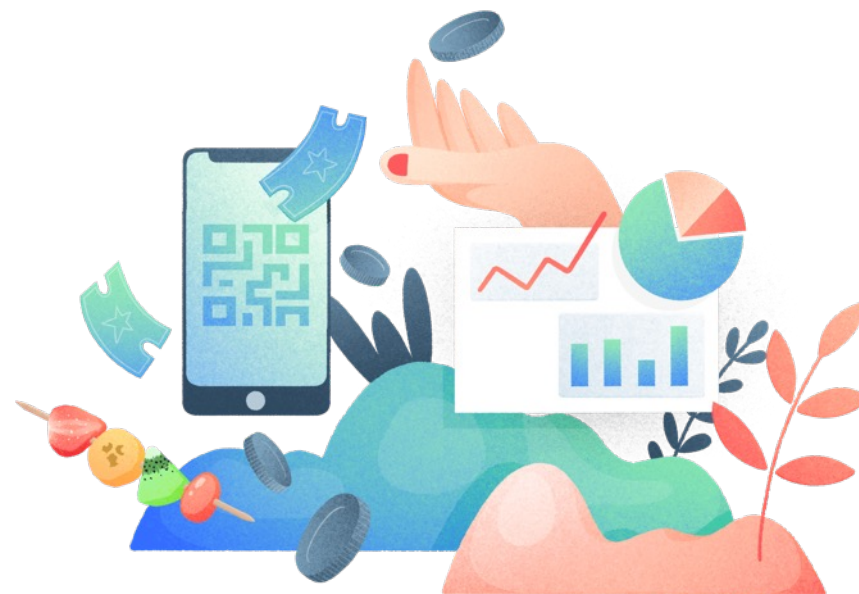


# Index de la digitalisation de la collecte de fonds des ONG en Suisse et meilleures pratiques



# Index de la digitalisation de la collecte de fonds des ONG en Suisse et meilleures pratiques



Jeudi 15 juin  
13h15-14h30



Bern



**Marwan Mollon**

*Digital Project &  
Fundraising Expert*



**Pierre Berendes**

*Expert ONG et formateur*



Colombus  
Consulting



**Jean MENEVEAU**

*Directeur associé*



Colombus  
Consulting

# Agenda

1

**Index digital des ONG par Jean Meneveau**

2

**Observatoire des tendances par Pierre Bérendes**

3

**Retour d'expérience de MSF : le gaming et le streaming, nouveau canal de collecte de fonds par Marvan Mollon**

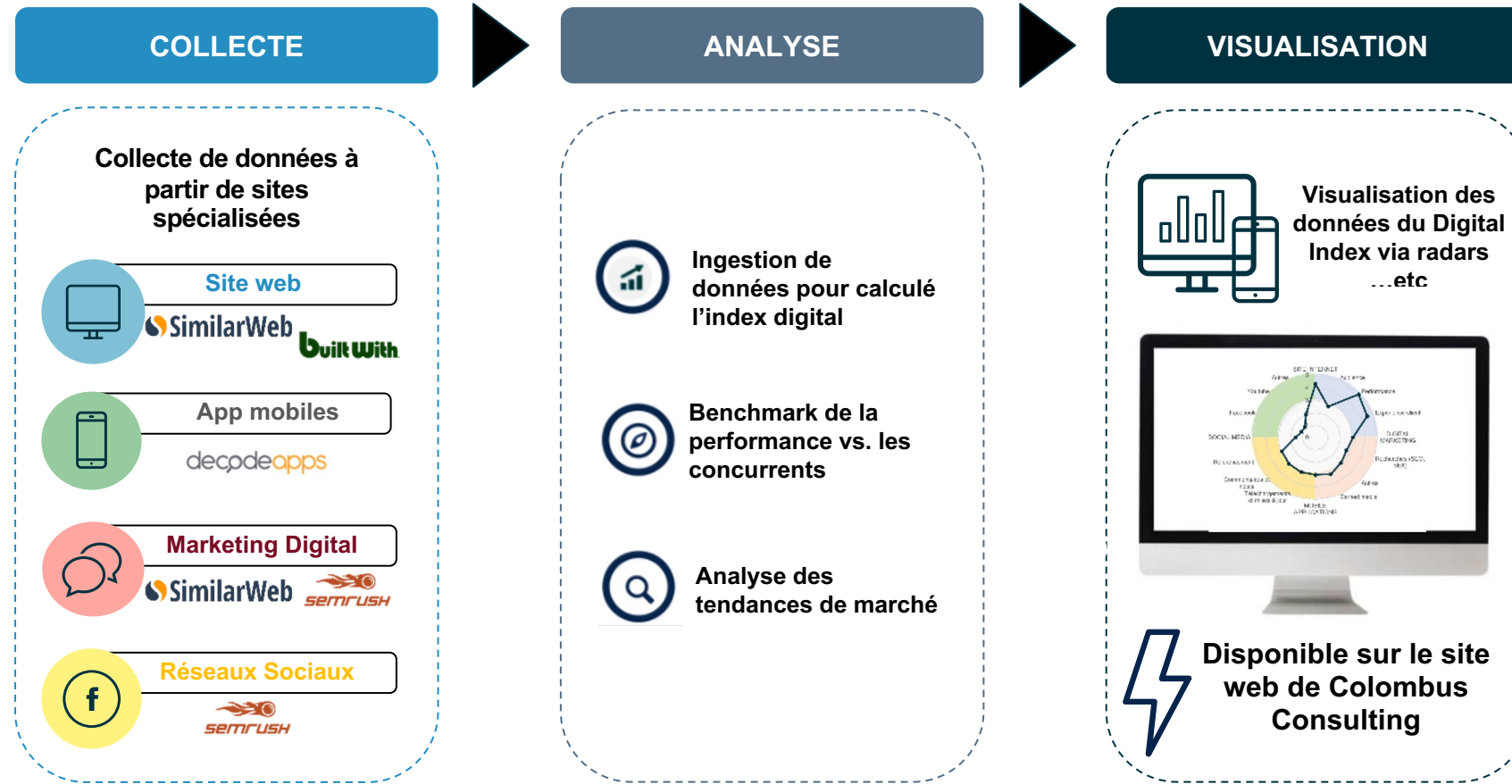




# 1 Index Digital des ONG en Suisse



# Colombus digital Index : benchmark du marché sur l'empreinte et les initiatives digitales



**50+ KPIs** quantitatifs et qualitatifs



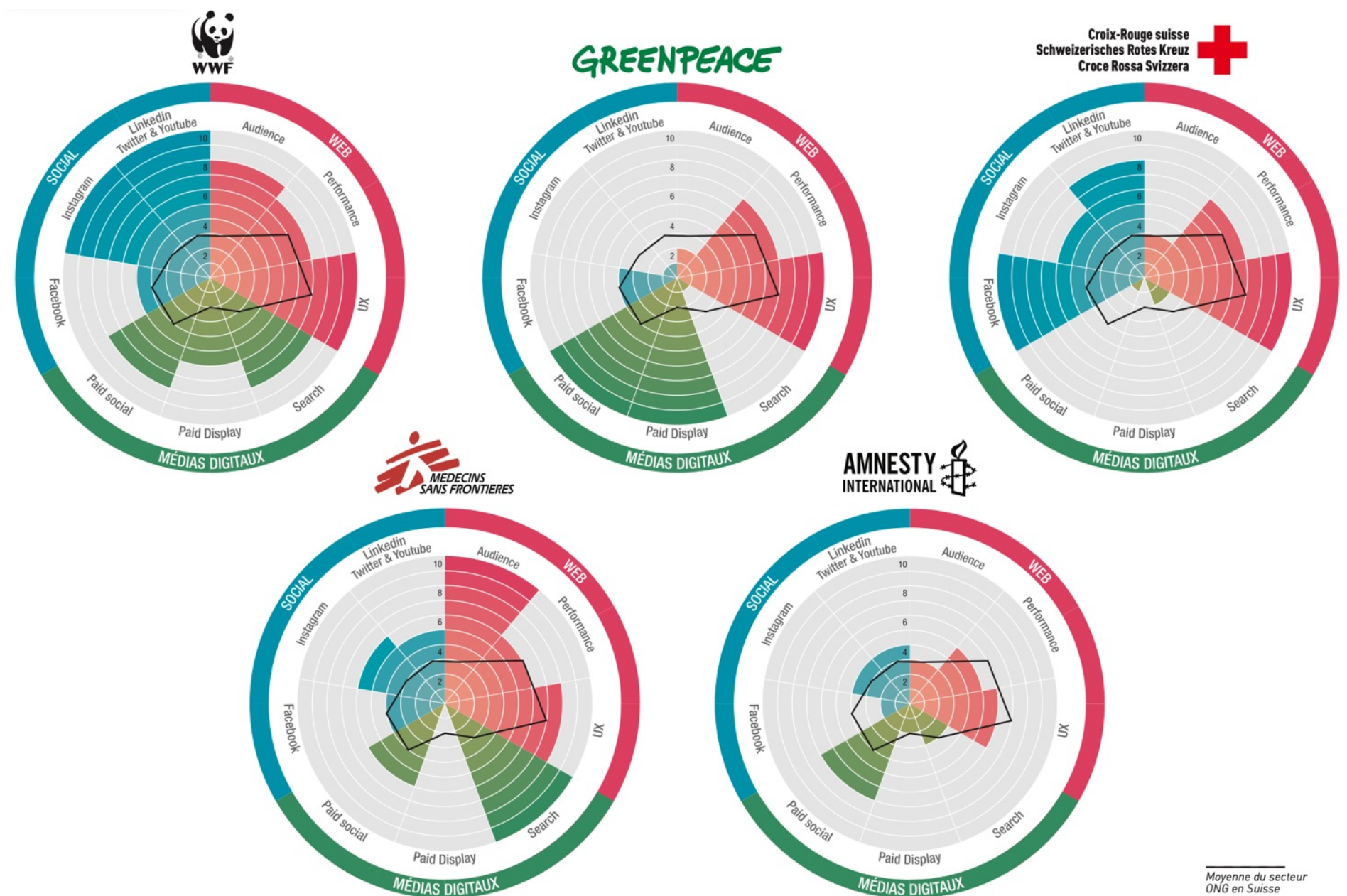
Benchmark par secteur  
(organisations internationales,  
ONG ...)



# 40 acteurs analysés



# Les bonnes pratiques à suivre





# Gros plan sur l'audience web, les medias digitaux et le social



Audience significative



Engagement



**510k**  
Audience web mensuelle totale  
de l'ensemble des acteurs



**1'50min**  
Moyenne du temps passé  
sur les sites web



**1'90sec**  
Temps de chargement moyen  
des pages des sites web (Google  
estime à 3sec le seuil au-delà  
duquel un visiteur quitte la page  
sans la consulter)



Achat média sur  
référencement & social



Relation donateur



**60%**  
Des visites proviennent de la  
recherche (organique ou  
payante) - Google, Bing,  
Yahoo...



**1,4mio CHF**  
Budget total annuel  
média digital estimé  
pour les ONG



**61%**  
Des investissements en  
média digital se font  
sur les réseaux sociaux  
(Facebook, Instagram,  
YouTube & Twitter)



Rôle croissant réseaux  
sociaux



Marketing d'influence



**960k**  
Abonnés pour l'ensemble des  
banques sur LinkedIn, Twitter,  
Instagram, YouTube et Facebook



**27k**  
Engagements mensuels  
sur les réseaux sociaux



**52%**  
De l'engagement sur les réseaux  
sociaux est réalisé sur LinkedIn  
(vs Facebook, Instagram, Twitter  
et YouTube)



## **2 Data, segmentation donateurs & programme relationnel**

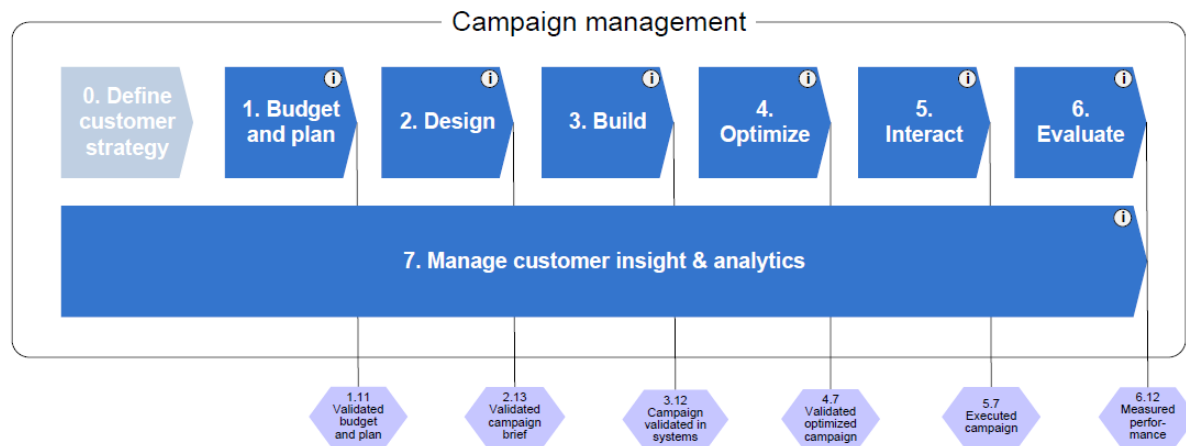




Toucher le plus grand nombre de manière efficace

# Le Marketing Automation nécessaire pour une montée en puissance

## Campagnes saisonnières + urgences



**Goulet étranglement =  
équipe Marketing / Recherche de fonds**

## Marketing Automation (intégré)



**Scalabilité & performance**

# De la segmentation au programme relationnel et personnalisé

1

Cluster based de donateurs

Segments

Stratégique

Opérationnel

Comportement

Intérêts

...

Personae



2

Identifier les données granulaires pour l'activation

Moments clés de vie

Urgences



Programme Projet



Anniversaire



Leg



...

Préférence canal

Offline



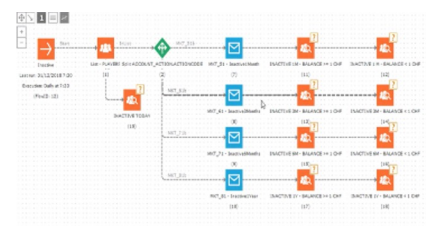
Digital



3

Définir les parcours des donateurs et les programmes relationnels

Programme relationnel



Onboarding nouveaux donateurs

Nouvel event

Nouveau programme

... avec déclencheurs

4

Collecte et historisation des données pour l'activation

Offline



Events, interactions, direct mails...

Digital



Site web, app mobile, email...



Consentement & préférence

Echange de données

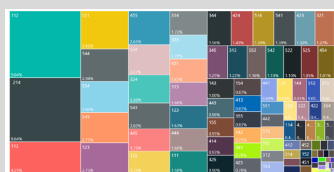


Partenaires

# Exemple de réalisation d'un projet de bout en bout

## Segmentation de la base de donateurs pour stimuler l'activation

**125** segments RFM+



**12** segments  
d'activation



**5** segments prioritaires



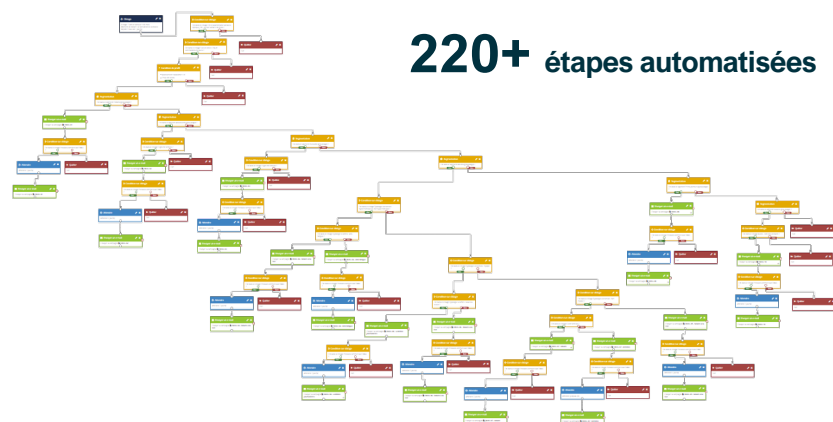
## Performance

**99.4%** deliverability

**25-60%** open rate

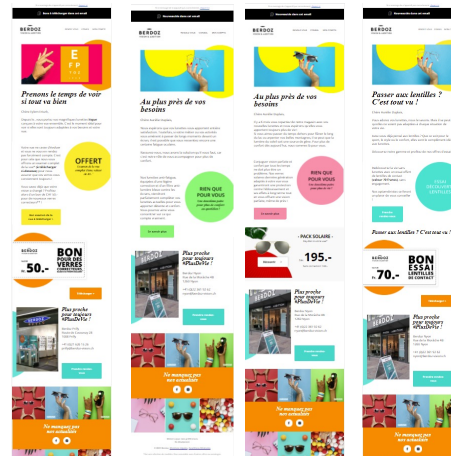
**2-8%** click rate

## Conception et mise en œuvre de programmes relationnels



**220+** étapes automatisées

## Conception et mise en œuvre des messages



**40+** emails  
relationnels



# Exemple de parcours : programme relationnel avec reciblage des donateurs



M. Jones est un donateur  
Connaisseur du monde numérique  
Dernier don il y a 2 ans, toujours au courant des actions de myNGO

ILLUSTRATIF



UX

M. Jones visite le site web de myNGO et consulte la page de l'opération Haïti. Sa visite s'arrête là

L'action du donateur à travers une session non connectée permet de compléter son profil sur la CDP.

Le lendemain, M. Jones est sur son média social favori, une publicité de myNGO sur Haïti apparaît

M. Jones décide de faire un don unique en utilisant son compte myNGO en ligne.

email automatisé pour remercier M. Jones et lui rappeler l'action de myNGO en Haïti, avec des chiffres clés et une suggestion de don mensuel.

Aucune réaction à l'e-mail précédent. Un nouveau email automatisé est envoyé avec des informations sur les opérations de myNGO, une suggestion de don mensuel et son équivalence sur place.

M. Jones décide de mettre en place une donation mensuelle

FUNCTIONS





## 2 Observatoire des tendances

# Web : des modes de collecte de fonds différenciants

Certains acteurs se sont positionnés sur des modes de collectes de fonds innovants à l'image du **WWF** qui, en association avec Cornèrcard, propose une carte de credit générant du cashback à destination de l'association. Depuis 2002, l'association a réussi à collecter plus de 4,5 Mio de CHF au travers de ce partenariat innovant.



# A/B Testing & personalisation





# Pas nouveau...





# A/B Testing & personalisation

**BEN CARSON**  
**FOR PRESIDENT 2016**  
HEAL · INSPIRE · REVIVE

## Stand with Ben: Protect the Unborn

Please consider making a contribution to the campaign. Support Ben with a donation of \$19 or more and receive Ben Carson's "Gifted Hands" (Revised Kids Edition) for a child or grandchild in your life.

1 Amount

2 Name

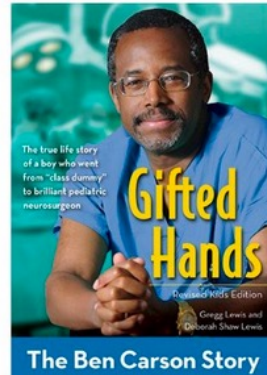
3 Payment

Have a spark account? [Log in](#)

|      |      |       |
|------|------|-------|
| \$19 | \$25 | \$35  |
| \$50 | \$75 | \$100 |

Other amount

Next



**BEN CARSON**  
**FOR PRESIDENT 2016**  
HEAL · INSPIRE · REVIVE

## Stand with Ben: Protect the Unborn

Please consider making a contribution to the campaign. Support Ben with a donation of \$19 or more and receive an official Carson for President hat.

1 Amount

2 Name

3 Payment

Have a spark account? [Log in](#)

|      |      |       |
|------|------|-------|
| \$2  | \$15 | \$25  |
| \$50 | \$75 | \$100 |

Other amount

Next



## 1. Setup your A/B split test

Donate Dashboard Campaigns Reporting Integrations Strategy HI James

Strategy > A/B Tests > Create A/B Test

### Gift Array Inversion

Campaign: Giving Day 2022

1 Settings 2 Gift Form B 3 Review

I am creating this A/B Test to

and I predict

I would like to be notified after 500 Visits or 30 Days

## 2. Edit your test variable

Donate Dashboard Campaigns Reporting Strategy HI James

Strategy > A/B Tests > Create A/B Test

### Gift Array Inversion

Campaign: Giving Day 2022

1 Settings 2 Edit Form B 3 Review

Donation Options

Sub Header (Optional)

How much would you like to donate?

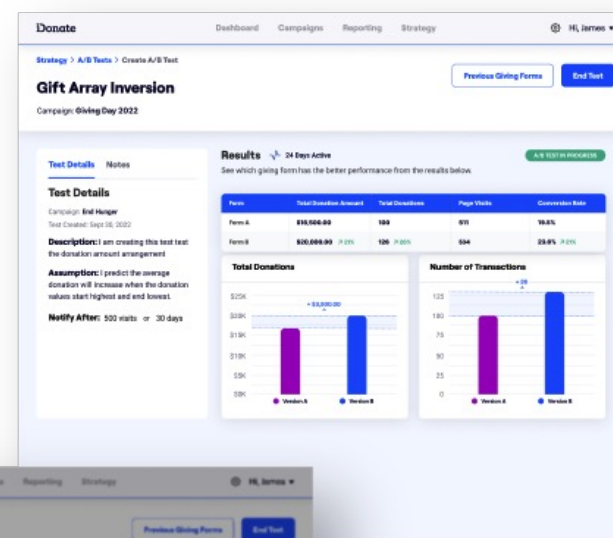
Donation Options

How much would you like to donate?

Your Donation Options

\$200 \$150 \$100 \$50

## 3. Analyze your test results



## 4. Publish your winner

End Test

Select the form you would like to use.

In order to end your A/B Test, please choose which form you would like to use going forward.

Version A

| Amount Raised | Conversion Rate | Donations | Visits |
|---------------|-----------------|-----------|--------|
| \$16,500      | 19.5%           | 100       | 511    |

Choose Form

Version B

| Amount Raised | Conversion Rate | Donations | Visits |
|---------------|-----------------|-----------|--------|
| \$20,000 +21% | 23.6% +21%      | 126 +26%  | 534    |

Form Selected

End Test & Launch Form Back to Analytics

## 5. Optimize your fundraising

Donate Dashboard Campaigns Reporting Strategy HI James

Strategy > A/B Tests > Create A/B Test

### Gift Array Inversion

Campaign: Giving Day 2022

Previous Giving Forms End Test

Test Details

Test Created: Sept 18, 2022

Description: I am creating this test to see which giving form has the better performance from the results below.

Assumptions: I predict the average donation will increase when the donation values start highest and end lowest.

Notify After: 500 visits or 30 days

Results 24 Days Active

See which giving form has the better performance from the results below.

| Name   | Total Donations Amount | Total Donations | Page Visits | Conversion Rate |
|--------|------------------------|-----------------|-------------|-----------------|
| Form A | \$16,500.00            | 100             | 511         | 19.5%           |
| Form B | \$20,000.00 +21%       | 126 +26%        | 534         | 23.6% +21%      |

Total Donations

Number of Transactions

Congratulations!

Your A/B Test has ended and Form B is published!

This Giving Form is now available in your End Hunger campaign here: Version A is now in your archive.

Form Overview Go to Campaign

# Optimisation UX : Progress Bar

GREENPEACE

Agir

Explorer

Dons

Rechercher

## Signez la pétition

Aidez-nous à empêcher l'exploitation abusive des fonds marins: Signez notre appel au conseiller fédéral Albert Rösti !



26'677 personnes ont déjà signé.

Titre \*

Madame



Prénom \*

Prénom



## Les fonds marins sont menacés de destruction à partir de juillet 2023

Les profondeurs des océans abritent un trésor de biodiversité que nous connaissons moi bien que la surface de la Lune ou de Mars. Les grands fonds marins sont également l'un de nos meilleurs alliés contre le changement climatique. **Mais le plus grand habitat de la Terre est clairement menacé** : des gouvernements et des multinationales prévoient d'extraire des métaux comme le nickel, le cobalt, le zinc et le manganèse à une profondeur de 4000 à 6000 mètres à l'aide de machines gigantesques et destructrices.

**Les scientifiques tirent la sonnette d'alarme ! Les écosystèmes uniques des abysses pourraient être gravement endommagés à long terme et des espèces rares seraient définitivement éliminées. De plus, les conséquences sur le climat sont incertaines. Certains gouvernements et entreprises se sont donc prononcés clairement contre l'exploitation minière en eaux profondes.**

**Mais des multinationales suisses sont sur les rangs et le Conseil fédéral se montre incapable de prendre clairement position.**

# Optimisation UX : transparence financière

[NOS ACTUALITÉS](#)[NOS ACTIONS](#)[TRAVAILLER AVEC NOUS](#)[NOUS SOUTENIR](#)[À PROPOS](#)[FAIRE UN DON](#)[FR DE](#)

Quand faut  
pas y aller,  
faut y aller

[J'agis →](#)



## Faire un don

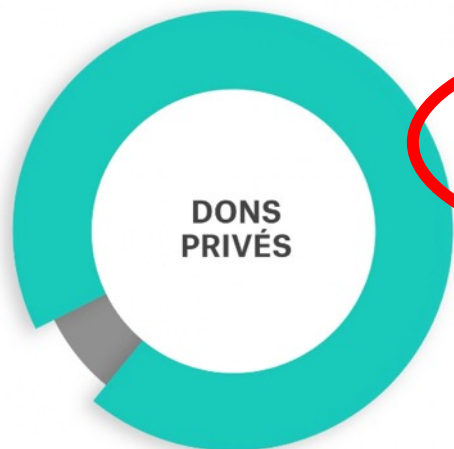
50<sup>CHF</sup>

200<sup>CHF</sup>

100<sup>CHF</sup>

☐ Mensuel

[CONTINUER →](#)



96% de nos ressources  
**proviennent de fonds privés!**

Grâce à votre soutien, nous pouvons agir rapidement et indépendamment là où les besoins sont les plus grands.

[Plus d'informations](#)



# Optimisation UX : pop-up

Iran

**ABOLIR LA  
TORTURE ET LA  
PEINE DE MORT !**

**Agir et faire un don**

**AMNESTY  
INTERNATIONAL**



✕ Fermer





# Optimisation UX : WWF

## Possibilités d'optimisation :

- Titre
- Image
- Statistique sur l'impact
- Montant préselectionné
- Bouton CTA

-NOUS? ESPÈCES VIE DURABLE AGIR QUI SOMMES-NOUS?

DEVENIR MEMBRE

FAIRE UN DON

BOUTIQUE

DE FR IT

# VOTRE SOUTIEN COMPTE

Protégez avec nous le climat, les habitats et les espèces animales menacées.

## Je donne

CHF

50

CHF

80

CHF

120

CHF



.....

Votre don permet au WWF de mener plus de 1300 projets en faveur de la nature et de l'environnement.

FAIRE UN DON



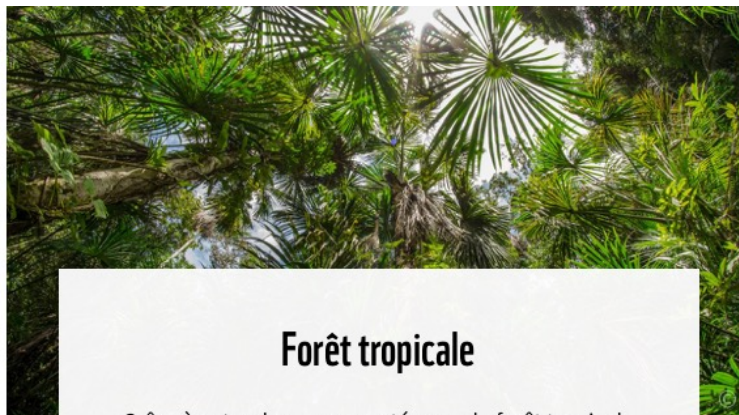
# Possibilité de choisir sa thématique de dons



## Mers

Avec votre don, nous pouvons protéger les écosystèmes marins.

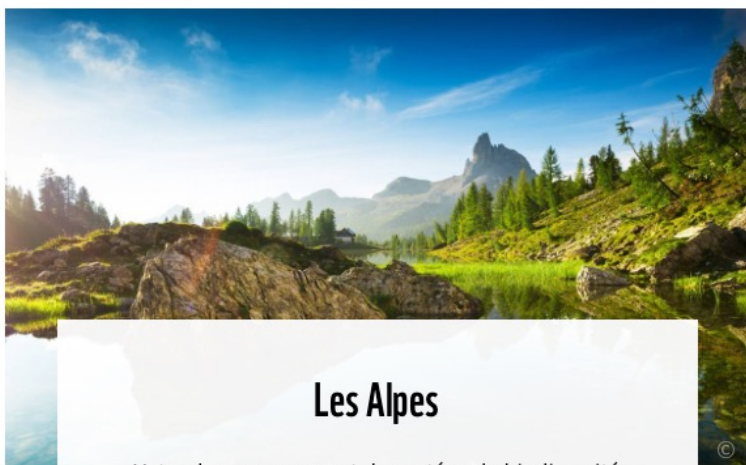
PROTÉGER MERS ET CÔTES



## Forêt tropicale

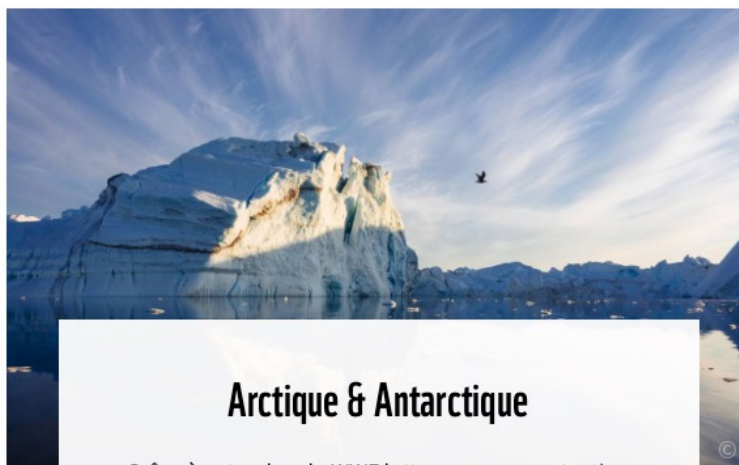
Grâce à votre don, nous protégeons la forêt tropicale de la déforestation.

PROTÉGER LA FORÊT



## Les Alpes

Votre don nous permet de protéger la biodiversité dans le massif alpin.



## Arctique & Antarctique

Grâce à votre don, le WWF lutte pour une protection efficace du climat.

# Outils de storytelling

## CENTRAL AFRICAN REPUBLIC: THE CONSEQUENCES OF CONFLICT

*Thousands of people killed. Millions displaced. A decimated health system.*

Thousands of people have been killed or wounded and millions displaced during years of devastating – but largely underreported – conflict in Central African Republic (CAR). Doctors Without Borders/Médecins Sans Frontières (MSF) sees the direct consequences of violence on the health of the individuals and communities we work with and support.



photo

## THREE UNDERREPORTED CRISES YOU SHOULD KNOW ABOUT

*Canadians share their stories and experiences*



### CENTRAL AFRICAN REPUBLIC: A YEAR OF A NEW OLD CONFLICT

Some MSF interventions



© MSF Spain



### HIV/AIDS

CAR has the highest HIV prevalence in Central Africa and one of the lowest antiretroviral coverage rates in the world. MSF works to make treatment for HIV/AIDS available in this country, where it is a leading cause of death among adults. We also offer care, treatment and training in the university hospital in Bangui and support partner health facilities.

Our teams also work with the Ministry of Health (MOH) to set up community-based patient groups to help people manage the challenges of living with HIV and adhere to treatment.

18:34



Mohammed (Doctor MSF)

You won't believe the things I've been told...

What's up? Still on the boat?

Same old... Still on the boat.

What's good with you?

Nothing different.  
Waiting for you to get back

You been rescuing people?

Ya buddv. we aot 100+



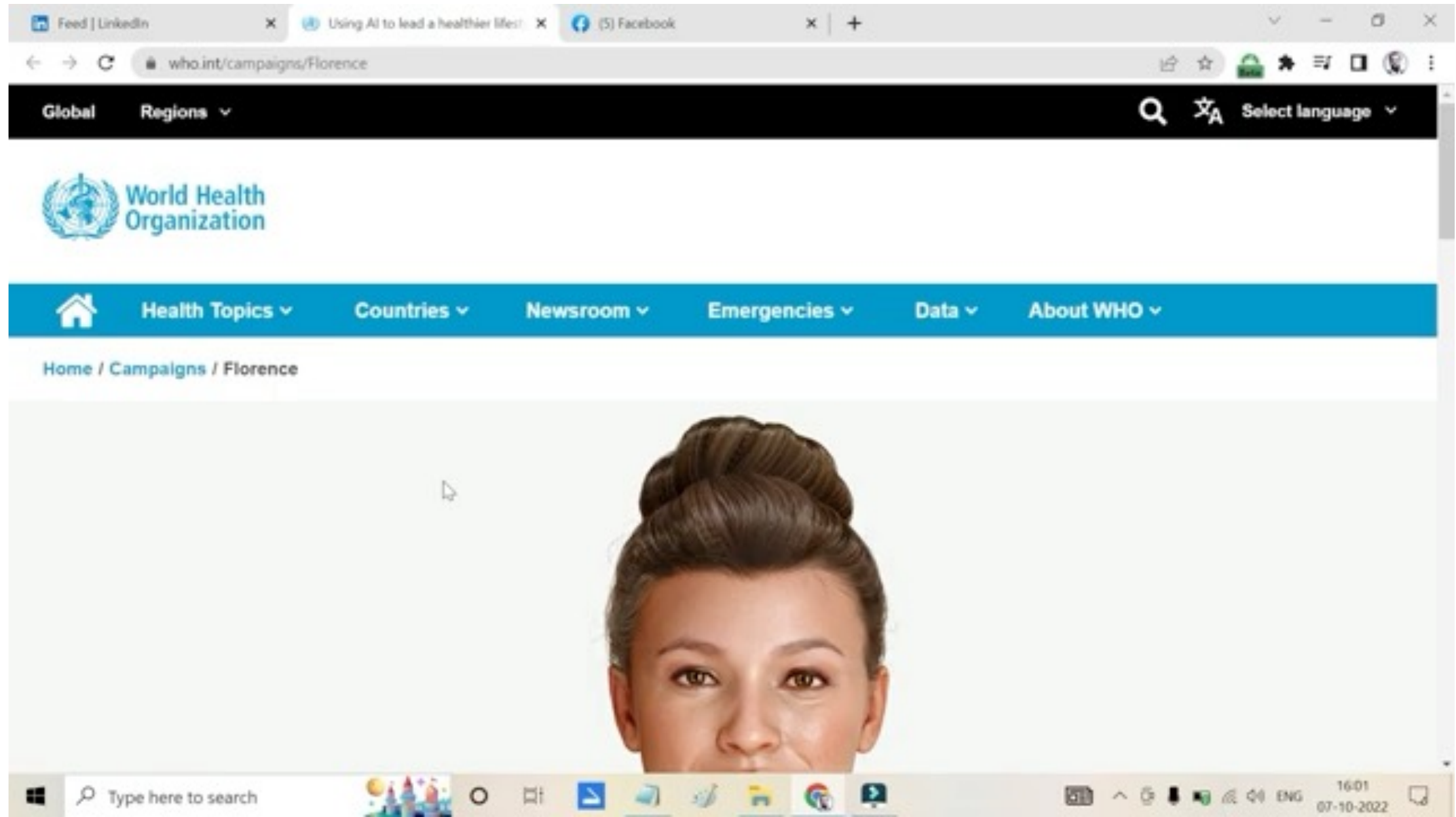
### REALITY FOR MIGRANTS TRYING TO LEAVE LIBYA

- Worsening safety in Libya has led to an **increased number of migrants**
- **Thousands** of migrants are left in arbitrary **detention** and must pay ransoms/bribes to leave the country
- **Verbal & physical abuse**, like torture, are common in detention

HOW IS MSF RESPONDING?



# Le chatbot au sein des organisations internationales : Services d'assistance étendus





# Eduquer via les Podcasts

## Neueste Episoden

Aktuell

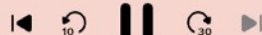


Ein Podcast der  
Rotkreuz-Familie

SRK CRS



Episode 10: Leben retten - Unterwegs mit dem Hund im Erdbebengebiet in der Südtürkei



1x

05:11



Subscribe Share ...

Aktuell



Ein Podcast der  
Rotkreuz-Familie

SRK CRS



Episode 10: Leben retten - Unterwegs mit dem Hund im Erdbebengebiet in der Südtürkei

20. February 2023 · 14m 43s



Home

Search

Your Library

Create Playlist

Liked Songs

## Amnesty Talks Schweiz



Wie gut kennst du Amnesty? Mit Alexandra Karle, Direktorin Amnesty Schweiz

In dieser Episode stellt Alexandra Karle, Direktorin von Amnesty Schweiz, die Arbeit von Amnesty Schweiz dar. Sie erzählt uns von ihrem Weg zu und innerhalb Amnesty Schweiz, ihren Beweggründen und

May 2022 · 18 min 18 sec



English – The war in Ukraine with Olha Martynyuk and Lisa Salza – 2022

This episode looks at the war in Ukraine from two perspectives. Olha Martynyuk, a Ukrainian journalist, shares her experience of living in Ukraine during the war and her escape to Switzerland. Lisa Salza, a Canadian journalist, shares her experience of living in Switzerland during the war and her views on the war.

May 2022 · 45 min 20 sec



Warum Zustimmung ins Gesetz muss mit Jorinde Wiese - 2021

Jorinde Wiese engagiert sich gemeinsam mit einer Gruppe von Betroffenen sexueller Gewalt für die Reform des Sexualstrafrechts, das Zustimmung ins Zentrum stellt. In dieser Episode von Amnesty Talks

Aug 2021 · 31 min 42 sec

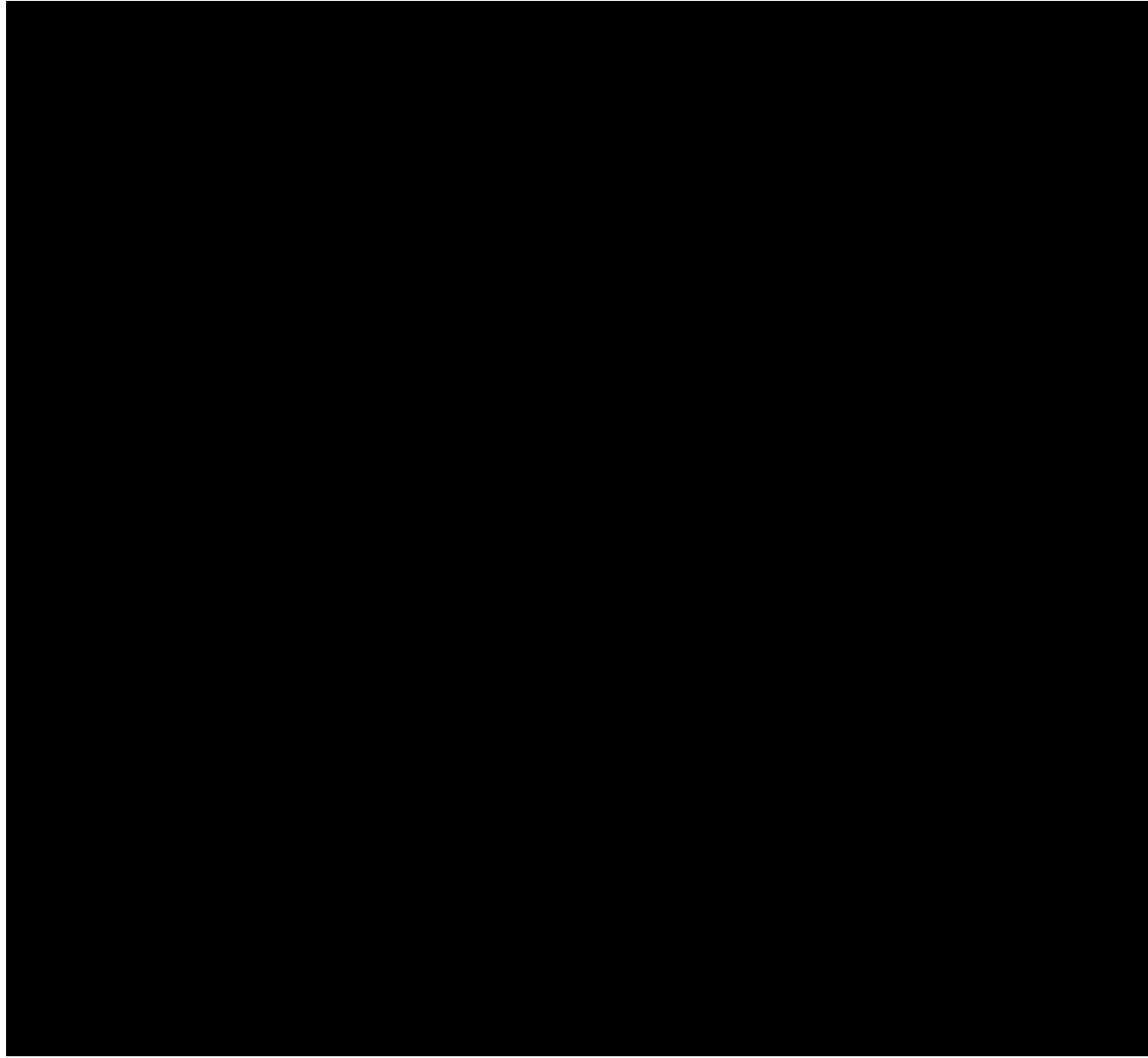
Die Reform des Sexualstrafrechts mit Fabienne Engler - 2021

Fabienne Engler, Mitarbeiterin bei der Kampagne für ein zeitgemässes Sexualstrafrecht, erzählt uns von der aktuellen Lage von sexueller Gewalt in der Schweiz und zeigt auf, weshalb ein neues Sexualstrafrecht notwendig ist.

Jun 2021 · 27 min 29 sec



# **Le chatbot au sein des organisations internationales : la formation, via des expériences gamifiées**

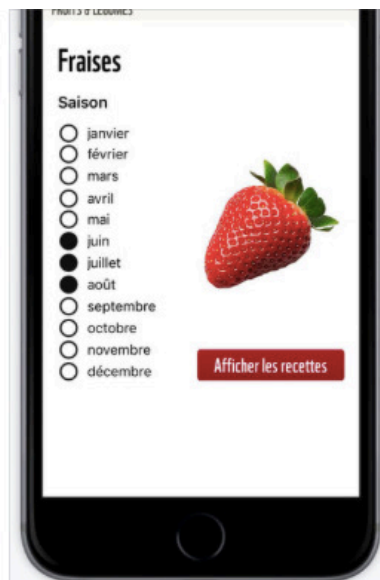


# Applications mobiles : Guide WWF

Inspirations pour mener une vie respectueuse de l'environnement



Tous vos guides d'achats pour consommer durable

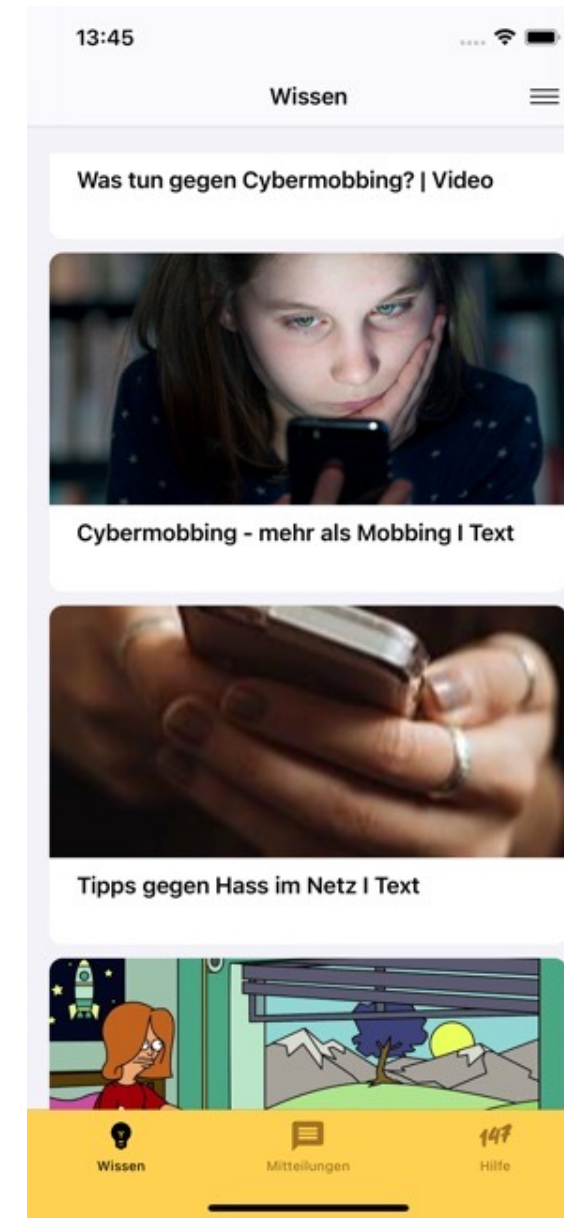
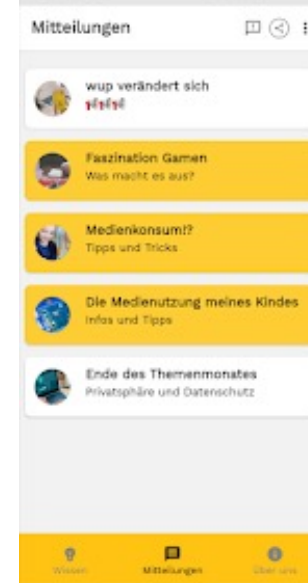
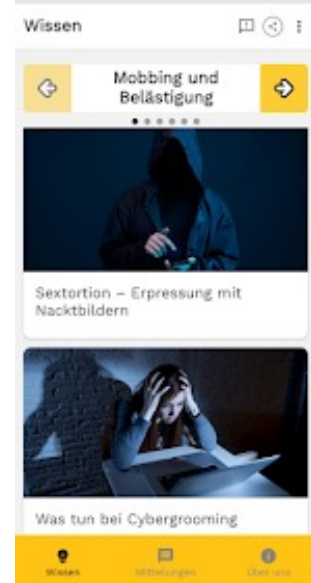
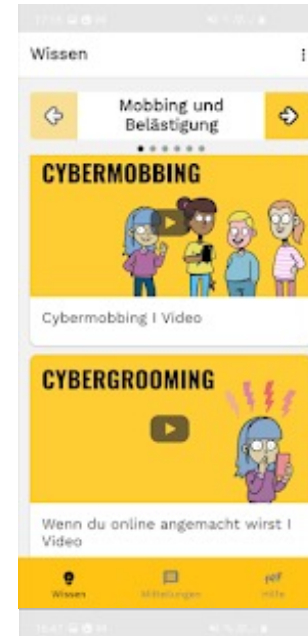
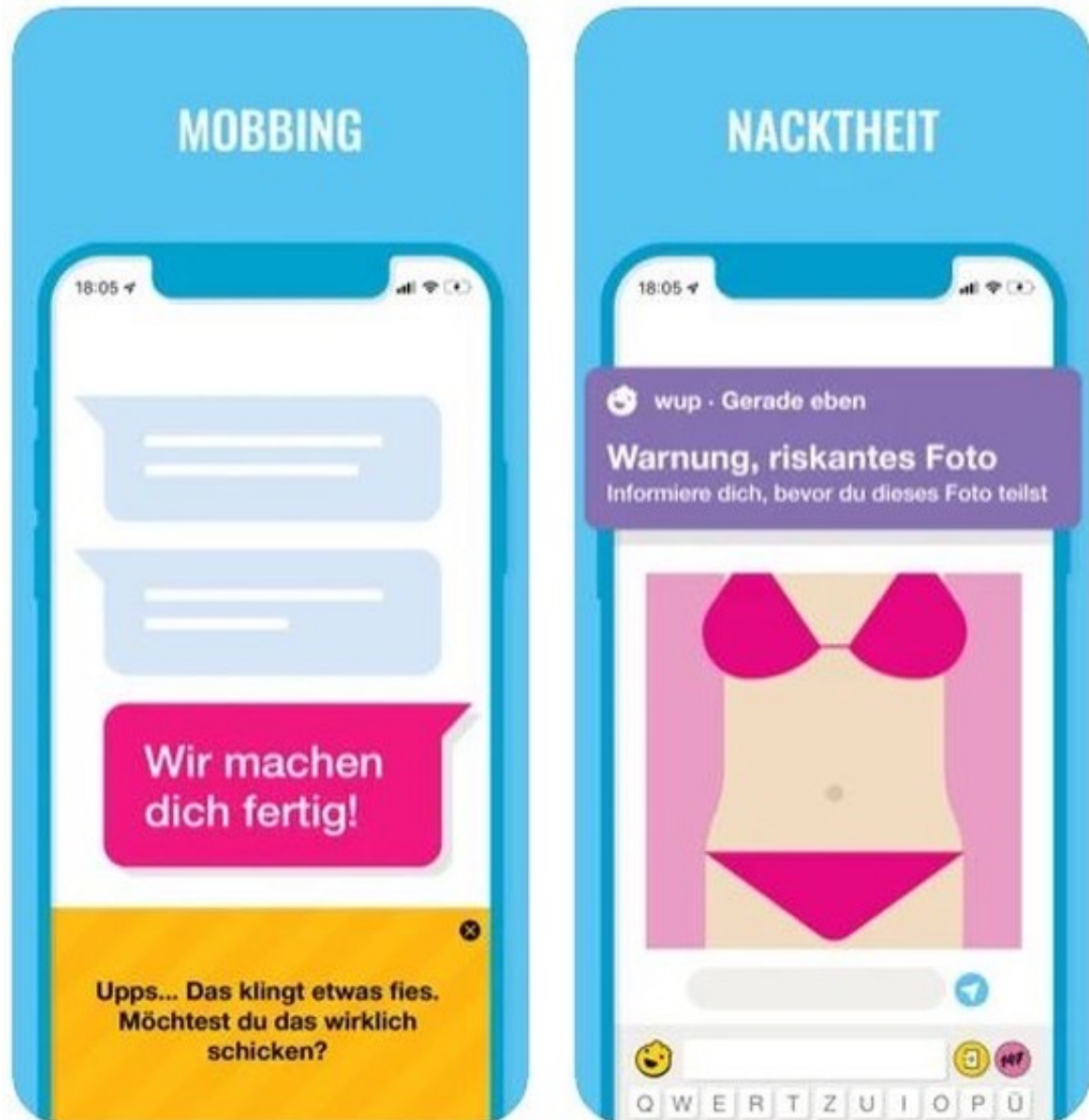


Saisonnalité des fraises avec leurs recettes associées





# Applications mobiles : WUP, une app pour les enfants



# Applications mobiles : jeu video pour les droits de l'homme



TAKE AN **INTERACTIVE JOURNEY** TO THE WORLD OF HUMAN RIGHTS.

Download Amnesty International's game and navigate the stories of real people fighting for their right to free expression.

**AVAILABLE IN FOUR LANGUAGES**

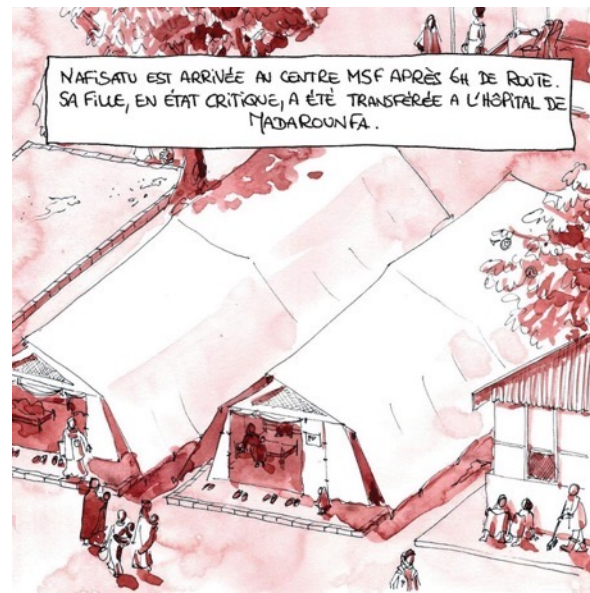




# Réseaux sociaux : Instagram x cartoon/BD

## SUR LES ROUTES DE LA FAIM

### LES ROUTES BARRÉES



## SUR LES ROUTES DE LA FAIM

### LES GRENIERS VIDES





# Les premières expérimentations sur TikTok



wwf\_ch ✓

WWF Schweiz

Suivre



137 Abonnements 27.7K Abonnés 414.9K J'aime

Gemeinsam schützen wir die Umwelt und gestalten eine lebenswerte Zukunft.

[www.wwf.ch/de](http://www.wwf.ch/de)

Vidéos

A aimé



Die Lebensmittelprodukt...



Um was geht es eigentli...



Was steckt wirklich in Sc...



Wasser ist Leben 💧 ...



Wir lieben Pinguine! 🐧



Die Erde ist unser ...



Kannst du diese Vögel b...



Habt ihr schonmal einen ...

Top video

300k vues





# Les premières expérimentations sur TikTok

Top videos : 1.2M vues

147.ch

147.ch

Suivre

143 Abonnements

15.5K Abonnés

280.1K J'aime

Pro Juventute

Hast du Fragen?

Wir sind da. Immer. Vertraulich. Kostenlos.

No

147.ch/t

Vidéos

A aimé

Die Lüt sind \*chefs kiss\* ...

Meh Infos zum Thema ...

Tell us about it, bestie! ...

Mir sind t Social Media gi...

24/7 für euch da

Mir wüssed #schweiz

U sure? #schweiz

Wer kennt's nöd



# Quelques initiatives isolées sur le métavers pour s'emparer des nouveaux codes



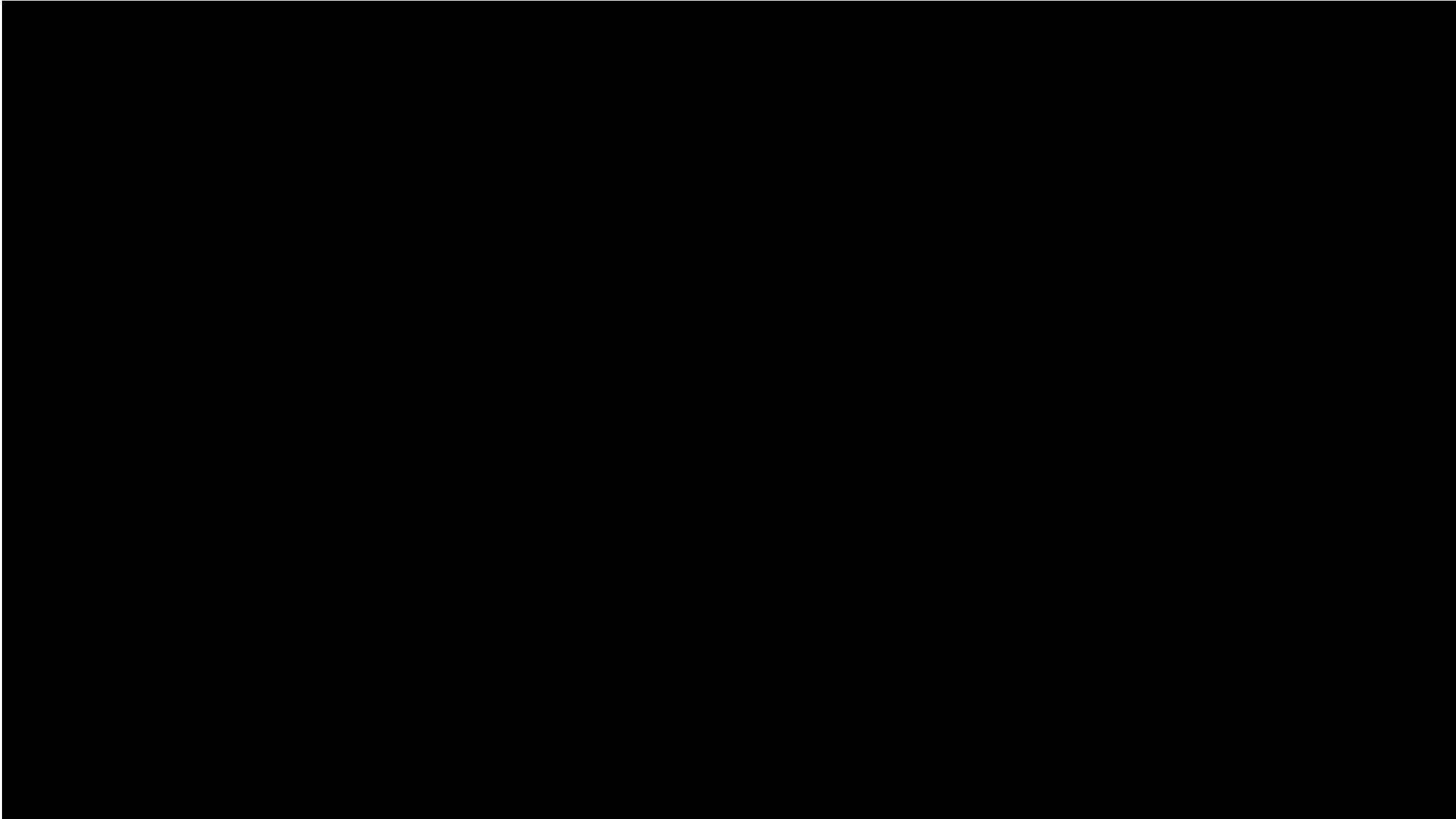


# NFT et crypto-monnaie : entre innovation et impact sur l'environnement





# Jeux vidéos : PNUE (Programme des Nations unies pour l'environnement)





# **3** Retour d'expérience de MSF : gaming & streaming, nouveau canal de collecte de fonds

**LE JEU EST PRÉSENT PARTOUT.  
MAIS POURQUOI JOUE-T-ON ?**





## A QUI S'ADRESSE-T-ON ?

**60 ans**

**ÂGE MOYEN  
DONATEURS**  
SUISSE

**35 ans**

**ÂGE MOYEN  
GAMERS**  
SUISSE



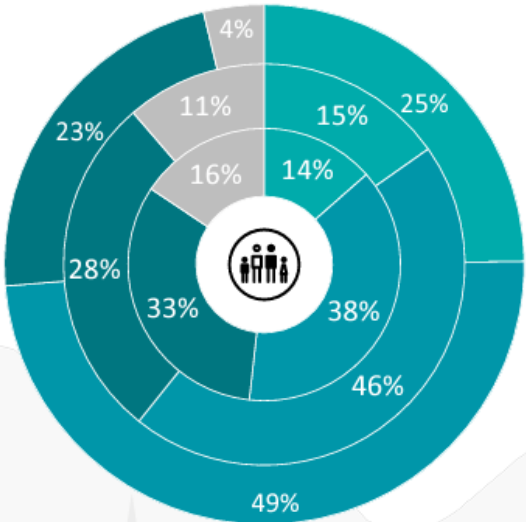
# GAMING EN CHIFFRES



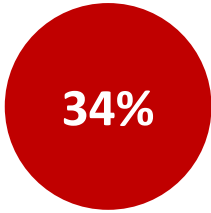
## Age distribution

Esports viewers (outer circle)  
vs. video gamers (centre circle)  
vs. overall sample (inner circle)

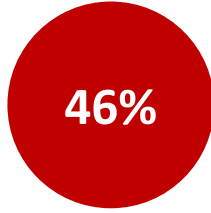
16-24 (Generation Z) 42-56 (Generation X)  
25-41 (Millennials) 57+ (Baby Boomers)



## EN SUISSE



**POPULATION**  
SUISSE JOUE<sup>1</sup>



**WOMEN**  
JOUENT

## DANS LE MONDE



**GAMERS**  
AUTOUR DU MONDE  
40% POP MONDIALE<sup>2</sup>



**\$**  
AUTOUR DU MONDE<sup>3</sup>

<sup>1</sup> École de gestion et de droit ZHAW 2019

<sup>2</sup> Study from DFC Intelligence 2021 / Accenture 2023

<sup>3</sup> newzoo.com

# GAMING, STREAMING, POURQUOI ?

Implication sur plusieurs année en ligne mais aussi en comic-con





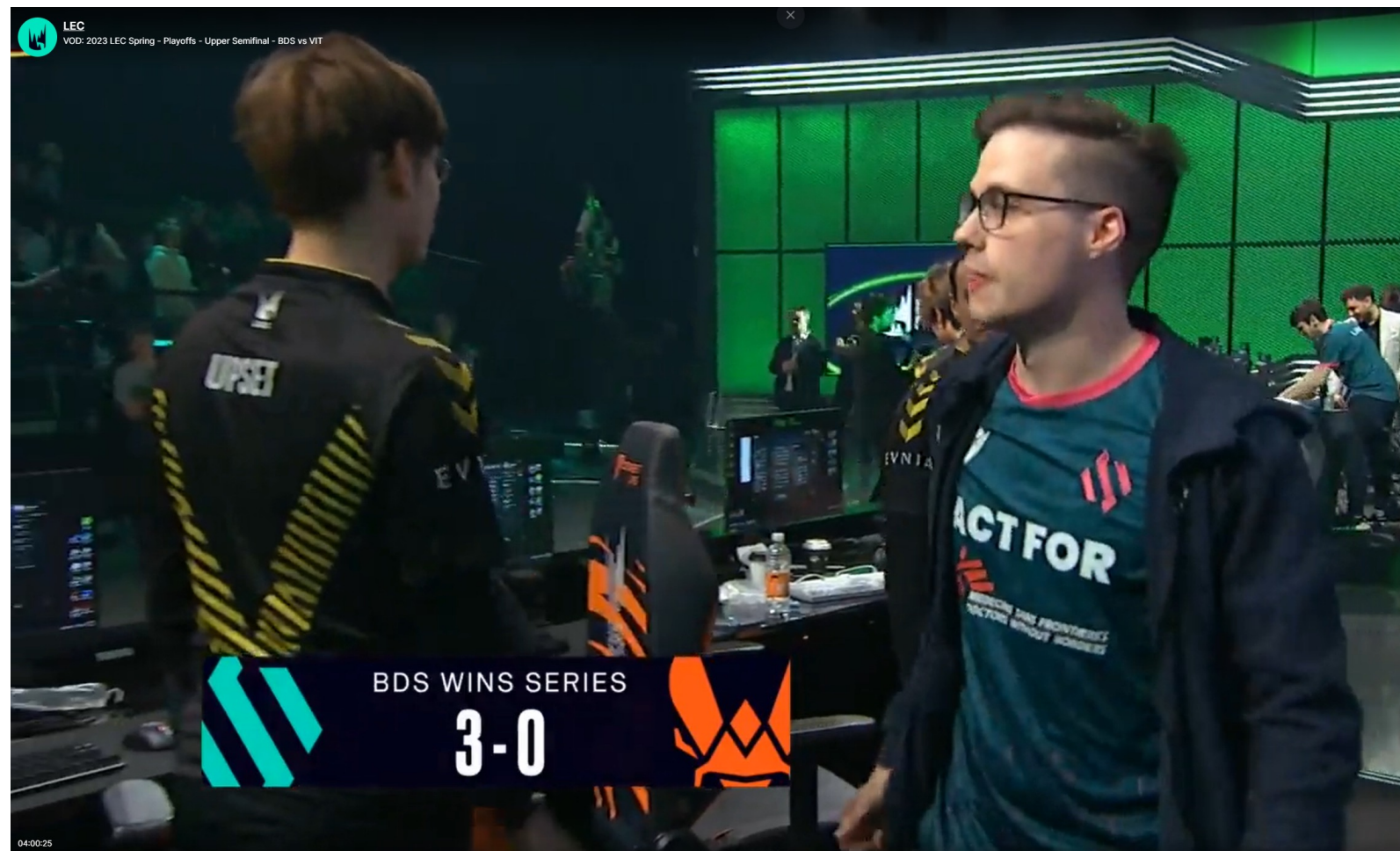
# GAMING, STREAMING, POURQUOI ?

Implication sur plusieurs années en ligne mais aussi en comic-con

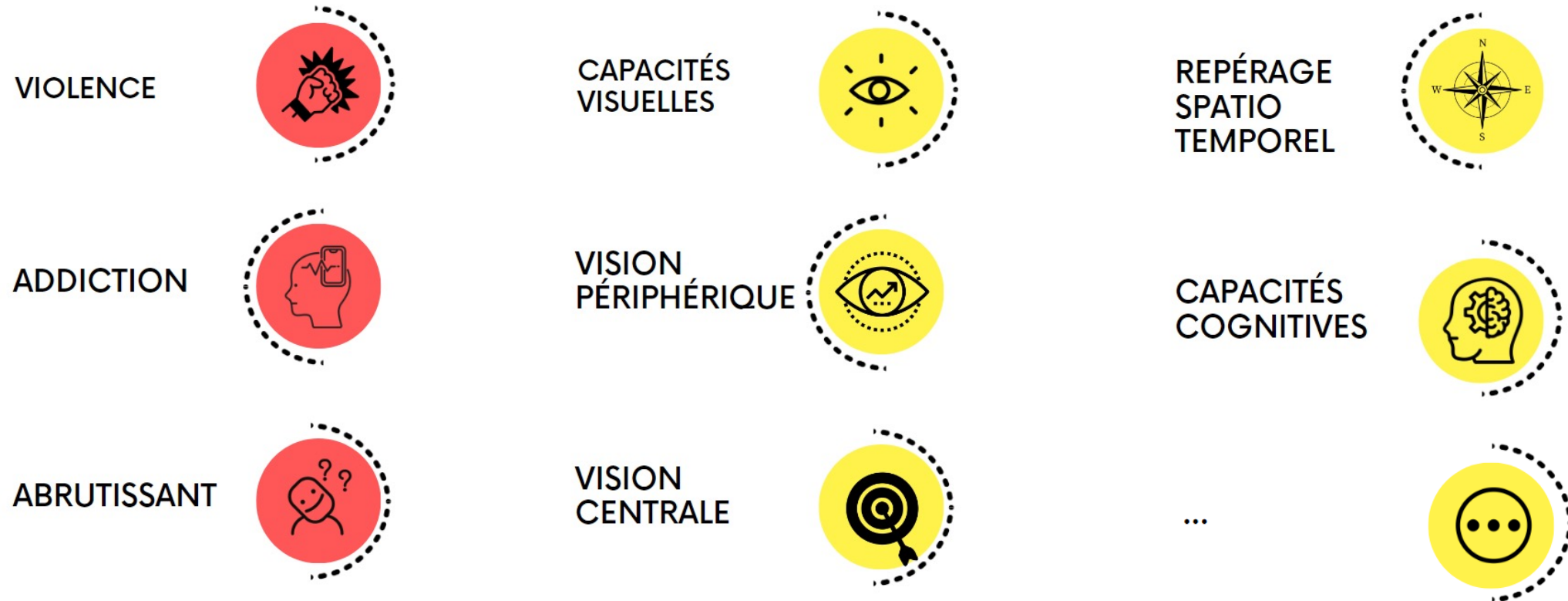




# LE SOUTIEN DE LA TEAM BDS



# FREINS & MOTIVATIONS AUTOUR DU GAMING



DANS NOTRE CAS, ON VIENT PARLER À CETTE TRANCHE DE POPULATION CURIEUSE, QUI EST SENSIBLE À NOS ACTIONS



# NOS OBJECTIFS, NOS VALEURS



# INITIATIVE & JEU CARITATIF



CORE CHANGÉ DE



A banner for 'Z EVENT' with a green and black color scheme. It features the text '8 SEPTEMBRE SHOWCASE / DEBUT 19H30' and '8-10-11 SEPTEMBRE A PARTIR DE VENDREDI 19H'. The number '22' is in a small circle.

**Z Event** est un projet caritatif créé par **Adrien Nougaret** et **Alexandre Dachary**.

Divisé en 2 parties, l'événement se compose d'un showcase qui fait office d'amorce et est suivi par un marathon de streaming jeux vidéo lors duquel de nombreux animateurs spécialisés se rassemblent tout au long du weekend.

Pendant **plus de 50h**, les participants diffusent du contenu en direct tous ensemble et encouragent les spectateurs à se mobiliser pour soutenir **une association caritative**.

### Historique des éditions

|                      |              |                                            |
|----------------------|--------------|--------------------------------------------|
| 4-6 mars 2016        | 170 000 €    | Save The Children (Avengers France)        |
| 8-11 SEPTEMBRE 2017  | 500 000 €    | La Croix Rouge française                   |
| 9-11 NOVEMBRE 2018   | 1 094 731 €  | Médecins Sans Frontières                   |
| 20-22 SEPTEMBRE 2019 | 3 509 878 €  | Institut Pasteur                           |
| 16-18 OCTOBRE 2020   | 5 724 377 €  | Amnesty International                      |
| 28-31 OCTOBRE 2021   | 10 064 480 € | Action Contre la Faïm                      |
| 8-11 SEPTEMBRE 2022  | 10 182 126   | Sea Shepherd - LPO - WWF - The SeaCleaners |

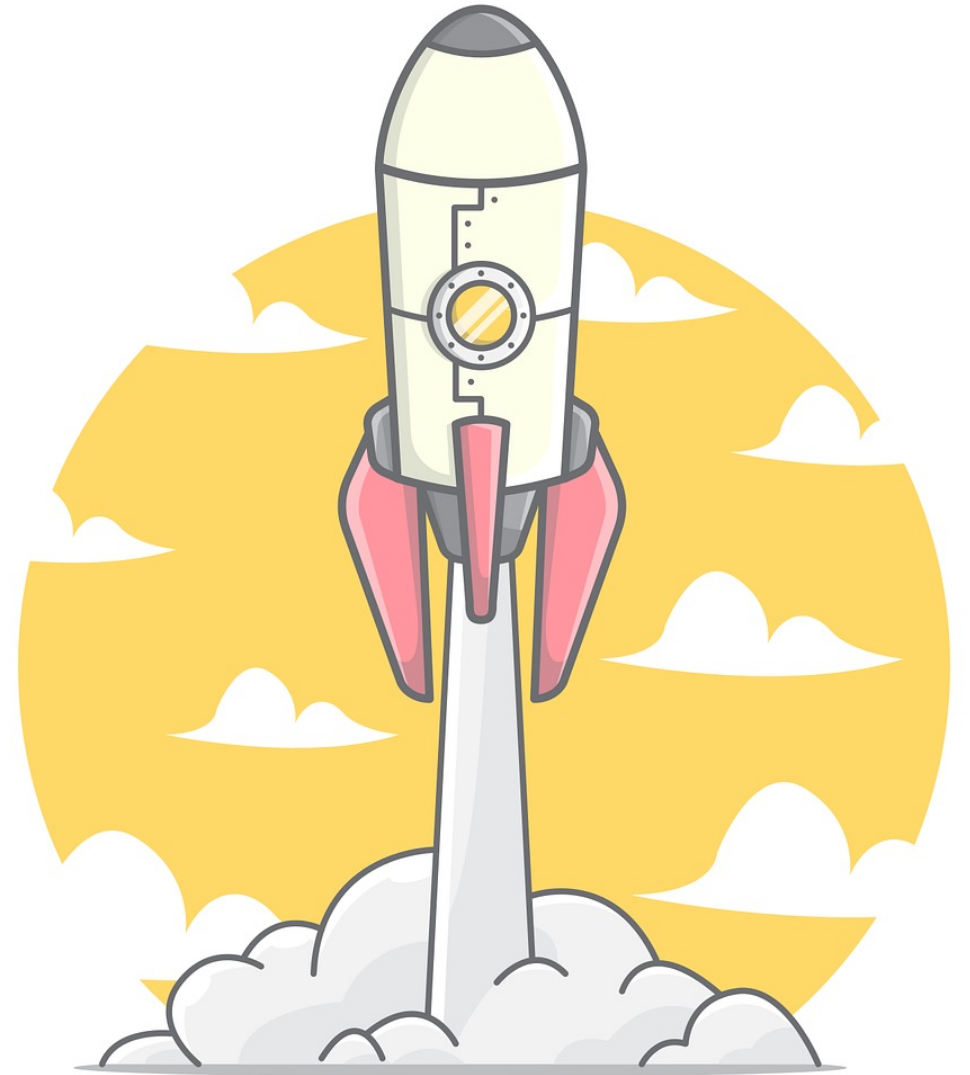


# EMMENER LES GAMERS DANS NOTRE MONDE





**LA SEULE LIMITE  
EST VOTRE IMAGINATION**



# CRÉDIT ET RESSOURCES

BILAN.CH, NEWZOO.COM, ZHAW, DELOITTE, RTBF, MSF, UN,  
GENEVASOLUTIONS.NEWS, JOURNALS.SAGEPUB.COM,  
SCIENCEDIRECT.COM, OUEST-FRANCE.FR,  
GAMESDONEQUICK.COM, FUTURA-SCIENCES.COM,  
ICRC.ORG, TWITCH.TV

ILLUSTRATIONS : FLATICON.COM, PIXABAY.COM,  
CANVA.COM, ISTOCK



# Fragen und Anregungen?

Die Geschäftsstelle von Swissfundraising steht bei Fragen oder Anliegen immer gerne zur Verfügung.

**Swissfundraising**  
Rosenbergstrasse 85  
9000 St.Gallen  
Telefon: +41 71 777 20 11  
E-Mail: [info@swissfundraising.org](mailto:info@swissfundraising.org)



[swissfundraising.org/](https://swissfundraising.org/)



[/swissfundraising](https://www.facebook.com/swissfundraising)



[/swissfundraising](https://www.linkedin.com/company/swissfundraising)



Wir leben Fundraising – mit Freude und im Dialog.

**Vielen Dank für eure  
Aufmerksamkeit.**



# Titel

Text





Wir leben Fundraising – mit Freude und im Dialog.

**Herzlich willkommen**