

## **Questionnaire – Examen sur l'état actuel de vos préparatifs –**

« EST-CE QUE MON ORGANISME EST PRÊT À ENTREPRENDRE UNE COLLECTE DE FONDS ? »

Vous voulez lancer une campagne de financement ? Êtes-vous certain que rien ne vous échappe ? Pour vous aider à bien planifier votre campagne, nous vous avons préparé un court examen sur l'état actuel de vos préparatifs. L'objectif de ce questionnaire est double : vous aider à évaluer vos besoins et à identifier vos questions les plus urgentes.

Ce questionnaire à usage interne vous aidera à déterminer vos forces et à prendre conscience de vos faiblesses. Veuillez répondre à chacune des questions et ajouter tout commentaire pertinent.

Priorité (veuillez évaluer la priorité –de 1 à 10– pour chacun des points suivants)

\_\_\_\_\_ 1. La planification :

a. Projetez-vous une campagne de financement dans l'année à venir ?

b. Avez-vous un plan écrit de vos projets pour le moyen terme (les prochains 3 ans) incluant 1) l'argumentaire : \_\_\_\_\_

2) la mission : \_\_\_\_\_

3) les objectifs et les buts : \_\_\_\_\_

4) les programmes : \_\_\_\_\_

5) les budgets : \_\_\_\_\_

c. Les membres du conseil d'administration ont-ils étudié le plan; ont-ils approuvé et validé les besoins de l'organisme pour répondre aux besoins de la communauté ? \_\_\_\_\_

d. Les directeurs se sont-ils engagés à répondre aux besoins financiers indiqués dans votre plan par l'organisation d'une collecte de fonds ? \_\_\_\_\_

e. À quand remonte votre dernière étude de marché/de faisabilité ? \_\_\_\_\_

f. Avez-vous un résumé ou un aperçu d'un Plan de campagne (passé ou à venir) ? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ 2. L'argumentaire, les besoins, les objectifs : l'argumentaire expose au donateur toutes les raisons de son appui à votre organisme;

a. Ce document existe-il ? \_\_\_\_\_

b. Les directeurs peuvent-ils expliquer l'argumentaire avec une conviction qui souligne leur propre engagement ? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ 3. Les circonscriptions :

a. Avez-vous identifié vos marchés de donateurs potentiels au-delà des bénéficiaires de vos programmes ou services ? \_\_\_\_\_

b. Avez-vous développé un programme de mise en marché et de communication pour joindre le plus grand nombre de donateurs potentiels ? \_\_\_\_\_

## Centre québécois de philanthropie : au service du développement sociétal

- \_\_\_\_\_ 4. Implication dans son milieu :
- a. Connaissez-vous l'étendue et la composition des marchés que touche votre organisme ? \_\_\_\_\_
  - b. Pouvez-vous en évaluer l'intérêt, les besoins, l'appui à l'organisme ? \_\_\_\_\_
  - c. L'organisme a-t-il une tradition d'implication directe dans la communauté, ayant comme objectif le raffermissement des liens et de sympathie pour encourager la participation des différents segments de ses marchés à une campagne ? \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_ 5. Les communications :
- a. Est-ce que votre plan de communication pour solliciter les donateurs potentiels a été conçu par un professionnel ? \_\_\_\_\_
  - b. Ce plan est-il rédigé avec conviction ? \_\_\_\_\_
  - c. Ce plan entraîne-t-il la conviction de vos donateurs pour s'engager dans une participation active de votre campagne de financement ? \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_ 6. Historique des dons :
- a. L'organisme est-il habitué à solliciter des dons pour son fonctionnement annuel, pour un fonds de capitaux ou autre ? \_\_\_\_\_
  - b. Cette pratique comprend-elle la sollicitation de dons majeurs ? \_\_\_\_\_
  - c. L'organisme pratique-t-il la sollicitation auprès de toutes les sources possibles de fonds, à savoir, 1) les particuliers : \_\_\_\_\_  
2) les corporations : \_\_\_\_\_  
3) les fondations : \_\_\_\_\_  
4) les caisses de bienfaisance : \_\_\_\_\_  
5) les associations : \_\_\_\_\_
  - d. Pouvez-vous dresser une liste des anciens donateurs, par importance de leurs dons; par récence de leurs dons; selon les années ? \_\_\_\_\_
  - e. Pouvez-vous dresser un tableau des dons reçus pour chacune des trois dernières années selon l'importance des dons (par ex. : le nombre de dons de 500 \$ et plus, celui des dons de 250-500 \$, de 100-250 \$, de 50-100 \$, de 25-50 \$ et de moins de 25 \$).

## Centre québécois de philanthropie : au service du développement sociétal

- \_\_\_\_\_ 7. Plan de développement et recherche des prospects :
- a. Connaissez-vous vos donateurs potentiels ? \_\_\_\_\_
    - 1) Une recherche sur les donateurs potentiels a-t-elle été faite sur une base régulière ? \_\_\_\_\_
    - 2) Les renseignements sont-ils consignés adéquatement dans un registre ? \_\_\_\_\_
    - 3) Sont-ils disponibles aux bénévoles et à l'équipe responsables de la collecte de fonds ? \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_ 8. Système d'inscription efficace :
- a. L'organisme possède-t-il un système d'inscription des donateurs incluant leurs dons lui permettant d'analyser et de protéger les données ? \_\_\_\_\_
  - b. Ce système permettra-t-il d'émettre le reçu et remercier le donateur en dedans de 48 heures ? \_\_\_\_\_

Cette dernière partie vous est offerte à titre complémentaire aux questions précédentes.

- \_\_\_\_\_ 9. Le personnel de la campagne de financement :
- a. L'organisme possède-t-il un personnel compétent en collecte de fonds et disponible pour planifier un programme de financement et appuyer les bénévoles ? \_\_\_\_\_
  - b. Comptez-vous des chefs de file importants parmi vos donateurs ou parmi ceux qui appuient votre cause ? \_\_\_\_\_
    - 1) Combien en comptez-vous et sont-ils prêt à s'engager et dans quelle mesure ? \_\_\_\_\_
  - c. Comptez-vous des sollicitateurs bénévoles parmi votre personnel ? \_\_\_\_\_
    - 1) Combien sont-ils et est-ce en nombre suffisant ? \_\_\_\_\_
    - 2) Sont-ils prêts à s'engager ? \_\_\_\_\_
    - 3) Sont-ils prêt à donner ? \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_ 10. Un conseil d'administration dévoué :
- a. Les administrateurs sont-ils prêts à donner et à solliciter d'autres donateurs ? \_\_\_\_\_
  - b. Des chefs de file importants siègent-ils sur le conseil ? \_\_\_\_\_
  - c. Tous les membres du C.A. contribuent-ils annuellement à l'organisme selon leurs moyens : \_\_\_\_\_
  - d. Les membres du C.A. sont-ils actifs dans un programme important de collecte de fonds et sollicitent-ils des donateurs potentiels pour les dons majeurs : \_\_\_\_\_

## Centre québécois de philanthropie : au service du développement sociétal

Ce questionnaire chiffré, en définissant les paramètres essentiels de la planification d'une campagne de financement bien construite, devrait vous apporter une première évaluation de l'état actuel de vos préparatifs. Il est donc important de le remplir avec soin.

En résumé, ce questionnaire vous aidera à évaluer les possibilités pour votre organisme d'entreprendre une collecte de fonds; il devrait vous apporter une réponses à vos préoccupations les plus urgentes –à court terme– et il devrait vous permettre d'apporter des améliorations à votre organisation ou quelques correctifs à certaines façons de procéder. De plus, il pourrait vous permettre d'envisager, éventuellement, une collaboration avec le **Centre québécois de philanthropie**, agissant comme conseil extérieur sur des points précis.

Cet examen vous permettra d'évaluer la situation de votre organisme quant aux préparatifs à maîtriser et d'identifier vos points faibles pour réussir une campagne. S'il y a une règle à observer en collecte de fonds, c'est bien celle-ci : chacune des étapes exige une période minimale et chacune doit être franchie adéquatement.

Pierre Provencher  
Directeur de la formation  
**Centre québécois de philanthropie**