FICHE PRATIQUE N°1

Les bonnes pratiques pour garder une base de données propre et organisée.

Vous gérez de nombreuses données au sein de votre organisation. **Résultat ?**

- Vous vous retrouvez avec de nombreux fichiers Excel qui circulent entre les membres de l'équipe.
- Vous perdez du temps avec des doubles saisies, ou à chercher une information.
- Les doublons s'accumulent et vous risquez d'envoyer plusieurs fois le même message ou document à une même personne.
- Vous risquez de perdre des contacts ou des historiques importants.

Bonne nouvelle : un outil et quelques bonnes habitudes suffisent pour garder une base de données[1] fiable, sécurisée et facile à utiliser au quotidien.

L'ESSENTIEL EN UN COUP D'ŒIL

Une base fiable ne se construit pas en un jour, mais 6 bonnes pratiques suffisent pour y parvenir :

1. Centralisez toutes vos données au même endroit
2. Définissez des règles communes pour structurer votre base
3. Organisez vos contacts
4. Conservez l'historique des échanges
5. Faites régulièrement le ménage
6. Faites vivre votre base de données

Poursuivez la lecture de ce guide pour découvrir en détail chacune de ces bonnes pratiques : conseils concrets, exemples et astuces à appliquer dans votre asso pour gagner du temps au quotidien.

[1] Qu'est-ce qu'une base de données ? Une base de données permet de stocker et de retrouver des données structurées.

1 Centralisez toutes vos données au même endroit

L'ENJEU

Évitez de multiplier les fichiers et les outils. Plus vos données sont dispersées, plus il est difficile de les retrouver facilement et plus le risque d'erreur augmente !

LE BON RÉFLEXE

Regroupez toutes vos données dans une seule base accessible et claire pour toutes les personnes qui en ont besoin.

Ces données peuvent être :

Vos contacts
Personnes physiques : adhérents, bénévoles, donateurs, partenaires, bénéficiaires...

Vos structures
Entités morales : mécènes, entreprises, partenaires...

Vos paiements
Dons, adhésions...

SOLUTIONS

- Unifiez vos données existantes : fichiers Excel éparpillés.
- Centralisez les informations provenant de diverses sources internes : fichiers, e-mails, notes et échanges internes, comptes rendus...
- Centralisez les informations provenant de sources externes : Brevo, Weezevent, HelloAsso...

Lorsque vous avez une petite base de données (moins de 150 contacts), un fichier Excel peut suffire. En revanche, lorsque vous commencez à gérer un volume important de données (contacts, structures et paiements), **disposer d'un CRM devient indispensable** pour gérer sereinement votre croissance.

PASSONS À LA PRATIQUE

Solutions concrètes avec un CRM tel que OHME

Avant toute chose, qu'est-ce qu'un CRM ?

Un **CRM** (*Customer Relationship Management*, ou **GRC** – *Gestion de la Relation Client* en français) est un outil qui vous accompagne au quotidien pour :

- Centraliser et organiser vos données afin de disposer d'une base de données propre et sécurisée
- Piloter et développer vos campagnes de collecte et de mécénat afin de pérenniser votre structure
- Simplifier la gestion de votre association (gestion des contacts, des dons, des reçus fiscaux...)
- Animer, fidéliser et mobiliser vos différentes communautés

Le CRM est l'outil qui centralise et héberge votre base de données.

Un CRM comme OHME vous permet de centraliser toutes vos données dans un seul et même outil, grâce à différentes méthodes :

Ajout manuel : ajoutez directement un nouveau contact, une nouvelle structure, ou un nouveau paiement dans votre CRM OHME → pour une mise à jour ponctuelle et individualisée.

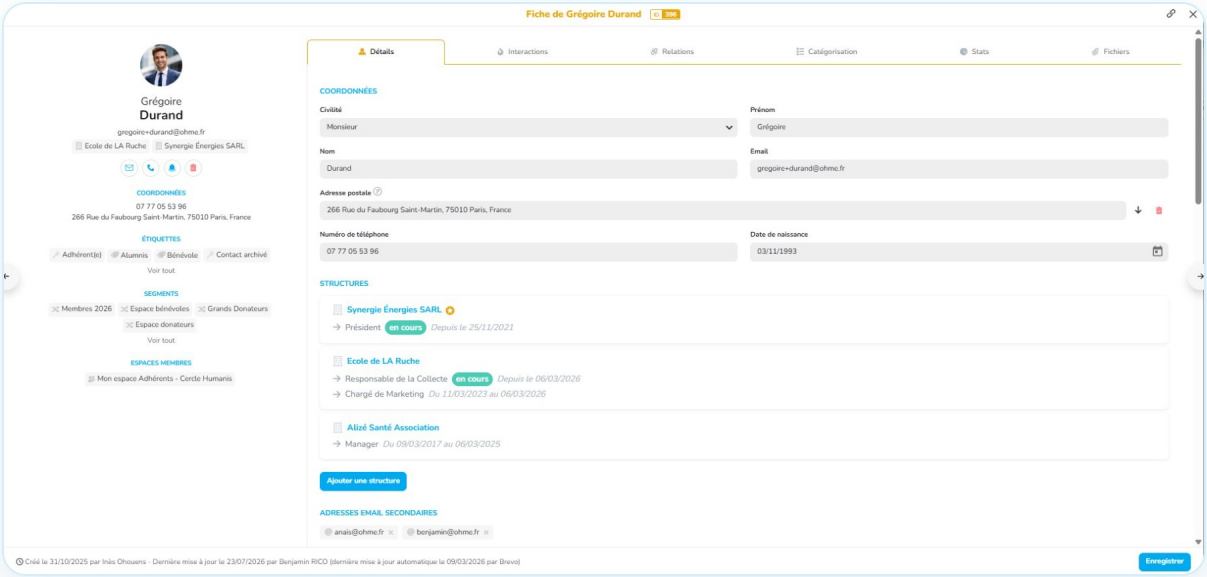
Import de fichiers : pour ajouter rapidement et en masse vos contacts, structures, paiements, interactions à partir d'un fichier Excel/CSV. Très utile quand vous migrez pour la première fois sur OHME, ou dès lors que vous souhaitez mettre à jour un grand nombre d'informations.

Connexion avec plus de 20 applications partenaires (HelloAsso, Brevo, Zapier, etc.) : cette fonctionnalité vous permet de connecter votre CRM OHME aux applications que vous utilisez au quotidien afin de faire remonter, synchroniser et **centraliser automatiquement l'ensemble de vos données (contacts & paiements) dans votre base**, sans aucune intervention manuelle.



EXEMPLE

Si vous avez connecté votre CRM OHME à votre outil de collecte HelloAsso et qu'un donateur effectue un don, une fiche contact sera automatiquement créée dans votre CRM. Celle-ci sera ensuite enrichie avec les informations provenant des différentes applications que vous aurez connectées.



Exemple de fiche contact dans OHME

→ **Pour aller plus loin,** découvrez la fiche pratique n°2 du kit : **« Connectez vos applications pour centraliser vos données et piloter votre activité »**

LES BÉNÉFICES

- Un gain de temps au quotidien
- Moins d'erreurs de saisie
- Une base de données unique, fiable et mise à jour automatiquement
- Un accès à vos données où que vous soyez (sur mobile, tablette ou ordinateur)
- Toutes les informations concernant un contact réunies sur une seule fiche
- Un historique complet pour chaque contact
- Toutes les données de vos différents outils sont centralisées dans votre CRM et circulent automatiquement d'un outil à l'autre grâce au paramétrage que vous aurez mis en place. Pour aller plus loin, découvrez la fiche pratique n°2 **« Connectez vos applications pour centraliser vos données et piloter votre activité »**
- Une gestion sereine de vos données : un CRM comme OHME est conforme au RGPD. Pour en savoir plus sur la protection des données, consultez la fiche pratique n°4 **« RGPD : Les bons réflexes pour protéger les données de votre association »**

BONNE PRATIQUE 2 SUR 6

2 Définissez des règles communes pour structurer votre base de données

L'ENJEU

Une base de données est souvent gérée et alimentée par plusieurs personnes ou plusieurs pôles, ayant chacun des besoins différents.

LE BON RÉFLEXE

Se poser les bonnes questions afin que la configuration de votre base soit optimale pour chaque membre et chaque pôle de votre structure.

SOLUTION

Réunissez vos équipes et mettez-vous d'accord sur vos besoins ainsi que sur quelques règles simples :

1. Quelles informations souhaitez-vous faire remonter dans votre base de données ?
2. Comment allez-vous intégrer ces informations dans votre base ?
3. Sous quelle forme souhaitez-vous que ces données soient enregistrées afin qu'elles soient les plus propres et les plus lisibles possible ?
4. Qui peut consulter vos données et qui peut les modifier ?

PASSONS À LA PRATIQUE

Solutions concrètes avec un CRM tel que OHME

1 Quelles informations souhaitez-vous faire remonter dans votre base ?

La première étape pour structurer votre base de données est de lister les besoins des différents pôles de votre structure. Quelles données souhaitez-vous retrouver dans votre base ? À quoi vont-elles vous servir ?

2 Comment allez-vous intégrer ces informations dans votre base ?

Une fois vos besoins listés, définissez pour chaque type de donnée son mode d'intégration dans OHME :

Manuel
Saisie directe dans le CRM, adaptée aux informations ponctuelles ou peu nombreuses.

Import de fichier
Pour intégrer en une fois un volume important de données (export Excel, CSV...).

Automatique
En connectant vos outils à votre CRM, les données remontent sans intervention de votre part.

Pour gagner un temps précieux, **privilégiez autant que possible la remontée automatique** (voir la bonne pratique n°1 « Centralisez toutes vos données au même endroit »).

Établissez ensuite un **mapping des champs** : pour chaque colonne de votre fichier ou de votre outil source, identifiez le champ correspondant dans OHME. Cette étape évite les doublons, les pertes d'information et les données mal rangées.

EXEMPLE CONCRET

Votre association organise un gala de charité et gère les inscriptions via une billetterie en ligne. Vous souhaitez retrouver tous les participants dans OHME pour les remercier puis les solliciter lors de votre prochaine campagne de dons.

Votre export de billetterie contient les colonnes suivantes, que vous allez devoir faire correspondre aux champs présents dans OHME.

Colonne billetterie	Champ dans OHME
Prénom	**Prénom du contact**
Nom	**Nom du contact**
Adresse e-mail	**E-mail**
Montant payé	**Montant du paiement**
Date d'achat	**Date du paiement**
Type de billet (Standard / Bienfaiteur)	**Champ personnalisé « Catégorie de participation »**

Si votre billetterie peut être connectée à OHME, ce mapping n'est à faire qu'une fois : chaque nouvel inscrit remontera ensuite automatiquement dans votre base.

3 Sous quelle forme souhaitez-vous que la donnée remonte dans votre base ?

Pour que votre base soit la plus propre, uniforme et lisible possible, vous devez établir des règles internes.

Par exemple : votre association compte 3 bénévoles qui saisissent des adhésions. Sans règle commune, vous vous retrouvez avec « Jean Dupont », « J. DUPONT » et « dupont jean ». Sur un CRM tel que OHME, vous pouvez paramétrer la remontée de vos données de la façon suivante :

SANS RÈGLE COMMUNE

Jean Dupont

J. DUPONT

dupont jean

3 bénévoles saisissent des adhésions, chacun à sa façon.

AVEC UNE RÈGLE PARAMÉTRÉE DANS OHME

Prénom : Jean (première lettre en majuscule)

Nom : DUPONT (tout en majuscules)

Téléphone : au format +33 6 XX XX XX XX

4 Qui peut consulter et qui peut modifier vos données ?

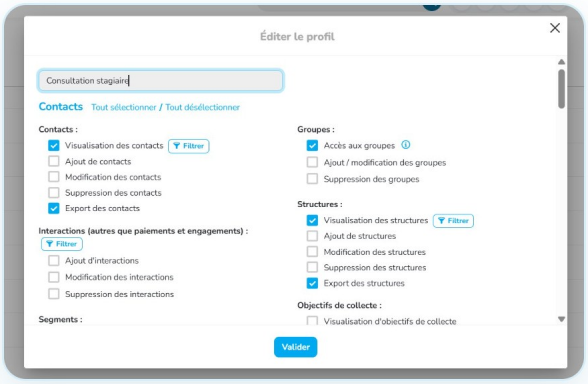
Généralement, de nombreuses personnes aux profils très différents (salariés, bénévoles, stagiaires...) ont accès à votre base de données.

Pour vous assurer que celle-ci reste propre et correctement renseignée, vous pouvez gérer les droits de vos utilisateurs en personnalisant leurs profils d'accès en fonction de leurs missions.

EXEMPLES

Vous pouvez configurer votre CRM afin que seuls les trésoriers, en charge du suivi et de la mise à jour des dons, puissent modifier les dons.

Autre exemple : si un stagiaire rejoint votre pôle communication, vous pouvez lui attribuer un profil spécifique lui permettant d'accéder à vos contacts et de les exporter, sans pour autant pouvoir les modifier.



Profil d'accès « Consultation stagiaire »

Le même principe peut être appliqué à l'ensemble des fonctionnalités du CRM : statistiques, paiements, documents, applications connectées, etc.

LES BÉNÉFICES

- Une base qui regroupe les besoins de chaque pôle
- Une base propre avec des données homogènes et lisibles
- Une gestion fine des droits d'accès afin de limiter les erreurs de modification et préserver l'intégrité de votre base

BONNE PRATIQUE 3 SUR 6

3 Organisez vos contacts

L'ENJEU

Tous vos contacts n'ont pas le même rôle au sein de votre association (adhérents, bénévoles, donateurs, partenaires, mécènes...). Il faut trouver un moyen d'identifier facilement vos différentes communautés et de mieux connaître chaque contact, pour adapter vos communications et créer une relation pérenne avec chacune d'entre elles.

LE BON RÉFLEXE

Identifiez clairement vos différentes catégories de contacts afin qu'elles soient facilement reconnaissables, et complétez leurs fiches avec les informations utiles à votre association.

SOLUTIONS

1. Établissez une liste des différentes catégories de contacts (communautés) présentes dans votre base de données.
2. Configurez ces différentes catégories sous forme de tags afin de les identifier et de les retrouver facilement. Un tag fonctionne comme un post-it que vous collez sur une fiche contact : « Bénévole », « Donateur », « Partenaire »... Un même contact peut en avoir plusieurs, par exemple une personne à la fois adhérente et bénévole. Définissez cette liste à l'avance pour que toute l'équipe utilise les mêmes.
3. Définissez les informations complémentaires dont vous avez besoin sur vos contacts (centres d'intérêt, disponibilités, compétences...).
4. Essayez d'automatiser au maximum les process.

PASSONS À LA PRATIQUE

Solutions concrètes avec un CRM tel que OHME

1 Établissez une liste des différentes catégories de contacts (communautés) présentes dans votre base de données

Commencez par lister, avec les différents pôles de votre organisation, les catégories de contacts qui correspondent à vos différentes communautés.

2 Configurez un plan de tags pour les identifier et les retrouver facilement

Avec un CRM comme OHME, vous pouvez utiliser la fonctionnalité **« Étiquette »**. Les étiquettes vous permettent de définir clairement le rôle de chaque contact au sein de votre association (par exemple : membre, donateur, bénévole, adhérent, partenaire, mécène...). Vous pouvez en créer autant que vous le souhaitez. Elles peuvent être mises de façon manuelle sur la fiche d'un contact, d'une structure, ou d'un paiement.

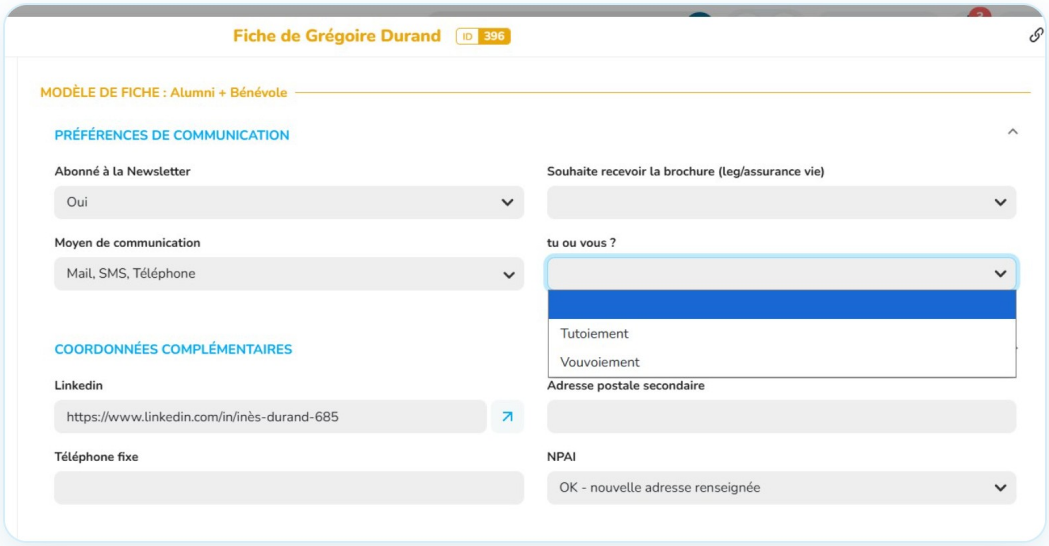
3 Enrichissez vos fiches avec des champs personnalisés

Pour alimenter et enrichir votre base de données, OHME vous permet également de créer des **champs personnalisés et familles de champs**. Ces champs, que vous pouvez créer selon les besoins spécifiques de votre association, vous permettent d'ajouter des informations complémentaires sur vos contacts et de mieux comprendre leur profil, leurs centres d'intérêt et leur potentiel d'engagement.

Par exemple, sur la fiche d'un contact, vous pouvez renseigner :

- Ses centres d'intérêt ou les projets qui l'intéressent particulièrement.
- Ses disponibilités (par exemple pour participer à un événement ou devenir bénévole).
- Un score d'engagement ou de potentiel (par exemple pour identifier un donateur ponctuel susceptible de devenir un donateur régulier).
- Son envie de devenir volontaire.
- Ses compétences spécifiques (par exemple : capacité à former d'autres bénévoles, expertise métier, réseau professionnel...).

Si vous envisagez de vous équiper d'un CRM, nous vous conseillons de réfléchir en amont aux **champs personnalisés et familles de champs** dont vous aurez besoin. Cette étape de structuration est essentielle pour faciliter l'import de vos données, harmoniser les informations collectées et permettre à votre équipe d'exploiter pleinement votre base dès le déploiement du CRM.



Exemple de champs personnalisés sur une fiche contact

4 Essayez d'automatiser au maximum les process

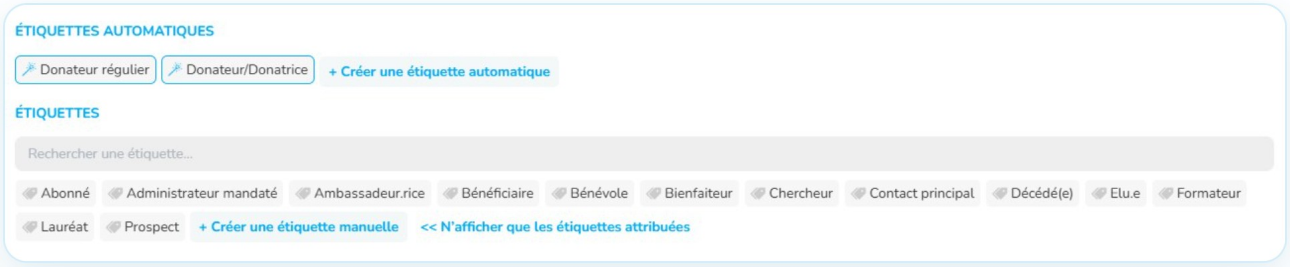
Pour gagner un temps précieux, vous pouvez également utiliser la fonctionnalité **« Étiquettes automatiques »**. Elles s'attribuent automatiquement à un contact si celui-ci correspond à des critères que vous aurez définis au préalable et qui sont complètement personnalisables. Par exemple :

- Un critère de paiement (a fait un don, a fait au moins 3 dons en 2026…)
- Un critère d'interaction (a ouvert une newsletter, pas d'interaction depuis 2 ans, etc.)

À partir de ces critères, voici des idées d'étiquettes qui peuvent être créées : adhérent, donateur, bénévoles, mentors, pétitionnaire, contact archivé, collecteur…

EXEMPLE

Lorsqu'un donateur effectue son premier don via votre outil de collecte (HelloAsso, rgive, GoCardless…), une fiche contact est automatiquement créée dans votre CRM et une étiquette **« Donateur »** lui est automatiquement attribuée.



Les étiquettes manuelles et automatiques dans OHME

5 Créez des segments dynamiques afin de communiquer facilement avec chacune de vos communautés

Une fois votre système d'étiquettes en place, vous pouvez facilement segmenter votre base de données grâce à la fonctionnalité **« Recherche avancée »** de OHME. Vous pouvez ainsi créer des segments de contacts selon les critères de votre choix.

EXEMPLE

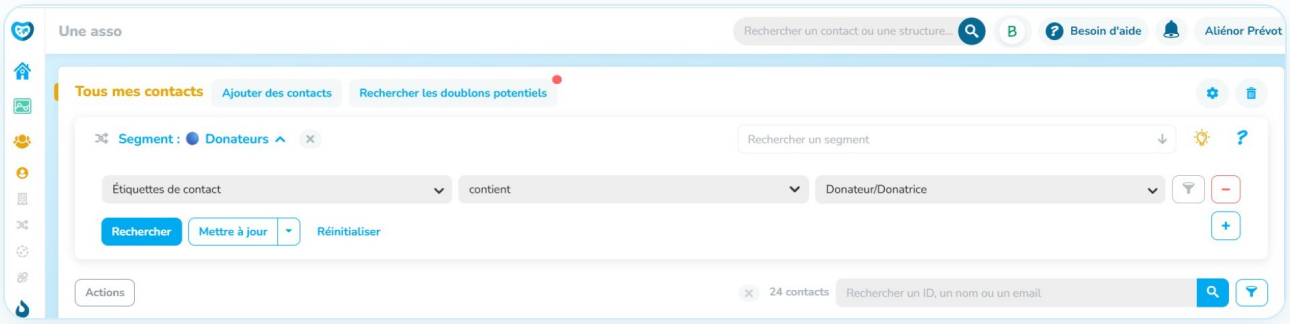
Vous créez un segment **« Donateurs »** regroupant tous les contacts possédant l'étiquette **« Donateur »**.

Les segments sont **dynamiques**, ce qui signifie qu'ils se mettent automatiquement à jour.

Par exemple, vous avez enregistré un segment **« Donateurs »** dans votre CRM et vous lancez une nouvelle campagne de collecte qui permet de recueillir des dons. Si votre outil de collecte est connecté à OHME :

- Une fiche contact est automatiquement créée pour chaque nouveau donateur
- Une étiquette **« Donateur »** est automatiquement attribuée à chacun de ces contacts
- Votre segment **« Donateurs »** est automatiquement mis à jour en intégrant ces nouveaux donateurs

Vous n'avez plus aucune action manuelle à effectuer : votre CRM met automatiquement à jour vos segments.



Exemple de segment « Donateurs » dans OHME

→ **Pour aller plus loin,** découvrez la fiche pratique n°3 du kit : **« Segmenter votre base de données pour personnaliser votre communication »**

LES BÉNÉFICES CONCRETS

- Des process automatisés pour gagner du temps
- Une recherche rapide des informations concernant chacune de vos communautés
- Une meilleure connaissance de vos donateurs, bénévoles, adhérents et autres communautés pour mieux répondre à leurs attentes
- Un engagement et une fidélisation renforcés grâce à des communications plus personnalisées et pertinentes, adaptées aux intérêts de chacun
- Une identification plus facile des opportunités d'engagement (don, bénévolat, participation à vos actions...)

BONNE PRATIQUE 4 SUR 6

4 Conservez l'historique des échanges

L'ENJEU

Une base de données ne sert pas uniquement à stocker des informations de type coordonnées (nom, e-mail, téléphone...). Elle doit également vous permettre de garder une trace de la relation construite avec vos publics pour mieux les connaître et personnaliser vos actions.

LE BON RÉFLEXE

Pensez à enregistrer les interactions importantes avec vos contacts et communautés : participation à un événement, envoi d'un document, échange téléphonique, réponse à une campagne, clic sur une newsletter... Ces informations vous permettront de suivre l'évolution de la relation et d'adapter vos communications.

SOLUTIONS

1. **Identifiez les interactions importantes à suivre** entre votre association et vos différents publics (adhérents, donateurs, bénévoles, partenaires...).
2. **Mettez en place un processus simple pour renseigner ces interactions** dans votre base de données afin que toute votre équipe puisse retrouver facilement l'historique des échanges.
3. **Essayez d'automatiser au maximum les process** pour vous faire gagner du temps.

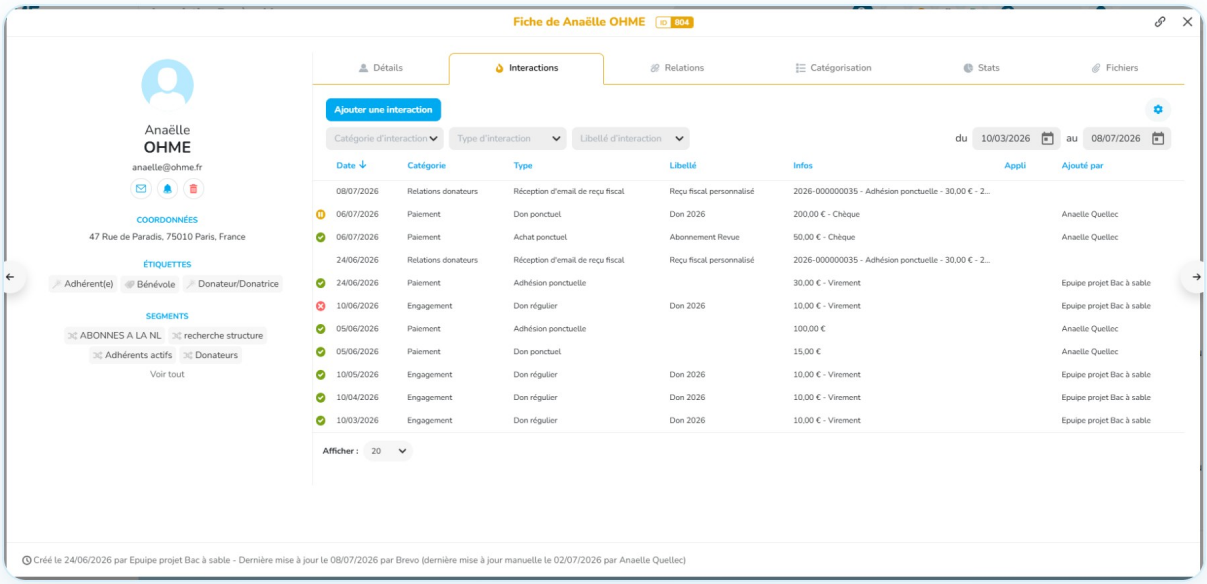
PASSONS À LA PRATIQUE

Solutions concrètes avec un CRM tel que OHME

Avec un CRM comme **OHME**, vous pouvez utiliser la fonctionnalité **« Interactions »**.

Qu'est-ce qu'une interaction dans OHME ?

Elle vous permet de suivre les principaux points de contact avec vos communautés et leurs activités (ex. : a-t-il participé à un événement, a-t-il rempli un questionnaire, a-t-il signé une pétition, a-t-il suivi une formation… ?)



L'onglet « Interactions » d'une fiche contact

Les interactions peuvent aussi être attribuées automatiquement pour vous faire gagner du temps, et suivre encore plus facilement vos contacts. Par exemple : e-mailing, réception du reçu fiscal…

Les interactions sur OHME vous permettent également d'effectuer des **« recherches avancées »** afin de retrouver très facilement, par exemple :

- Toutes les interactions liées à cette campagne ou cet événement
- Tous vos contacts qui ont signé telle ou telle pétition
- Tous vos contacts qui ont participé à tel ou tel événement que vous avez organisé
- Tous vos contacts qui ont ouvert tel mailing et qui ont cliqué sur tel bouton d'action
- Tous vos contacts qui ont répondu à tel ou tel questionnaire
- Tous vos contacts qui ont eu au moins un appel téléphonique avec vos équipes
- Tous vos bénévoles/adhérents qui ont participé à telle ou telle réunion
- Etc.

→ **Pour aller plus loin,** découvrez la fiche pratique n°3 du kit : **« Segmenter votre base de données pour personnaliser votre communication »**

LES BÉNÉFICES CONCRETS

- Une meilleure connaissance de vos contacts grâce à un historique centralisé de toutes leurs interactions
- Des campagnes de communication et de collecte plus performantes grâce à une segmentation basée sur les comportements réels
- Une continuité dans la relation avec vos communautés, même lorsqu'un collaborateur quitte l'association
- Des décisions plus éclairées grâce à une meilleure analyse des actions qui mobilisent le plus vos contacts

BONNE PRATIQUE 5 SUR 6

5 Faites régulièrement le ménage

L'ENJEU

Une base de données évolue en permanence : de nouveaux contacts s'ajoutent, certaines informations deviennent obsolètes et des doublons peuvent apparaître. Sans entretien régulier, elle perd en fiabilité et devient plus difficile à exploiter.

LE BON RÉFLEXE

Prévoyez un nettoyage régulier de votre base de données (idéalement une fois par mois) pour conserver des données fiables et facilement exploitables. En étant assidu, vous évitez qu'une tâche qui pourrait être simple au quotidien ne devienne un chantier long et fastidieux.

SOLUTIONS

1. **Traitez les doublons** : une fois par mois ou après chaque import de nouvelles données.
2. **Mettez à jour les informations obsolètes** : dès que vous obtenez une nouvelle information, pour éviter les oublis et maintenir une base à jour au fil de l'eau.
3. **Archivez les contacts qui ne sont plus utiles** : une fois par mois si vous ne disposez pas d'un CRM permettant de gérer facilement l'archivage de vos contacts.

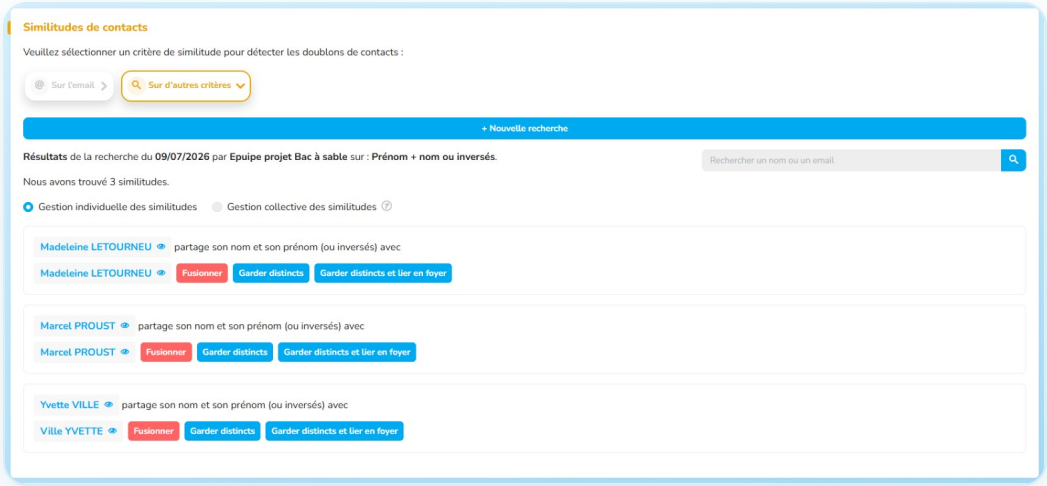
PASSONS À LA PRATIQUE

Solutions concrètes avec un CRM tel que OHME

1 Traitez les doublons : une fois par mois, ou après un import

Le CRM OHME vous permet d'identifier facilement les éventuels doublons présents dans votre base de données. Il s'appuie sur plusieurs critères (nom, e-mail, SIREN, adresse...). Pour chaque doublon potentiel, vous pouvez choisir de :

- **Fusionner les contacts**
- **Garder distincts les contacts sélectionnés**
- **Garder distincts les contacts mais les lier en tant que famille (même adresse postale)**



La détection des similitudes de contacts dans OHME

2 Mettez à jour les informations obsolètes

- Dès que vous disposez d'une nouvelle information, mettez à jour votre base afin de ne pas l'oublier. *Exemple : si vous recevez un e-mail automatique vous indiquant un changement d'adresse e-mail, rendez-vous sur la fiche du contact concerné afin de mettre à jour ses informations.*
- Avant une campagne d'e-mailing importante, vous pouvez également utiliser la fonctionnalité **« Recherche avancée »** de OHME afin d'identifier les contacts sans adresse e-mail et enrichir votre base.
- Cela peut aussi vous être utile pour traiter les adresses des contacts en **NPAI** (*N'habite pas à l'adresse indiquée*).

3 Archivez les contacts qui ne sont plus utiles

Comme nous l'avons vu dans la bonne pratique n°3, OHME vous permet de créer des **étiquettes automatiques**. Vous pouvez ainsi créer une étiquette automatique **« Contacts archivés »** qui vous permettra d'archiver automatiquement des contacts selon des critères que vous aurez définis.

EXEMPLES

Si l'un de vos critères d'archivage est qu'aucune interaction avec un contact n'a eu lieu depuis plus de 2 ans (à voir selon les recommandations de la CNIL), celui-ci pourra alors être automatiquement archivé au terme de cette période.

Autre exemple : vous pouvez automatiquement archiver tous les contacts auxquels vous aurez attribué une étiquette **« Décédé »**.

LES BÉNÉFICES CONCRETS

- ✓ Une base de données propre (agréable à utiliser), fiable et toujours exploitable pour vos actions
- ✓ Une meilleure efficacité collective avec des process simplifiés et une gestion interne facilitée
- ✓ Des communications plus pertinentes en évitant de solliciter des contacts qui ne doivent plus l'être

BONNE PRATIQUE 6 SUR 6

6 Faites vivre votre base de données

L'ENJEU

Une base de données n'est jamais « figée » ni « terminée ». Elle évolue en permanence avec l'arrivée de nouveaux contacts, de nouvelles informations et de nouveaux besoins. Sans alimentation régulière, elle perd progressivement de sa valeur et devient moins utile pour piloter vos actions.

LE BON RÉFLEXE

Considérez votre base comme un outil vivant. Mettez-la à jour régulièrement et faites évoluer son organisation avec votre association. Exploitez ensuite vos données pour suivre vos résultats.

SOLUTIONS

1. Mettez à jour vos données au fil de l'eau, et en masse lorsque c'est nécessaire
2. Faites évoluer votre organisation à mesure que vos besoins changent
3. Suivez vos résultats dans le temps pour orienter vos actions

PASSONS À LA PRATIQUE

Solutions concrètes avec un CRM tel que OHME

1 Mettez à jour vos données, au quotidien comme en masse

- **Au quotidien**, laissez vos outils travailler pour vous. Vos applications connectées (collecte, e-mailing, formulaires…) font remonter automatiquement les nouveaux contacts, paiements et interactions dans OHME (voir la bonne pratique n°1).
- **Avec l'Espace Membre**, vos adhérents, donateurs ou bénévoles mettent eux-mêmes à jour leurs informations personnelles. Les modifications sont automatiquement synchronisées dans votre CRM.
- **Pour appliquer une même information à plusieurs contacts**, l'import n'est pas nécessaire. Sélectionnez les contacts concernés dans votre tableau, puis utilisez le bouton « Actions ». *Exemple : vous ajoutez en une seule fois l'étiquette « Bénévole » aux 30 personnes inscrites à votre dernière mission.*
- **Pour mettre à jour un grand nombre de fiches avec des informations différentes**, utilisez l'import. *Exemple : après une campagne d'appels, vous enregistrez en une fois les retours de 200 contacts dans un champ personnalisé.* Après un import, le critère « dernier fichier d'import » de la recherche avancée vous permet de retrouver toutes les fiches concernées.

2 Faites évoluer votre paramétrage

Contrairement à un fichier Excel figé, OHME évolue avec votre association. Le paramétrage pensé lors du déploiement n'est pas gravé dans le marbre. Vous pouvez créer, modifier ou supprimer des éléments sans remettre en cause toute votre organisation :

Des étiquettes **Des champs personnalisés** **Des critères d'étiquettes automatiques**

Des segments

Vous pouvez même créer de nouveaux champs personnalisés directement au moment d'un import, à partir des colonnes de votre fichier.

Prévoyez un point régulier avec les différents pôles, par exemple une fois par an ou avant le lancement d'une nouvelle campagne. Posez-vous trois questions :

- Certains champs ne sont-ils plus utilisés ?
- Manque-t-il des informations pour nos prochaines actions ?
- Nos segments correspondent-ils toujours à nos cibles ?

3 Pilotez votre activité grâce aux statistiques

Une base de données à jour devient une source d'analyse. Dans la rubrique « Stats » de OHME, vous pouvez créer vos propres vues statistiques. Chaque vue est composée de blocs (nombre, montant ou pourcentage) que vous affichez sous forme de :

Courbe · **Histogramme** · **Camembert** · **Carte par département ou par région** · **Comparaison entre deux périodes**

PAR EXEMPLE, VOUS POUVEZ

- Comparer votre collecte d'une année à l'autre
- Suivre l'évolution du nombre d'adhérents ou de donateurs réguliers
- Visualiser la répartition géographique de vos communautés
- Mesurer les résultats de vos campagnes d'e-mailing

Chaque vue peut être partagée avec les profils utilisateurs de votre choix, pour que chaque pôle suive les indicateurs qui le concernent.

→ **Pour aller plus loin,** découvrez la fiche pratique n°3 du kit : **« Segmenter votre base de données pour personnaliser votre communication »**, et en particulier son point 6 « Analysez et adaptez votre stratégie de communication ».

LES BÉNÉFICES CONCRETS

- ✓ Une base de données fiable et à jour, sans ressaisie fastidieuse
- ✓ Un outil qui s'adapte à l'évolution de votre association, et non l'inverse
- ✓ Une vision claire de vos résultats dans le temps pour ajuster vos stratégies
- ✓ Votre CRM ne sert plus seulement à stocker des informations : il devient un véritable outil de pilotage pour orienter vos actions et vos décisions

Ce qu'il faut retenir.

Une base de données propre et bien organisée, c'est :

- Un gain de temps au quotidien grâce à des informations facilement accessibles et exploitables
- Moins d'erreurs de saisie, de doublons et de données obsolètes
- Une vision complète et fiable de vos contacts, de vos communautés et de leurs interactions
- Une meilleure collaboration entre les membres de votre équipe grâce à des règles communes et des informations centralisées
- Des communications plus personnalisées et plus pertinentes pour mieux engager et fidéliser vos publics
- Une base de données qui devient un véritable outil de pilotage pour orienter vos actions et vos stratégies
- Une gestion plus sereine de vos données, avec une base mieux maîtrisée et conforme aux exigences du RGPD

EN RÉSUMÉ

Une base de données bien gérée n'est pas seulement un outil de stockage. C'est un véritable levier pour mieux connaître vos communautés, renforcer vos relations et développer vos collectes.

Vous souhaitez tester OHME ?

Profitez de **15 jours d'essai gratuit** dès maintenant !

Je teste gratuitement →

LES 4 FICHES PRATIQUES OHME DU KIT GIVING TUESDAY 2026

FICHE N°1 · VOUS ÊTES ICI
Les bonnes pratiques pour garder une base de données propre et organisée

FICHE N°2
Connectez vos applications pour centraliser vos données et piloter votre activité

FICHE N°3
Segmenter votre base de données pour personnaliser votre communication

FICHE N°4
RGPD : Les bons réflexes pour protéger les données de votre association

Ce contenu vous est proposé par OHME, partenaire Data du Giving Tuesday.