ESPOIR HUMANITAIRE INTERNATIONAL

www.espoirhumanitaire.org

+221 33 825 32 34

Référentiel des métiers

OPERATEURS DE LEVEE DE FONDS HUMANITAIRE/ FOUNDRAISERS

Coordonnées

Mobile : 77 098 18 41
e-mail : contacts@emploihumanitaire.org
Sites Web et liens sociaux http://emploihumanitaire.org/

PREAMBULE

Les fonctions regroupées dans le référentiel métier de **« Operateur de levée de fonds humanitaire** (S.I) **»** se caractérisent, principalement par des niveaux de responsabilité différents, des compétences logistiques spécifiques et un niveau de management de ressources humaines différents.

La levée de fonds est une technique de financement qui consiste à faire entrer des investisseurs dans le capital social d'une société. Les investisseurs apportent des fonds à la société et reçoivent des titres en contrepartie. Dans l'univers des start-up, la levée de fonds est un sujet incontournable.

Ce dossier vous explique tout à propos des levées de fonds en abordant notamment les questions suivantes : quel est le fonctionnement d'une levée de fonds ? pourquoi faire une levée de fonds ? comment préparer et faire une levée de fonds ?

- **Les différents types de levées de fonds**

Il existe différents types de levées de fonds, en fonction de l'avancement de l'entreprise qui initie l'opération : le capital amorçage et le capital développement.

- **La levée de fonds pour amorcer un projet (capital amorçage)**

Le capital amorçage consiste à lever des fonds pour le démarrage d'une activité, le lancement d'un service ou d'un produit.

Cette première levée de fonds n'est pas celle au montant le plus important. En effet, l'entreprise est encore faiblement valorisée par rapport à son potentiel futur. Ici, il s'agit d'obtenir les moyens financiers nécessaires pour concrétiser un projet.

- **La levée de fonds pour développer un projet (capital développement)**

Le capital développement consiste à lever des fonds pour augmenter la croissance de l'entreprise et poursuivre son développement. Cette levée de fonds sert souvent à améliorer les produits ou services de l'entreprise, à recruter des équipes, et à communiquer auprès des clients.

Ces levées de fonds ont des montants plus importants qu'en capital amorçage. La valorisation déjà acquise par l'entreprise doit permettre aux associés de limiter leur dilution dans le capital social.

Pourquoi réaliser une levée de fonds ?

La réalisation d'une levée de fonds ne doit être envisagée que lorsqu'elle est vraiment nécessaire au développement de l'entreprise et à l'atteinte de ses objectifs. Il doit y avoir un réel besoin de financement. Sans levée de fonds, l'entreprise ne peut pas atteindre les objectifs prévus dans les délais souhaités.
En contrepartie d'une levée de fonds, les associés fondateurs diminuent leur pourcentage de participation au capital social de la société : moins de droits de vote en assemblée, moins de dividendes, moins de quote-part de plus-value en cas de cession.

L'entrée d'investisseurs au capital social doit être **compensée par le potentiel de développement envisageable grâce aux nouveaux moyens** qu'ils apportent à la société.

La réalisation d'une levée de fonds ne doit pas être considérée comme une étape indispensable pour une start-up. Son intérêt dépend de l'activité de la société, de ses besoins, de ses objectifs et des moyens dont elle dispose déjà.

Comment préparer et faire une levée de fonds ?

Les grandes étapes de réalisation d'une levée de fonds sont les suivantes :

1. Préparer le projet de levée de fonds,
2. Trouver des investisseurs et négocier les conditions de la levée de fonds,
3. Conclure la levée de fonds.

Préparer une levée de fonds

La préparation d'une levée de fonds consiste à :

- **Justifier son utilité** : pourquoi la société a besoin de lever des fonds ? quel est le projet ?
- **Valoriser la société** : pour lever des fonds, il faut obligatoirement valoriser la société.

Afin de faire adhérer les investisseurs au projet, il faut leur expliquer l'intérêt de la levée de fonds : quels sont les objectifs de l'opération ? quel est le montant recherché ? comment les fonds seront-ils utilisés ? La réalisation d'un business plan permet de structurer la démarche.
Ce travail doit être accompli avec le plus grand soin car les investisseurs qui interviennent dans des levées de fonds sont des professionnels avertis. Un projet solide et justifié est indispensable pour réussir l'opération.

Ensuite, la valorisation de la société est déterminante pour la future répartition du capital social entre les associés déjà présents et les nouveaux entrants (les investisseurs).

Trouver les investisseurs et négocier les conditions de la levée de fonds

Pour lever des fonds, il faut évidemment **trouver des investisseurs et les convaincre de prendre une participation**. Le travail s'effectue en deux temps.

Tout d'abord, il faut trouver des investisseurs et les convaincre d'adhérer au projet. Ce qui intéresse l'investisseur, c'est le retour sur investissement qu'il peut espérer sur la future vente de ses titres. Durant les négociations, une présentation convaincante du projet est primordiale.

Ensuite, il faut **se mettre d'accord sur la valorisation de la société et les aspects juridiques de l'opération**. Quelle est l'étendue des droits dont vont bénéficier les investisseurs en contrepartie de leurs apports ? Une fois l'accord trouvé, la rédaction d'une lettre d'intention est nécessaire

DESCRIPTIFS D'EMPLOIS ET INTITULE DE POSTE

Les spécialistes de levées de fonds selon les différents jargons, contextes professionnels et secteurs d'activités peuvent avoir différentes appellations, Ainsi peut-on les appeler :

- Operateur de levée de fonds
- Experts en mobilisation des ressources
- Chargé de mobilisation des ressources
- Foundraiser

LES FONCTIONS DE L'OPERATEUR DE LEVEE DE FONDS HUMANITAIRE

Rôle, missions et salaire du Chargé·e de levée de fonds

Le·a chargé·e de levée de fonds est le·la maestro·a du financement pour les organisations à impact. C'est lui·elle qui orchestre la recherche de ressources financières, en mettant en musique des stratégies percutantes pour convaincre investisseurs·euses, donateurs·trices et partenaires de soutenir des projets qui changent le monde. Si tu as l'âme d'un·e développeur·se et que tu veux mettre tes talents au service de causes qui te tiennent à cœur, ce rôle est fait pour toi !

Missions principales

- Définir et mettre en œuvre la stratégie de levée de fonds (identification des sources de financement, élaboration des dossiers de présentation, etc.).
- Prospecter et entretenir les relations avec les donateurs·trices, investisseurs·euses et partenaires potentiels.
- Organiser des événements de collecte de fonds (campagnes de crowdfunding, galas, etc.).
- Assurer le suivi administratif et financier des fonds collectés.
- Coordonner l'activité d'une équipe ou gérer un service de développement des ressources.

Quel salaire pour les Chargé·es de Levée de Fonds ?

En moyenne, 80% des offres proposent un salaire compris entre 1 795 € et 3 750 € brut par mois. Ton salaire en tant que chargé·e de levée de fonds peut évoluer rapidement avec l'expérience, tes compétences et les résultats que tu obtiens. N'hésite pas à te former et à développer ton réseau pour maximiser tes opportunités d'évolution salariale.

L'EXPERT EN MOBILISATION DES RESSOURCES

Il est comptable des résultats dans son domaine spécifique. Il devra mettre un accent particulier sur le transfert des compétences et sera tenu de rendre compte de l'atteinte de cet objectif. Il a entre autres pour tâches de :

- Élaborer la stratégie nationale de mobilisation des ressources ;
- Formuler le plan d'actions de mobilisation de ressources et appuyer sa mise en œuvre ;
- Initier et conduire toute action nationale et sectorielle de mobilisation de ressources (tables ronde, Séminaires Internationaux, …);
- Mettre en place un système de gestion (manuel de procédures, etc) et suivi des requêtes de financement ;

- Veiller au respect des différents termes de référence des consultants nationaux et internationaux qui travailleront pour assurer la qualité technique des missions ;
- Mettre en exergue la complémentarité de la composante avec ceux d'autres partenaires et nouer des relations de partenariat ;
- Capitaliser les acquis de la composante en contribuant au développement de connaissances et de savoir-faire au niveau des différentes structures dans le domaine concerné et en documentant les leçons apprises et les bonnes pratiques ;
- Interagir avec l'équipe des experts résidents du FMI et le Ministère de l'Economie et des Finances, notamment sur la Plateforme de Gestion de l'Aide ;
- Produire des outils types de requête en fonction des sources de financement ;
- Assurer la visibilité des projets et leur contenus;
- Accomplir toute autre tâche relative au projet ou pouvant contribuer aux résultats du projet ;
- L'expert en mobilisation des ressources travaillera en étroite collaboration avec les autres experts pour une efficacité des appuis aux mécanismes de coordination et une intégration de la problématique de la mobilisation des ressources dans les différentes structures concernées par le projet ;
- Exerce d'autres fonctions selon les besoins.

Compétences requises :

Valeurs intrinsèques :

- Démontrer son intégrité en se conformant aux valeurs et aux normes morales de l'ONU ; s'inscrire dans la vision, la mission, et favoriser la réalisation des objectifs stratégiques organisations de solidarité internationale ;
- Démontrer sa capacité à exercer dans un environnement multiculturel sans discrimination de genre, de religion, de race, de nationalité et de sensibilité ;
- Démontrer la rigueur dans le travail, une grande disponibilité, une aptitude à travailler en équipe et un esprit d'initiative élevé.

Professionnalisme :

- Aptitude à faire des analyses, à en tirer des conclusions pertinentes et à faire des propositions constructives ;
- Capacité à rédiger des rapports en français.

Leadership :

- Aptitude à travailler au sein d'une équipe pluridisciplinaire de haut niveau, à insuffler une dynamique de changement et à constituer les réseaux.

Planification et organisation :

- Faire preuve d'une aptitude à planifier et à organiser son propre travail.

Communication :

- Être capable d'écrire de façon claire et concise et de bien s'exprimer oralement

Aptitude technologique :

- Bonne maîtrise de l'outil informatique (Word, Excel, Powerpoint, Outlook).

Travail en groupe :

- Aptitude à interagir, à établir et à maintenir les relations de façon effective aussi bien avec les

collègues, le supérieur hiérarchique qu'avec des personnes ayant des cultures différentes, ainsi qu'avec d'autres partenaires nationaux et internationaux.

Compétences requises et Expériences

Qualifications académiques :

- Diplôme de BAC+5 en économie ou tout autre domaine assimilé.

Expérience professionnelle :

- Au moins 7 ans d'expérience avérée dans les domaines du développement étroitement liés à la mobilisation, planification et gestion de ressources ; Suivi et Evaluation de politiques sectorielles ;
- Au moins 5 ans d'expérience pertinente en mobilisation des ressources au niveau national et/ou international, en coordination des donateurs, en montage d'outils et de dossiers pour demandes de financement pour les projets et les programmes ;
- Avoir travaillé avec ou pour au moins trois (3) partenaires internationaux au développement ;
- Bonne connaissance des partenaires au développement et des bailleurs de fonds ;

CHARGE/E DE MOBILISATION DES RESSOURCES

L'objectif général du poste est d'appuyer la Direction Exécutive à élaborer, mettre en œuvre et évaluer une stratégie et un plan de mobilisation des ressources avec une feuille de route pour le développement de partenariats stratégiques et la mobilisation de ressources financières auprès des bailleurs de fonds, d'organismes octroyant des subventions et de tous les individus et organisations intéressés à contribuer financièrement à la pérennité de l'organisation.

Mission

Le ou la chargé(e) de la Mobilisation des Ressources devra mettre en place et travailler avec une équipe restreinte et spécialisée dont les capacités seront renforcées, avec des tâches bien définies pour élaborer la stratégie et le plan de mobilisation des ressources. Spécifiquement, le responsable de la mobilisation des ressources sera chargé de :

- Concevoir et développer un plan de mobilisation des ressources aligné aux Programmes de l'organisation et dans le cadre d'une approche programmatique pour atteindre la vision, la mission et les objectifs de l'organisation.
- Identifier, rechercher et mobiliser des contributions volontaires de manière intégrée et programmatique dans l'ensemble des Programmes.
- Cartographier activement les tendances, les priorités et les appels des donateurs.
- Identifier et rechercher des fonds prévisibles et pluriannuels, non affectés ou faiblement affectés, pour assurer la viabilité du programme, auprès de donateurs traditionnels et non traditionnels et d'autres sources de financement innovantes et partenaires potentiels, tels que le secteur privé, les fondations, les organisations caritatives, les IFI et d'autres types de mécanismes de financement, en élargissant de plus en plus la base des donateurs au fil du temps.
- Établir et maintenir le contact avec des donateurs potentiels afin d'explorer les possibilités de financement, diriger et coordonner les négociations des accords de financement et des propositions de projets avec les gouvernements, les organisations internationales, le secteur privé et d'autres partenaires de ressources.

- Coordonner la conception et la mise en place d'un manuel de cycle de projet et des flux de travail et modèles correspondants.
- Coordonner la création de fonds fiduciaires, notamment de fonds fiduciaires multidonateurs.
- Coordonner l'élaboration de notes conceptuelles et de propositions de projets en étroite collaboration avec la Directrice générale, les Responsables et Chargés de projets de l'ICCROM afin de mettre en œuvre efficacement le plan de mobilisation des ressources.
- Travailler en étroite collaboration avec les collègues des Programmes pour assurer la gestion globale et le développement des activités et des projets de mobilisation des ressources.
- Préparer les rapports des donateurs en collaboration avec les collègues des Programmes et de la comptabilité et les soumettre aux donateurs dans les délais impartis.
- Organiser des réunions bilatérales et de groupe avec les donateurs existants et potentiels et les partenaires de ressources, préparer les documents et rapports pertinents.
- Effectuer d'autres tâches en fonction de la formation et de l'expérience du membre du personnel et des besoins de l'organisation.

Qualifications requises :

Formation

- Diplôme universitaire supérieur en développement international, développement économique, droit international, administration des affaires ou tout autre domaine en rapport avec le poste.
- Une certification en gestion de projet (par exemple PMP ou PMI) est un atout.

Expérience professionnelle

- Au moins cinq (5) années d'expérience professionnelle pertinente dans le domaine de la mobilisation des ressources avec des fonctions similaires, dont de préférence trois (3) années acquises dans une organisation internationale.
- Expérience dans la recherche et l'obtention de ressources pertinentes auprès de donateurs traditionnels et non traditionnels et d'autres sources de financement innovantes et partenaires potentiels, tels que le secteur privé, les fondations, les organisations caritatives, les institutions financières internationales et d'autres types de mécanismes de financement.

Connaissances

- Compréhension avérée des questions de conservation et de préservation du patrimoine culturel aux niveaux international et national et de la manière d'élaborer des propositions et des initiatives fructueuses afin d'obtenir des financements et de sensibiliser l'opinion publique à ces questions.
- Familiarité avec les accords multilatéraux sur le patrimoine culturel et le travail des conventions.
- Une véritable passion pour le patrimoine culturel et la promotion de sa conservation.

Compétences

- Priorité aux résultats : assumer la responsabilité de l'obtention des résultats convenus au service des orientations et des plans stratégiques, et démontrer une compréhension de la manière dont ces résultats contribuent aux objectifs de l'ICCROM.
- Planification et organisation : établir un plan d'action réaliste et systématique pour atteindre les objectifs, déterminer les priorités et allouer les ressources de manière efficace.

- Innover et accepter le changement : faire preuve d'initiative et de créativité, développer de nouvelles idées et approches et prendre des initiatives, le cas échéant. Chercher en permanence à améliorer les connaissances, les compétences et les méthodes de travail.
- Prise de décision : former des jugements solides, fondés sur des preuves, faire des choix, évaluer les risques pour l'exécution et assumer la responsabilité des résultats. Assumer la responsabilité de ses paroles et de ses actes et être digne de confiance en permanence.
- Établir et entretenir des relations : établir et entretenir des relations en dehors de l'équipe immédiate, des partenariats et des réseaux afin d'atteindre des objectifs communs.

FUNDRAISER

Les missions du foundraiser

Le métier de foundraiser est directement importé des pays anglo-saxons où la **recherche de fonds privés** est très ancrée. Le foundraiser doit « surfer » sur la rigueur d'une collecte de fonds en respectant l'engagement associatif. Ses missions : mettre en œuvre des moyens de communication, des moyens techniques de prospection, élaborer des fichiers pour lancer des appels aux dons. Le métier de foundraiser se pratique soit en **agence**, soit en **interne** dans les associations.

Le foundraiser peut exercer son emploi dans divers secteurs, toujours dans un esprit de philanthropie. Sa mission est notamment essentielle pour financer les projets et les programmes d'une ONG. Les organisations humanitaires peuvent recruter des chargés de mécénat pour financer des projets d'aide dans le monde entier

Compétences nécessaires pour devenir foundraiser :

- Très bonnes qualités relationnelles et rédactionnelles
- Rigoureux et tenace
- Maîtrise de l'anglais
- Très bonnes connaissances en gestion et marketing

Les formations à suivre pour devenir foundraiser :

Le candidat doit détenir au minimum un Bac +5. Les profils recherchés sont issus d'écoles de commerce, de Science Po ou de certains masters professionnels. Une spécialisation en droit humanitaire est très appréciée.

Où travaille le foundraiser ?

Les foundraiser sont principalement employés, soit dans des agences spécialisées, soit directement par les organismes pour lesquels ils doivent organiser la collecte de fonds. Le foundraiser peut aussi exercer en freelance.

Évolution professionnelle

Un foundraiser peut monter sa propre agence de foundraising ou prendre la tête d'un service de collecte de fonds (directeur de développement).

Combien gagne un foundraiser ?

Le foundraiser gagne 1 900 euros bruts par mois en début de carrière et jusqu'à 100 000 bruts par an en fin de carrière.

SAVOIR FAIRE : LES COMPETENCES METIERS

MAITRISE DES TECHNIQUES DE FUNDRAISING

Les manifestations

Le fait d'organiser un événement est une méthode avérée pour la collecte de fonds et la mobilisation du soutien pour une cause. De nombreuses organisations qui s'engagent dans la collecte de fonds pour la première fois, choisissent d'organiser un événement. Il y'a plusieurs des types d'événements et de nouveaux types d'événements sont inventés tous les jours. On peut réunir beaucoup de fonds avec un événement bien organisé, mais il faut équilibrer les ressources investies par rapport aux gains escomptés. Il est préférable de ne pas choisir un événement ponctuel, mais de choisir ou de développer un événement qui peut devenir une activité récurrente (par exemple, chaque année).
Ainsi, l'expérience des organisateurs et la sensibilisation du public peuvent s'accroître par la répétition et très souvent les bénéfices vont augmenter aussi.

Les sollicitations personnelles

Rencontrer des donateurs potentiels en face à face, offre d'excellentes occasions de mobiliser du soutien et du financement. Après tout, le contact personnel a un impact plus fort que toute autre forme de communication. De plus, les gens qui mobilisent des fonds dans le Sud méritent d'avoir un avantage, étant généralement plus orientés vers les communications personnelles que les collecteurs de fonds dans le Nord et l'Ouest du monde, qui sont plus aptes aux communications marketing directes. La sollicitation personnelle est un moyen de mobiliser le soutien qui, selon la taille du cadeau que vous avez l'intention de demander, peut prendre un certain temps avant que la relation et la confiance ne se soient développées jusqu'à ce que vous puissiez poser la question.

La collecte de fonds à travers un système de réseau

La collecte de fonds dans les réseaux signifie que l'on acquiert de nouveaux donateurs à travers ses propres réseaux et contacts. Une approche « ami à ami » fonctionne comme une tâche d'encre et peut être utilisée presque partout. Cette méthode est particulièrement efficace si l'on coopère avec des « connecteurs », c'est-à-dire des personnes qui connaissent beaucoup d'autres personnes et des personnes bien connues et respectées dans leur communauté et qui sont disposées à diffuser le message au sein de leur réseau. Mais tout donateur existant ou potentiel peut également être une bonne source pour apporter de nouveaux donateurs. On peut également impliquer le personnel et les membres du conseil d'administration d'une organisation pour promouvoir la cause. Les populations sont plus inclinées à donner quand elles sont directement approchées par une personne qu'ils connaissent et respectent plutôt que par un étranger.

La collecte de fonds dans les réseaux peut être faite à travers des médias sociaux tels que Facebook, par e-mail ou par contact personnel. Cette façon de recueillir des fonds peut être effectuée par n'importe quelle organisation, mais fonctionne particulièrement bien quand une organisation a de bons contacts avec les journalistes, les médias et / ou un grand groupe de suiveurs/amis.

La collecte de fonds en ligne

- L'infrastructure est disponible lorsqu'un public cible de taille suffisante a accès à Internet et / ou aux téléphones mobiles
- Des options de paiement en ligne sécurisées sont disponibles Conditions préalables–internes
- Expertise (interne) sur la façon de développer et d'exécuter une campagne de financement en ligne
- Une base de donateurs et un réseau de donateurs relativement étendus qui sont fréquents et actifs dans les activités en ligne
- Logiciels (site web, base de données, éventuellement un module sur le don)

Le volontariat :

Les bénévoles peuvent jouer un rôle très important au sein d'une organisation, ce qui apporte du temps supplémentaire et de l'expertise à des coûts beaucoup plus bas que pour le recrutement d'un membre du personnel. Au siège, les bénévoles peuvent servir d'aide générale autour du bureau avec leur expertise ou fournir un service particulier. Les bénévoles peuvent également aider à la collecte de fonds. De nombreuses organisations mobilisent également des bénévoles pour la mise en œuvre de leurs programmes. Il y'a toutefois des coûts à prévoir pour le travail des bénévoles, étant donné qu'ils ont besoin de supervision. En outre, on sera peut -être obligé de payer au moins une partie de leurs dépenses.

Les dons en nature

En dehors de l'argent, le soutien en nature peut être un très bon moyen supplémentaire de mobiliser les ressources nécessaires à l'organisation et à sa cause. Beaucoup de personnes sont plus disposées à contribuer avec des dons en nature que de donner de l'argent. Cela s'applique aussi bien aux particuliers qu'aux entreprises.

Les collectes de fonds auprès des jeunes dans les écoles

La mobilisation des ressources auprès des jeunes et dans les écoles va de pair et doit toujours être liée à l'objectif de leur permettre de comprendre le travail de l'organisation, et les raisons de la mobilisation. Les enfants doivent être abordés avec soin et l'on doit être sensible à leurs besoins. Les enfants sont susceptibles d'avoir du temps plutôt que de l'argent, mais ils ont aussi accès au soutien de leur famille. La collecte de fonds auprès des jeunes impliquera avant tout des jeunes dans la cause et constituera une base importante pour un soutien futur.

Les dons périodiques à travers l'adoption de projets

Le fait de recruter des donateurs réguliers est une méthode sûre pour les garder pendant longtemps. Cette approche lie le don au soutien d'un bénéficiaire individuel ou d'un travail spécifique. Il encourage les personnes à donner sur une base mensuelle ou annuelle. Les donateurs continuent à donner pendant longtemps en raison d'un lien émotionnel, tant que leur participation est bien entretenue. Cette manière de donner fonctionne mieux avec les donateurs existants. Les dons périodiques sont une source durable et stable de revenus.

Les collectes

Les collectes peuvent être une stratégie efficace pour recueillir des fonds aussi longtemps que l'on peut mobiliser assez de gens qui veulent faire la mobilisation. Il existe différents types de collectes :

- Collectes dans les églises et dans la communauté locale
- Collecte de maison à maison, où une personne visite des maisons et demande du soutien
- Collectes de rue, où les agents de collecte demandent aux gens dans les rues de faire un don

- Boîtes de collecte dans les magasins, les entreprises ou dans les lieux publics
- Boîtes de collecte chez les partisans d'une organisation

La force d'une mobilisation est que, au fil du temps, on peut atteindre un très large public. Outre la collecte de fonds, une mobilisation peut également avoir un impact en termes de sensibilisation et de publicité pour une cause.

La vente de produits

Cela implique la vente de produits à partir desquels une part (de préférence importante) des bénéfices va à l'organisation. Vous pouvez penser à des produits fabriqués par l'organisation elle- même, par les bénéficiaires de l'organisation, par la communauté, ou par ceux produits en licence et vendus par des canaux commerciaux. Les ventes de produits ont l'avantage que les acheteurs reçoivent quelque chose de tangible en retour de leur argent et qu'on se souvient d'eux à travers l'organisation quand on utilise le produit.

CONNAISSANCE DES OUTILS CRM

La gestion de la relation client (CRM) regroupe les pratiques, stratégies et technologies utilisées par les entreprises ou les institutions qui pratiquent stratégies de levées de fonds pour gérer et analyser les interactions et les données clients tout au long de leur cycle de vie. L'objectif est d'améliorer le service client, de favoriser la fidélisation et de stimuler la croissance des ventes :

- CAPACITE D'AMELIORER LE SERVICE CLIENT

La capacité d'améliorer le service client grâce a un outils CRM pour ONG fournit aux équipes les outils dont elles ont besoin pour visualiser l'ensemble de leur base de donateurs. Segmentez vos populations de donateurs avec une très grande précision pour créer des messages sur mesure percutants qui ne manqueront pas d'attirer l'attention de vos sympathisants.

- FAVORISER LA FIDELISATION

Il s'agit d'établir des relations durables avec les donateurs et de maximiser les dons avec un logiciel CRM pour ONG. Que vous dirigiez une organisation caritative, une organisation d'assistance sociale, un groupe de défense des intérêts sociaux ou tout autre type d'association, il vous faut un moyen de maintenir l'engagement et l'enthousiasme de vos adhérents. Toutes les associations ont besoin d'un outil de gestion des contacts. C'est là que les CRM, ou logiciels de gestion de la relation client, peuvent faire toute la différence.

L'utilisation des CRM améliore la rétention des donateurs

Trouver de nouveaux donateurs et les conserver tout au long de votre parcours de collecte de fonds engage des coûts et des efforts importants, plus importants encore que d'inciter un donateur actuel à effectuer un nouveau don. La fidélisation des donateurs est donc essentielle pour votre organisation.

Les systèmes CRM sont conçus pour recueillir et stocker des données précieuses sur vos donateurs, afin que vous puissiez les contacter via le canal qui s'adapte le mieux à leurs préférences, horaires et intérêts. Une telle approche vous permet de renforcer la fidélité et la satisfaction des donateurs, en faisant en sorte que leurs contributions soient reconnues.

- **STIMULER LA CROISSANCE DES CONTRIBUTIONS ET DES DONS PAR UNE MAITRISE CONSTANTE DES SOFTS SKILLS DE SON METIER**

Gestion des contacts :

Les logiciels de gestion des contacts permettent de stocker, d'analyser et d'accéder aux coordonnées de toutes les personnes engagées auprès de votre ONG. Des donateurs aux bénévoles en passant par les sponsors de haut niveau, la gestion des contacts permet au foundraiser d'atteindre tout le monde à partir d'une seule plateforme.

Campagnes et marketing par e-mail :

Le foundraiser doit être capable de définir des campagnes d'e-mail à ses donateurs actuels et potentiels, puis visualiser le succès de ses campagnes en vérifiant les taux de clics et d'ouverture. De plus, au lieu de saisir manuellement les informations personnelles dans les e-mails, cette fonctionnalité intègre automatiquement les informations personnelles du destinataire. De cette façon, Il ou elle peut apporter une touche personnalisée à ses messages sans que son équipe passe de nombreuses heures à saisir manuellement des noms et des informations dans vos e-mails en masse.

Segmentation :

Vos contacts n'ont pas tous le même niveau d'engagement dans votre organisation. Au lieu de séparer vos contacts au sein de plusieurs feuilles de calcul, la segmentation vous permet de leur attribuer des marqueurs, comme l'emplacement géographique, les montants des dons ou autres. Ainsi, le.la foundraiser peut facilement afficher et interagir avec différentes listes en fonction du message qu'il ou elle souhaite envoyer.

Composeur automatique :

Le composeur automatique est un excellent outil, qui permet d'atteindre facilement un grand nombre de contacts. Chaque fois que *le.la foundraiser* souhaite faire connaître une nouvelle campagne, un nouvel événement ou une nouvelle opportunité de collecte de fonds rapidement, les membres de son équipe peuvent utiliser le composeur automatique pour joindre les contacts via la numérotation prédictive ou en un clic. Résultat ? Plus aucun temps mort entre les appels : Son équipe peut contacter plus de personnes plus rapidement.

Rapports et analyses :

La création des rapports en temps réel pour connaître instantanément les performances de votre organisation est une nécessité. De l'évaluation du succès d'un événement en direct à la mesure de l'intérêt généré par une nouvelle campagne de mailing, cette fonctionnalité donne au foundraiser un aperçu précis de la façon dont ses efforts portent leurs fruits ou des domaines à améliorer.

Maitrise de l'Automatisations :

Le foundraiser doit être capable de définir des actions ponctuelles afin que le logiciel travaille à sa place et libère ainsi des heures de travail précieuses aux membres de votre équipe. Dans les paramètres CRM traditionnels, les fonctionnalités d'automatisation de la force de vente permettent de libérer du temps aux commerciaux pour qu'ils puissent se concentrer sur les quotas à atteindre. Dans les organisations à but non lucratif, les mêmes fonctionnalités d'automatisation sont utilisées pour gérer les tâches administratives répétitives et fastidieuses, de

manière à ce que vous puissiez consacrer plus de main-d'œuvre aux missions qui nécessitent une attention humaine.

- **Capacité de Gestion des tâches :**

Le foundraiser doit être capable de définir des tâches pour lui-même ou pour un autre membre de l'équipe, de manière à savoir rapidement ce qui doit être fait. Il doit stocker les informations dans un calendrier des activités pour que chacun sache ce qui a été accompli et ce qu'il reste à faire.

- **Système de rappels et calendrier :**

Le foundraiser doit s'assurer que tout le monde est sur la même longueur d'onde en définissant des dates et des rappels précis. Cela permet de réduire la charge mentale des membres de l'équipe de l'ONG en limitant le nombre d'éléments qu'ils doivent écrire et mémoriser, pour qu'elle ne se retrouve jamais à court de personnel en raison de l'oubli d'une tâche ou d'un événement.

- **Intégrations :**

Le foundraiser doit connecter son CRM aux autres plateformes logicielles qu'il utilise déjà, afin de ne pas perdre de temps à alterner entre les navigateurs ou à modifier la mise en forme.

- **Accès mobile :**

Le. la foundraiser ne doit pas limiter son travail à but non lucratif aux enceintes de l'organisation: Il ou elle doit rentrer en contact avec les donateurs où qu'il ou elle soit. Les membres de votre équipe peuvent accéder aux informations des donateurs et les mettre à jour même quand ils ne sont pas connectés au réseau. De cette façon, rien ne se perd, et personne n'est contraint de ressaisir des données de retour au bureau.

COMPETENCES EN GESTION BUDGETAIRE

Le.la responsable de gestion budgétaire et financière exerce au sein du service comptabilité, finances et budget de la structure publique qui l'emploie. Il participe à l'organisation et l'exécution des procédures budgétaires, et assure la gestion de la dette et des garanties d'emprunt. De manière générale, il travaille dans un bureau, mais peut être amené à se déplacer dans des services déconcentrés pour retrouver des interlocuteurs et partenaires. Pour exercer cette fonction, le responsable de gestion budgétaire et financière doit faire preuve d'une grande autonomie dans son organisation et s'accompagner d'un savoir managérial car il devra encadrer une équipe de professionnels.

Les qualités indispensables d'un responsable de gestion budgétaire et financière sont :

- Maîtrise des techniques comptables et financières,
- Sens de l'écoute et de la communication,
- Capacité à manager, analyser, négocier et à se rendre disponible,
- Être rigoureux, méthodique et organisé.

Le responsable de gestion budgétaire et financière doit être en mesure d'évaluer les besoins de crédits à l'année, les négocier mais également maîtriser les délais et travailler en réseaux. Il va de soi qu'il doit aussi connaître parfaitement les domaines des finances, de la comptabilité et du juridique.

MAITRISE DES OUTILS D'ANALYSE DE DONNEES

L'exploitation des données pour en extraire des connaissances nouvelles et applicables est en enjeu majeur dans tous les domaines scientifiques. Ce module permet en premier lieu de présenter les principales catégories de méthodes en fonction du type de données manipulées (e.g. numériques ou symboliques), les principales tâches de fouille de données (apprentissage supervisé, non supervisé, extraction de motifs, …) et les principaux enjeux (e.g. passage à l'échelle).

Ces méthodes sont replacées dans le paysage plus large de l'intelligence artificielle. Une attention particulière est portée à la présentation des méthodes d'évaluation de la qualité.

- **Explorer et analyser les données**

Le foundraiser doit être capable de :

- Fouiller des textes et des données
- Maitriser les différentes Techniques de fouille des informations
- Extraire et de partager d'information à une équipe de mobilisations de ressources
- Explorer et de lire des textes pour faciliter l'analyse et la compréhension
- Exception de TDM (droit d'auteur/droit des bases de données)

- **Sécuriser les données**

Le foundraiser doit être aussi capable de :

- Sécuriser techniquement ses données (cloud, serveurs, localisation, etc.)
- Sécuriser juridiquement ses données (confidentialité/PI)

- **Protéger les données personnelles**

- Anonymiser les données – L'appariement des données de santé

CONNAISSANCE DU CADRE JURIDIQUE DU MECENAT

Le mécénat est un soutien matériel ou financier apporté par une entreprise, sans aucune contrepartie, à un organisme sans but lucratif pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général

Le Foundraiser doit maitriser diverses formes de mécénat notamment :

- Le **mécénat financier** consiste en un versement d'apports en numéraire ; il reste le plus couramment pratiqué ;
- Le **mécénat en nature** connaît des modalités variées : don ou prêt mobilier ou immobilier, mise à disposition de moyens matériels ou technologiques ;
- Le **mécénat de compétence** consiste à faire intervenir au profit de la structure bénéficiaire, sur leur temps de travail, les salariés volontaires.

SAVOIR ETRE : COMPETENCES COMPORTEMENTALES

Capacités de leadership :

- A conscience de ses propres forces et limites et de leur impact sur les autres
- Prend du recul
- Inspire confiance à autrui
- Reconnaît la contribution de ses collaborateurs Délègue à ses collaborateurs
- Fait preuve de souplesse (soft power) et de fermeté (hard power) quand et si nécessaire.

Prise d'initiative :

- Fait preuve de bon sens
- Est force de propositions et suggère des solutions pragmatiques Propose des améliorations et des solutions réalistes
- Travaille en autonomie

Compétences relationnelles :

- Travaille de concert avec son équipe, ses partenaires et les parties prenantes Génère de la confiance
- Fait preuve d'empathie
- Ecoute activement ses interlocuteurs
- Prend en considération les besoins des autres
- Négocie avec les différents interlocuteurs
- Fait preuve d'assertivité

Adaptabilité et gestion du stress :

- S'adapte aux contraintes et aux situations imprévues
- Etablit des priorités dans son travail et montre par l'exemple
- Fait preuve de maîtrise de soi
- Gère le stress et le travail sous une grande pression
- Adapte son comportement à l'environnement culturel
- Travaille en équipe multidisciplinaire et pluriculturelle

Intégrité et Ethique

- Comprend la notion de confidentialité
- Explore les facteurs qui peuvent influer sur les perceptions (âge, sexe, culture, éducation, etc.), y compris les perceptions propres
- Est conscient des attitudes et des croyances spécifiques qui influencent l'engagement et la participation des parties prenantes
- Veille à ce que les membres de l'équipe n'abusent pas leur pouvoir/position
- Prend des mesures en cas de comportement contraire à l'éthique de tout membre de l'équipe