

DEMANDE ACCOMPAGNEMENT CAMPAGNE DIGITALE DE FIN D'ANNEE RECRUTEMENT DE NOUVEAUX DONATEURS

1. CONTEXTE ET OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE

La période de fin d'année est stratégique pour la collecte de dons. Notre équipe (2 personnes à la communication et 2 personnes à la collecte) a besoin d'accompagnement stratégique et opérationnel pour déployer notre campagne digitale afin de toucher de nouvelles audiences et les convertir en donateurs.

2. PÉRIMÈTRE DES BESOINS : Recommandation stratégique et opérationnelle (supports, budgets, ciblage...)

Diffusion et pilotage de notre campagne

- Déploiement de la campagne en digital (SEA - Google Grants, Social Ads - Meta, open web...)
- Renvoi vers page de don (iRaiser) + landing page [dédiée à la campagne](#)

Parcours de don

- Analyse de la chaîne de tracking, du clic sur l'annonce jusqu'à la confirmation du don : identifier les points de friction ou de déperdition (où et pourquoi perdons-nous des donateurs en cours de parcours ?)
- Vérification technique de la landing page : bon fonctionnement, temps de chargement, compatibilité mobile, absence de bugs bloquants

Reporting et apprentissages

- Reporting hebdomadaire, intégrant un regard technique sur la performance et optimisations
 - Bilan final (quanti et quali) avec enseignements exploitables pour les campagnes futures
-

**Éduqué.e.s aujourd'hui,
plus libres demain.**

3. CALENDRIER INDICATIF

Propositions par email avant le 15/09/2026 (communication@solidarite-laique.org)

Sélection de l'agence 18/09/2026

Période de diffusion 26/10 au 31/12/2026

Remise du bilan final 25/01/2027

4. BUDGET 20/25 K€ TTC

L'idéal serait de nous proposer une répartition indicative entre :

- Budget de prestation (conception, pilotage, reporting)
- Budget média (achat d'espace publicitaire)

5. CE QUE NOUS ATTENDONS

Merci de nous transmettre une proposition incluant :

1. Votre compréhension de nos besoins et votre approche méthodologique
2. Une proposition technique couvrant les points du périmètre
3. Un chiffrage détaillé (prestation + recommandation budget média)
4. Un calendrier prévisionnel de mise en œuvre
5. Des références de campagnes similaires (secteur associatif/caritatif idéalement), avec résultats chiffrés si possible
6. L'équipe dédiée à notre compte (profils et rôles)

6. CRITÈRES DE SÉLECTION

- Expertise en acquisition digitale pour le secteur associatif / non lucratif
- Compétence technique avérée en tracking et analyse de parcours de conversion
- Connaissance du dispositif Google Ad Grants et de iRaiser
- Capacité de pilotage réactif sur une période resserrée (fin d'année)
- Qualité et clarté du reporting proposé

**Éduqué.e.s aujourd'hui,
plus libres demain.**