

Fidéliser sa communauté en conformité avec le RGPD

Pourquoi ce sujet ?



Le CRM développé par
Oneheart, connecté à vos
outils du quotidien comme
Sendinblue



La solution emailing & SMS
française spécialisée dans le
marketing automation

Les emailings comme leviers de communication

Qui a déjà envoyé un emailing ?

Qui a déjà vérifié que ses données étaient bien exploitables ?

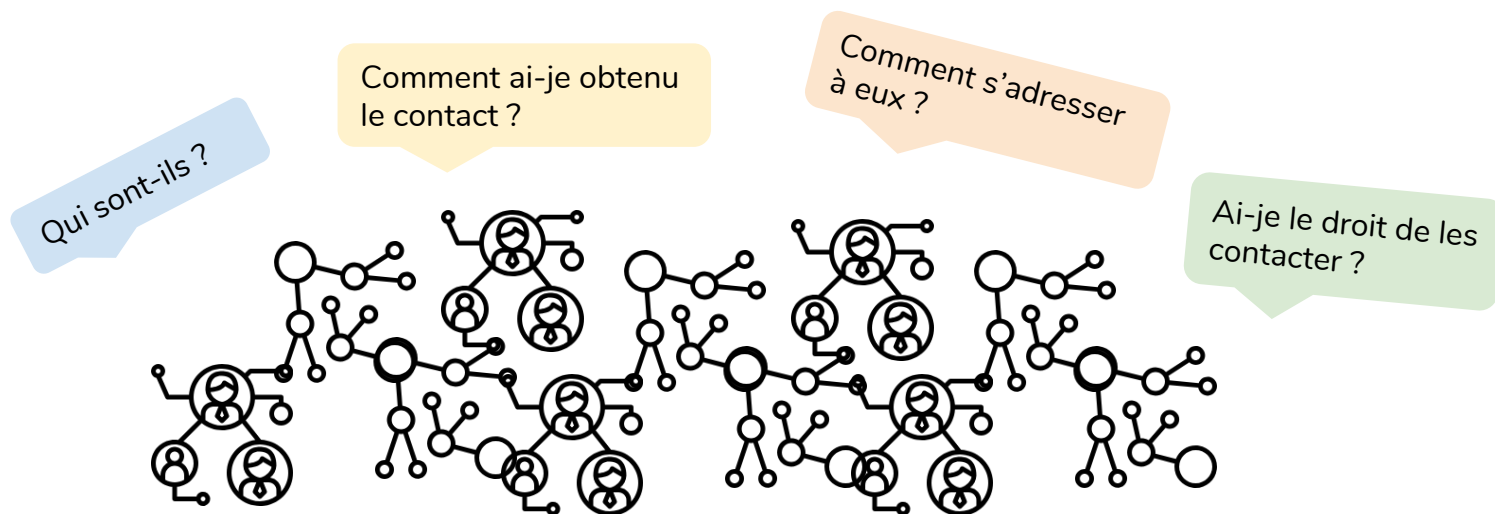
L'emailing est **incontournable** aujourd'hui **pour communiquer...**

- L'email reste le moyen de communication le + efficace sur le digital
- Permet de se construire une base de sympathisants à activer
- Différentes formes de communication : newsletter, email d'appel au don, save the date...

.... Mais il faut respecter certaines règles, et encore plus avec la mise en place du **RGPD** (Règlement Général de Protection des Données) !

J'ai déjà noué des contacts

Avant d'envoyer un emailing, on fait généralement le point sur ses contacts
Et là... c'est compliqué !



Et qui dit contacts, dit données personnelles !

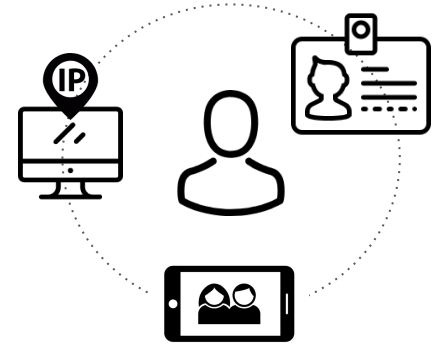
C'est quoi les données personnelles ?

Ce sont toutes les données liées à **une personne** : nom, prénom email, téléphone, mais aussi ses photos, son adresse IP, etc.

Et quelles données sont dites **sensibles** ?

Celles liées à l'orientation sexuelle, les opinions politiques, les données ethniques, etc.

Vous, associations, êtes concernées ! Pourquoi ? Car vous collectez des données personnelles de résidents UE qui sont vos membres, donateurs, adhérents, sympathisants, etc. !



QUIZ

Données personnelles ?



anais.defresnoye@gmail.com ?

quentin@sendinblue.com ?



Collecte ?



J'achète une base de contacts à un organisme tiers



Consentement ?



J'ajoute chaque personne effectuant un don à ma newsletter par défaut



Mes contacts ont des droits

1. Droit à la rectification

Corrections et modifications de mes informations

2. Droit à l'oubli

Suppression de mes informations de manière définitive

3. Droit à la portabilité

Transmission de mes données à une autre organisation ou un concurrent

4. Droit d'opposition

Possibilité de demander à ce que mes informations ne fassent pas l'objet de certains traitements / utilisations

5. Droit d'accès

Prise de connaissance de données collectées à mon sujet et de leur usage

Mes contacts ont une durée de vie

Combien de temps les garder ?

Les données personnelles ne peuvent être conservées de façon indéfinie.

Archivez :

- ◆ Les données d'un sympathisant ne recevant aucune sollicitation durant 3 ans
- ◆ Les données superflues (non liées à l'envoi de newsletter)

Vous pouvez garder une donnée si vous pouvez justifier que cela rentre dans le cadre de votre service :


Ex : Un adhérent se désinscrit de votre newsletter, vous pouvez conserver (uniquement) son adresse email afin de sauvegarder son statut "Blacklisté" et vous assurer de ne plus solliciter cette adresse email lors de vos prochaines campagnes.

Que faut-il vérifier ?

1

Vérifier que vous avez le consentement des personnes

→ Chaque contact entre-t-il dans votre base de manière positive ?




VOTRE PRÉNOM

VOTRE NOM

VOTRE EMAIL

En validant, j'accepte les conditions générales du site




VOTRE PRÉNOM

VOTRE NOM

VOTRE EMAIL

J'accepte les conditions générales du site



VOTRE PRÉNOM

VOTRE NOM

VOTRE EMAIL

J'accepte les conditions générales du site

Que faut-il vérifier ?

2

Vérifier la finalité des données collectées

- Qui sont les contacts ?
 - Quelles conditions ont-ils acceptées ?
 - Les données collectées sont-elles vraiment utiles ?
- ➡ Cela déterminera vos usages, c'est important de respecter ce pour quoi votre contact a accepté d'entrer dans votre base : newsletter / formulaire de contact / entrée dans la base suite à un don / etc.

Que faut-il vérifier ?

3

Vérifier que vos données sont sécurisées

Vérifier la sécurité au niveau du stockage de vos données

 + La nouveauté RGPD : vérifier que vos sous-traitants respectent bien la législation !

→ Vérifier que vos sous traitants vous permettent bien d'être en conformité avec le RGPD :

- ◆ La sécurité des données
- ◆ La possibilité d'avoir la main sur ses données
- ◆ La possibilité de supprimer toutes les données personnelles (ex : infos de compte)



Psst... OHME & Sendinblue respectent le RGPD ;)

Que faut-il vérifier ?

4

Vérifier que vos contacts peuvent vous contacter pour modifier leurs infos

Chaque contact doit pouvoir modifier et supprimer ses infos

- Avec un formulaire de contact en vous demandant de le faire
- Avec un espace dédié sur lequel ils peuvent eux-mêmes le faire



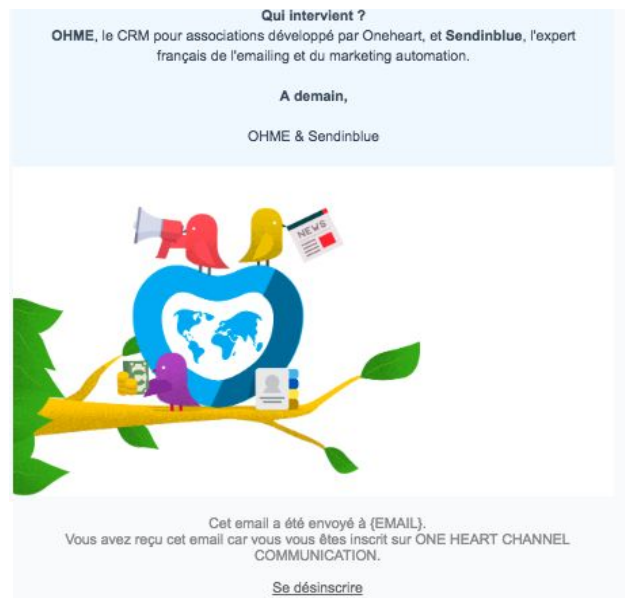
Le délai de réponse est d'un mois, sauf si vous prévenez le contact que le changement est complexe et implique un mois de plus de traitement :)

Conseils : Eviter le “no-reply”

Que faut-il vérifier ?

5 Vérifier que vos contacts peuvent se désinscrire de vos newsletter

- Mettre en avant le lien de désinscription
- S'assurer que la désinscription est valable pour toutes les listes



Que faut-il vérifier ?

6

Vérifier que vos mentions sont à jour

- Qui collecte les données
- Durée de la conservation des données
- Finalité des données
- Informer sur leurs droits des contacts sur leurs données

Que dois-je mettre en place dans ma base de contacts ?

→ Requalifier les anciens

A quand remonte leur entrée dans la base ? Ont-ils été récemment actifs ?

→ Demander le consentement par action positive si ce n'était pas le cas

Dans le cadre d'une inscription à la newsletter sans action positive par exemple, demander le consentement à ses contacts

→ Mettre en place des règles sur les nouveaux entrants

- ◆ Enregistrer leur date/heure d'entrée en base
- ◆ Enregistrer la provenance
- ◆ Enregistrer le type de contact



L'opportunité de qualifier ses contacts

Ce travail de qualification regorge également d'opportunités !

- Adresser une **communication pertinente et adaptée**
 - ◆ Agréger & recouper les informations sur vos contacts (qui existent et que vous avez déjà !)
 - ◆ Comprendre leur implication auprès de votre association : bénévolat, dons, fréquence d'ouverture d'email, etc.

>> Pour adresser à vos contacts une communication qui leur correspond

- L'occasion de **réactiver ses inactifs**
 - ◆ De manière précautionneuse
 - ◆ Intégrer des échantillons restreints d'inactifs à la liste d'envoi de votre prochaine campagne email

Affiner sa compréhension de communauté

- Attribuer des **champs spécifiques** à votre activité : les campagnes, contreparties de don, disponibilités de bénévolat, types de mission, adhésions, participation aux événements, prêts d'objets, etc.
- Avoir une base bien qualifiée permet ensuite d'**affiner le profilage** de sa base pour mieux comprendre sa communauté, ses attentes, et ce qui la fait réagir



- C'est à partir de cette compréhension que l'on peut créer des campagnes avec de forts taux de succès

Je prépare ma cible en segmentant mes contacts

→ Segmenter sa base par message / type de contacts / intérêt en créant des **listes**

LISTE PONCTUELLE

Appel à une mission de bénévolat à Paris le jeudi 7 juin

Bénévoles

Dispos le jeudi

IDF

LISTE DYNAMIQUE

1ers messages de fidélisation aux nouveaux donateurs

Donateurs

< 3 mois

RECHERCHE AVANCÉE

Disponibilité bénévolat: contenu | jeudi

Régions françaises: Ile-de-France

RECHERCHER

One Heart Makes it Easy

Actions: Modifier, Supprimer, Exporter, Ajouter à la liste

Étiquettes: Bénévole

Appis: Code postal, Adresse, Ville

ajmerica.berger+ohg@gmail... Grands donateurs, Bénévole

Tableau de bord

Contacts

Tous les contacts

marketing_automation 9 listes & 26 224 Contacts

Vous avez actuellement 3 dossiers(s) et 84 liste(s)

ID	NOM	NOMBRE DE CONTACTS
#193	Donateurs plus de 50€	4 Contacts
#192	Donateurs (+50€)	4 Contacts
#191	Bénévoles événement fin d'année	27 Contacts
#190	Donateurs moins de 3 mois	2 Contacts

Je prépare mon message

→ Mon message

- ◆ Définir l'objectif de ma campagne
- ◆ Concevoir un création et **Call-To-Action** centrés sur l'objectif

→ Ma cible

- ◆ Base segmentée en fonction de mon objectif

→ Ma checklist avant envoi

- Ratio texte - image : 30% - 70%
- Sujet de mon email court et clair
- Pré-header optimisé
- Liens et images fonctionnent → s'envoyer un email de test !

charity: water

Boîte de réception

7 parents. 7 wishes for their kids. - With clean water, I am able to send my children to school. If

25/09/2017

J'obtiens de nouvelles informations

Suite à une campagne, les données collectées vont être stockées : elles sont également intéressantes !
 > l'ouverture, le clic, etc.



> Et suivre aussi leurs formes d'engagement

Bénévole :

07/04/2018
Dernière candidature

Donateur :

160€
Montant total des dons

9,41€
Montant moyen des dons

04/06/2018
Dernier don

Toutes les interactions

Filtrer : Toutes les interactions

Date	Type d'interaction	Via	Détail
04/06/2018	Don régulier	Carte de crédit	10 €
28/05/2018	Don régulier	Carte de crédit	10 €
21/05/2018	Don régulier	Carte de crédit	10 €

La fidélisation, opportunité pour accroître l'engagement

Une stratégie de fidélisation efficace repose sur :

- Actualisation de ses données
- Segmentation de sa base
- Communication régulière

Un soutien fidélisé c'est :

- Un ambassadeur de votre association en puissance
- une personne qui peut avoir un engagement multiple : donateur, bénévole, partageur, likeur, relayeur...



La fidélisation est la stratégie pour donner les moyens à vos soutiens d'**agir avec vous**

Merci !