

5 bons réflexes pour amplifier son impact avec Giving Tuesday

01

Intégrez Giving Tuesday dans votre stratégie

Ne voyez pas Giving Tuesday comme une campagne en plus, mais comme un **accélérateur** de ce que vous menez déjà : collecte, mécénat, mobilisation ou visibilité. Adossez-le à un objectif précis : recruter de nouveaux donateurs, relancer d'anciens soutiens, remercier vos partenaires...

02

Préparez un message clair, centré sur l'impact

Les gens donnent quand ils comprennent à **quoi leur don va servir**. Clarifiez l'impact en une phrase : « 10 € = 1 trousse de secours pour un enfant »
Ajoutez un visuel ou une vidéo qui montre le concret. Une image vaut mille mots.

03

Misez sur la mobilisation de vos cercles proches

Vos premiers relais sont vos **bénévoles, salariés, membres du CA, donateurs fidèles**. Donnez-leur des visuels, textes ou modèles de mails à relayer facilement.
Un relais convaincu = un réseau entier potentiellement mobilisé.

04

Profitez de la dynamique collective

Publier le 2 décembre avec le #GivingTuesdayFR vous donne une **visibilité naturelle accrue**. Le hashtag est souvent en tendance ce jour-là. Mentionnez @GivingTuesdayFrance, interagissez avec d'autres structures, rebondissez sur les contenus viraux du jour.

05

Valorisez les résultats et remerciez

Une campagne réussie, c'est aussi un bon **"après"** : partagez vos chiffres, les retours de terrain, les coulisses.
Prenez le temps de remercier publiquement celles et ceux qui ont soutenu l'action. Cela renforce la fidélisation.

**LE GIVING TUESDAY
NE SE JOUE PAS SUR
LES MOYENS, MAIS
SUR L'AUTHENTICITÉ,
LA CLARTÉ ET
L'ENTHOUSIASME.**