

## La lettre de sollicitation d'un don

Elle a pour objectif :

- d'interpeller le "prospect"
- de l'informer de manière attractive et convaincante
- de lui donner envie de faire un don.

Comment construire une lettre d'appel de dons ?

On utilise souvent le modèle "AIDER" qui comprend cinq phases successives qui ont pour objectif final d'obtenir un don :

- A = Accroche
- I = Interpellation
- D = Demande
- E = Expliciter
- R = Remerciement

### *1. Accrocher le lecteur*

Il faut accrocher le lecteur juste avant qu'il n'ait eu le temps de jeter la lettre de sollicitation. L'accroche a pour mission d'exprimer la promesse, c'est-à-dire l'avantage (moral, spirituel...) qui incitera le prospect à faire un don.

### *2. Interpeller*

Il s'agit d'interpeller le lecteur et de l'impliquer dans le problème que l'œuvre va tenter de résoudre avec lui. C'est aussi le moment de l'émotion.

### *3. Demander*

La lettre demande explicitement au lecteur de faire un don : il ne faut pas tourner autour du pot et être ambigu.

### *4. Expliquer*

La lettre doit expliquer à quoi va servir le don, puis comment le concrétiser de façon aussi explicite que possible. "En remplissant le coupon ci-joint, en nous le retournant accompagné de votre règlement dans l'enveloppe jointe, sans l'affranchir".

### *5. Remercier*

- Il s'agit de remercier celui qui n'est pas un lecteur parmi d'autres, mais celui qui est déjà devenu un donateur et rentre ainsi dans la grande communauté de ceux qui soutiennent l'œuvre. Il le rassure sur la destination et l'utilisation de son don.

## Les 10 éléments constitutifs d'une lettre

### 1. L'en-tête

Qui parle ?

### 2. La date

Il n'y a pas de lettre personnalisée sans une date précise avec un jour et un mois, comme lorsque l'on écrit à un ami.

### 3. L'accroche

Pourquoi nous adressons-nous à vous ?  
Pourquoi vous devez donner ?

### 4. Le type de personnalisation choisi

Le nom des destinataires.

La formule : cher Monsieur, ami, adhérent

### 5. Le début de la lettre

Tout se joue dans les deux premières phrases et dans le 1<sup>er</sup> paragraphe. Si le lecteur n'est pas intéressé dès le début, il jettera la lettre au panier.

### 6. Le corps de la lettre

Il s'agit de retenir le lecteur, de le convaincre. Certaines parties vont être soulignées pour faire rebondir l'intérêt du lecteur.

### 7. La conclusion

Elle doit inciter le lecteur, de manière directe et explicite, au don.

### 8. La formule de politesse et les remerciements

### 9. La (ou les) signature(s)

Elle doit être la plus crédible et la plus prestigieuse possible.

### 10. Le P.S.

Il va revenir sur l'accroche, c'est-à-dire les raisons du don.

Le P.S. est souvent la partie de la lettre la plus lue après l'accroche.

## Personnalisez au maximum votre lettre

La personnalisation est une des clés du succès du marketing direct. C'est elle qui donne l'impression à votre interlocuteur que vous avez écrit la lettre qu'il reçoit pour lui, et pour lui seul.

Si vous lui avez écrit, c'est parce que vous savez que votre offre le concerne et ne peut que l'intéresser. Par tous les signes possibles, montrez que vous savez à qui vous vous adressez.

La personnalisation de la lettre se retrouve à plusieurs niveaux :

*1. En fonction de la source du fichier utilisé*

Si votre lecteur est un donateur régulier, il peut être utile de lui dire que vous le savez. Si votre lecteur a des enfants qui suivent un cours de musique, de catéchisme.... montrez-lui que vous le savez. Il aura l'impression que vous lui écrivez personnellement.

*2. La référence en tête de lettre*

Elle crédibilise le document et le différencie d'un tract publicitaire.

*3. L'en-tête*

N'envoyez jamais une lettre sur un papier neutre. Si c'est le Président du CP qui écrit lui-même, il serait très positif de mettre son nom sur l'en-tête du papier à lettre.

*4. La date*

Une lettre sans date d'expédition n'est pas une lettre. Il faut que la date d'expédition soit aussi proche que possible de la date de réception, ce qui suppose de bien maîtriser tout le circuit de fabrication et de routage de la lettre.

*5. Evitez le mot " circulaire "*

Une circulaire s'adresse à tout le monde. Une lettre s'adresse à une seule personne.

*6. Le début de la lettre*

Personnalisez aussi, au maximum, le début de la lettre en fonction du destinataire : Monsieur ou Madame.

Par contre, renoncez au Mesdames, Messieurs, ou Madame ou Monsieur, car ils montrent que vous ne savez pas à qui vous vous adressez. Commencez toujours une lettre par VOUS et non par JE ou NOUS.

Si vous n'avez pas la possibilité de faire varier cette en-tête en fonction du destinataire, vous avez 2 solutions :

- trouver un terme unisexe qui satisfasse tout le monde, ex. : cher membre, cher coreligionnaire...
- faire l'impasse sur le sexe minoritaire (cf. 3 Suisses).

*7. Signez*

Une lettre qui n'est pas signée est impersonnelle. C'est une circulaire.

Evitez les signatures gribouillis. Faites simple. L'idéal est que le lecteur puisse lire ou décrypter le nom du signataire. Le nom du signataire et sa fonction seront indiqués en toutes lettres sous la signature. La fonction ou le nom du signataire doit être une référence pour rassurer le lecteur : pas de signataire inconnu. La signature sera de préférence imprimée en bleu alors que le texte sera en noir. Si l'envoi n'est pas trop important, le signataire signera lui-même sa lettre de façon manuscrite.

## Annotez

Une lettre annotée, soulignée, se lit mieux et surtout jusqu'au bout. Elle relance l'intérêt pour la lecture et augmente le taux de l'attention portée au texte. Les annotations en marge, ou à l'intérieur des textes peuvent prendre de nombreuses formes :

- soulignement,
- surlignement (au *stabilo* ou faux *stabilo*),
- flèches ou traits dans la marge,
- ajouts de phrases supplémentaires du type "très important, lisez ceci", écrivez de façon manuscrite ces annotations et si possible en bleu.

## 14 conseils pour améliorer la rédaction de vos lettres

1. Soyez dynamique.
2. Tenez compte de la personne à qui vous vous adressez. Mettez-vous à sa place.
3. Impliquez directement votre interlocuteur. Utilisez le "vous" afin qu'il se sente concerné dès le début de la lettre au lieu de parler d'abord de l'œuvre, de ses besoins...
4. Formulez vos phrases de manière positive.
5. Expliquez pourquoi il faut donner.
6. Expliquez combien il faut donner.
7. Expliquez à quoi va servir son don.
8. Les titres doivent attirer l'attention et donner envie de lire le reste : posez plus de questions qui donnent des réponses.
9. Utilisez des mots de tous les jours, les plus simples possibles
10. Faites des phrases courtes : pas plus de 10/15 mots par phrase.
11. Evitez de distraire le lecteur avec des informations superflues qui parasiteraient des informations importantes.
12. Faites attention aux mots à double sens.
13. Soignez le "Post Scriptum". Ce sera la phrase la plus lue.

**14.** N'oubliez jamais de mentionner ce que doit faire le destinataire pour effectuer son don.

## **Le document d'accompagnement**

Il se justifie pour trois raisons au moins :

- 1.** Ce document est d'autant plus important que l'œuvre n'est pas connue ou que l'objet du financement est peu connu.
- 2.** Le public auquel on s'adresse est d'un niveau socio-culturel élevé et demande des informations exhaustives pour se décider.
- 3.** Le projet que l'on propose aux donateurs de financer est compliqué et nécessite des explications détaillées pour être compris. C'est particulièrement le cas pour le budget de nos paroisses.

## **Le bulletin-réponse**

C'est l'élément déterminant du message car c'est lui qui permet de **CONCRETISER** la décision du destinataire : donner, s'abonner, acheter... (ne pas mettre un bulletin-réponse, c'est perdre au moins 30 % à 50 % de retour).

Il constitue le pont indispensable entre :

- la lettre d'accompagnement, ou lettre argumentaire,
- l'enveloppe réponse.

Il peut aussi être un appel à lui tout seul avec son titre, un petit texte argumentaire pour rappeler les avantages essentiels.

Son rôle sera de supprimer tous les freins matériels ou psychologiques au moment de passer à l'acte et il aura pour objectif d'augmenter le don moyen.

Les sept éléments qui font un bon bulletin-réponse :

- 1.** Il renouvelle l'accroche principale de la lettre en la rendant encore plus explicite sur les raisons de donner.
- 2.** Il propose des montants précis de dons. Plus des 2/3 des réponses porteront sur les deux premiers montants, et 40 % sur le premier. En effet, si le coupon n'est pas directif, s'il ne propose pas de montants précis, le prospect hésitera sur le montant à donner et souvent renoncera, faute d'avoir pu prendre une décision.
- 3.** Pour un montant de don précis, il est utile de montrer ce qui peut être réalisé : un tuyau d'orgue, ...