style-type: none">● réussir l'implantation d'un programme de dons planifiés● évaluer l'impact de la mise en place d'un programme de dons planifiés
Contenu	<ul style="list-style-type: none">● Brève révision et rappel sur les dons planifiés (définition et caractéristiques)● Les conditions gagnantes● Critères pour choisir les professionnels alliés● Actions pour développer une relation gagnante avec les professionnels alliés● Le comité de dons planifiés : objectifs, composition et mandat● Moyens et méthodes pour identifier les donateurs potentiels● Caractéristiques et profil des donateurs selon les différents types de dons● Motivations et attentes des donateurs● Les différentes clientèles : clientèle interne et clientèle externe● Segmentation selon l'âge : type de dons selon différents groupes d'âge● Message selon la clientèle à rejoindre (ses motivations, ses liens avec votre organisation)● Caractéristiques d'un message efficace que ce message s'adresse à un groupe ou qu'il soit personnalisé● Les différentes techniques de communication● Politique d'acceptation des dons● Fonds de dotation et politique de distribution de revenus des fonds● Procédure pour un don d'actions● Suivi d'un don testamentaire● Éléments dont vous devez tenir compte dans la détermination des objectifs
À qui s'adresse la formation ?	Toute personne (gestionnaire, chargé de communication, bénévole,...) qui oeuvre dans une fondation ou un organisme de bienfaisance.
Dates	23 janvier 2018, à Montréal
Horaire	23 janvier et 1er février 2018 De 13H00 à 17H00
Coût	275 \$ plus taxes Pour un rabais de groupe, communiquez avec nous.
Formatrice	 Jocelyne Gonthier
Nombre d'unités de formation continue (UFC)	0,9 UFC
