

Permettre au donateur de ne pas donner augmente le don

LE TEST

Durant 3 mois, un opéra allemand a proposé sur son site de réservation la possibilité de faire un don pour l'aide aux enfants en difficulté.

A coté de la proposition de don, figuraient 3 options:

- Effectuer la réservation
- Non merci
- J'ai déjà donné

Dans un premier scénario, quelle que soit l'option retenue, l'opération se poursuivait sans que l'internaute ne soit à nouveau sollicité.

Dans un autre scénario, il était impossible de valider la transaction sans explicitement refuser de donner.

Dans ce cas en effet, si l'internaute cliquait sur « Non merci », ou « J'ai déjà donné », il pouvait poursuivre la transaction. S'il cliquait sur « Effectuer la réservation », il lui était redemandé de choisir entre « Non merci », ou « J'ai déjà donnée avant de pouvoir terminer la transaction.

LES RESULTATS

Dans le second scénario, le taux de don a quadruplé, et le don moyen est passé de 27€ à 46€.

Dans ce cas, comme le fait remarquer Steffen Huck, professeur d'économie au University College de Londres, et un des auteurs de l'étude, la « distance sociale » due à Internet était réduite, et l'on se situait plus dans le cas d'un face à face

réel.

L'internaute était forcé de se regarder dans le miroir, et d'y voir se refléter sa générosité : dire « Non merci », c'est admettre que l'on est avare.

ON CREUSE UN PEU

Inversement, l'étude a permis de faire des hypothèses sur l'impact de ces sollicitations sur la vente de tickets.

Durant la saison suivant l'expérimentation, les ventes de tickets en ligne ont chuté. Un résultat que les chercheurs imaginent être du en partie à des prospects détourné de l'achat par la sollicitation de don.

Selon M Huck, il faudrait que de telles campagnes soient plus fréquentes pour ne plus avoir d'impacts négatifs sur la vente de ticket, mais ce n'est qu'une hypothèse à valider par de futures études.

L'étude complète « Online Fundraising, Self-Deception, and the Long-Term Impact of Ask Avoidance », rédigée par Maja Adena et Steffen Huck, est disponible en ligne [ici](#) sur le site du [Berlin Social Science Center](#).

AB Testing – quelques exemples tirés de la dernière

campagne d'Obama

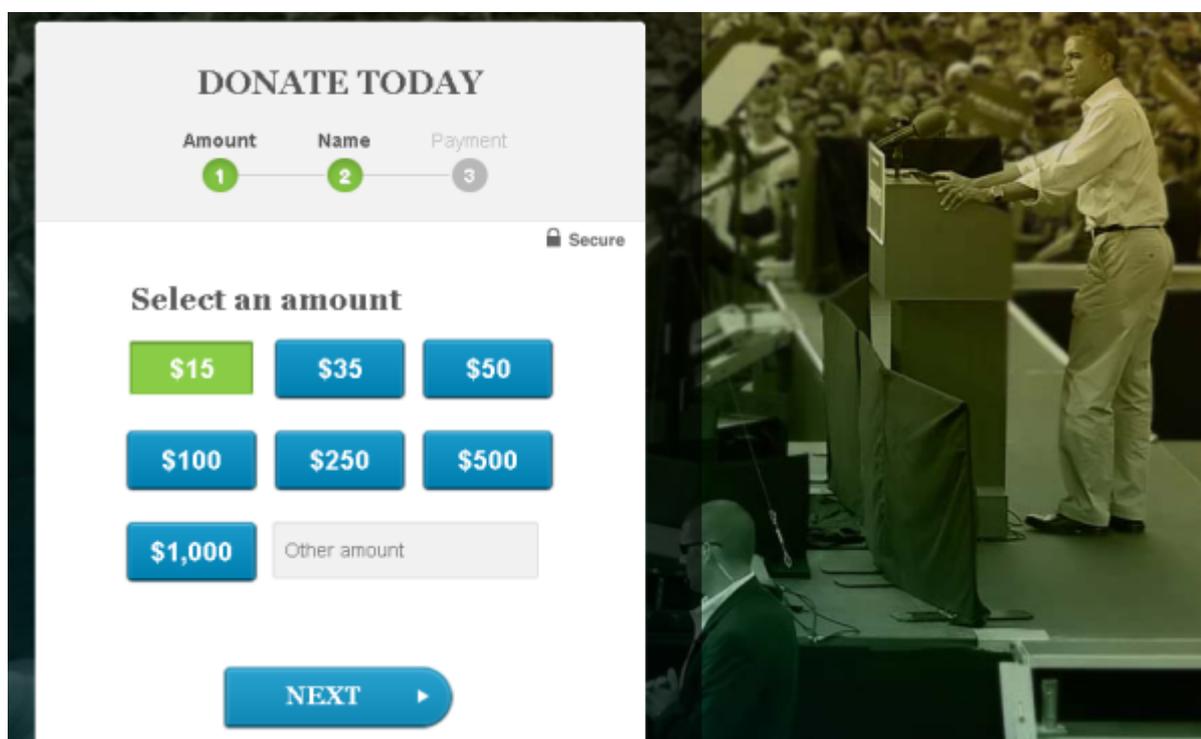
Différents paramètres peuvent influencer sur l'efficacité d'une page de don.

Kyle Rush a participé de près aux campagnes 2008 et 2012 de Barak Obama, et délivre son expérience dans une série de deux interviews, à voir [ici, sur le blog de Optimizely](#) (entreprise pour laquelle il intervient).

A noter : une [matinée sur ce thème, organisée le 19 mars à Paris par Optimizely](#).

Nous traduisons ci dessous quelques extraits tirés de ces entretiens et du [blog de Kyle Rush](#).

Le formulaire final, après de multiples tests



Le team digital de l'équipe de campagne

165 personnes, réparties en différentes équipes (analytique, email, blog, vidéo).

L'équipe optimisation était une équipe transversale, composée de membres des différentes équipes.

L'optimisation : un état d'esprit permanent

500 a/b tests ont été réalisés en 20 mois. Durant cette période le taux de conversion de la page de don a augmenté de 49%, et celui des inscriptions de 161%.

Il y avait en permanence plusieurs tests en cours. Un moment particulier a été le jour de la décision de la cour suprême sur le Obamacare. Le trafic a été tel que nous avons pu mener un nombre incroyable de tests. Cela nous a permis notamment de tester 80 couleurs de fonds pour la page de don, et de nous apercevoir que ce facteur n'avait aucun impact.

La structuration des formulaires

En transformant un formulaire unique et lourd en un processus en 4 étapes, nous avons augmenté le taux de conversion de plus de 5%

L'idée est que vous pouvez amener plus de monde en haut de la montagne en leur proposant une série de 4 petites marches, plutôt qu'une seule grande.

Nous avons regroupé les données en 4 groupes

- Le montant
- Les informations personnelles
- Les informations financières
- Les informations professionnelles

L'ordre a été déterminé selon la facilité de saisie, du plus simple au plus compliqué, de façon à ce que l'effort soit graduel, et que les données plus sensibles soient traitées à un moment où un certain investissement avait déjà été fourni.

Le formulaire était « responsive design », et la gestion des erreurs prises en charge sous JavaScript de façon à ce que chaque erreur éventuelle soit traitée au niveau de chaque champ de saisie et non pas globalement lors de la validation

du formulaire. Ceci avait également pour effet de limiter la charge pour les serveurs.

Le texte des boutons

sans commentaire (tiré d'un article du journal du net sur le a/b testing, à voir [ici](#))

Test sur le bouton de dons			
Variante	Ne s'était jamais abonné	Abonné, pas de don	Avait donné
	0,0%	0,0%	0,0%
	+2,3%	+27,8%	+16,3%
	-27,8%	N/A	N/A
	+15,2%	-24,6 %	+11,9%
	+8,5%	+2,9%	+18,4%

Avec ou sans image

Sur un site destiné aux mobiles, on pourrait penser que la simplicité prime, et qu'il faut éviter de surcharger l'écran. Pourtant, le fait d'ajouter une image a permis d'améliorer le taux de conversion de près de 7% dans ce cas.

CONTROL

Verizon 3:42 PM 59%

You could win dinner with Barack Obama

Make a donation today and be automatically entered to win dinner with President Obama. Once the deadline's passed, you may not have this chance again, so enter today—we'll cover your airfare and hotel.

*First name:

*Last name:

*Address:

Navigation icons: back, forward, share, bookmark, copy

WITH IMAGE

Verizon 3G 3:27 PM 69%

You could win dinner with Barack Obama

Make a donation today and be automatically entered to win dinner with President Obama. Once the deadline's passed, you may not have this chance again, so enter today—we'll cover your airfare and hotel.



Navigation icons: back, forward, share, bookmark, copy (with a '2' icon)

↑ +6.9%

<http://kylerush.net>

Quelle image choisir ?

CONTROL

IMAGE VARIATION

↑ +19%

<http://ly.leruk.net>

Le contenu

Sans surprise, le contenu affecte fortement les taux de conversion. C'est un des tests les plus simples à mettre en oeuvre, et il a le meilleur ROI.

L'optimisation du programme QuickDonate

Le principe de ce programme, lancé fin 2011, est de faciliter le processus de don. Une fois enregistré, il suffit d'un clic pour effectuer un don par mail, sur internet, ou même par sms. Le succès de ce programme a été considérable : Il a permis de récolter \$ 115 million. Les 1,5 millions d'utilisateurs QuickDonate ont donné 4 fois plus souvent, et 3 fois plus en moyenne.

L'inscription à QuickDonate pouvait se faire de deux façons

1. Créer un compte sur BarackObama.com, et enregistrer les informations de paiement dans le compte.
2. Encore plus simple : Après avoir fait un don, il était possible de créer un compte et d'y enregistrer

l'information de paiement qui venait d'être utilisée.

L'une des variations que nous avons testée portaient sur l'entête de la page :

CONTROL

SEGUE COPY

↑ +21%

<http://ly.lerusak.se.t>

Le texte de base, « Save your payment information for next time. », semblait assez simple et direct.

Nous avons souhaité le connecter plus directement avec la transaction qui venait d'être réalisée. Le texte est devenu « Now, save your payment information », et l'effet a été très positif (+21%).

CCFD Terre solidaire – un mini site pour lutter contre

La faim dans le monde

Informier, mobiliser et collecter sont les 3 axes de ce mini site simple et efficace, développé par [Mediaprism](#) pour le [CCFD](#) à l'occasion de la dernière campagne de cette association.

Le site [votre geste \(tous humains contre la faim\)](#) est constitué d'un unique page, très fluide et lisible, qui permet de dérouler les différents éléments abordés :

Information

AU CONGO,
DES TELEPHONES DE SANG

PILLAGE DES OCÉANS
AU LARGE DU SÉNÉGAL

DES PAYSANS SANS TERRE
AU GUATEMALA



Parce que la République démocratique du Congo dispose de ressources incroyables de coltan, minéral nécessaire à la fabrication des téléphones portables et des ordinateurs, le pays est aujourd'hui un terrain d'atrocités. Meurtres, viols systématiques, déplacements de populations... Tous les moyens sont bons pour les pilliers qui agissent avec la complicité de groupes économiques puissants.

Dans ce contexte terrible, le CCFD-Terre Solidaire aide des femmes à développer des activités agricoles et pouvoir ainsi nourrir leur famille : culture du champignon, travail avec des bêtes attelées, fertilisation des sols, pépinières, commercialisation...

Mais les menaces pèsent sur ces projets vitaux. L'attrait pour le minéral entretient des conflits qui sapent les efforts des populations pour cultiver la terre, vivre de leur travail et nourrir leur famille.

NOS ACTIONS

- **Appui** aux initiatives agricoles des femmes du Nord-Kivu
- **Influence** auprès des politiques au niveau national et international pour faire cesser le conflit lié aux ressources



« Au lieu de contribuer au développement de notre pays, les minerais, le pétrole et la forêt sont devenus des causes de notre malheur. »
Coco Mbangi, un de nos partenaires en RDC

Appel au don



Mobilisation

Ce site est un des canaux d'une campagne globale (film, presse, affichage, radio) dont on peut voir le film ci-dessous :

[iframe <http://player.vimeo.com/video/88266414> 500 281]

[Graines de Sauveteurs : un site de la SNSM pour enfants](#)

et adolescents

la [SNSM \(Société Nationale de Sauvetage en Mer\)](#) a développé [Graines de Sauveteurs](#), un mini site assez ludique et visuel destiné aux jeunes (enfants et adolescents) et aux enseignants.

La page d'accueil est organisée en 4 zones:

- un diaporama d'actualités
- la présentation des 3 espaces dédiés aux différents publics.



Récit de sauvetage

Le père malade, son fils de 15 ans prend la barre du voilier (Quiberon - 20 octobre 2013) Un père, âgé de 45 ans, et son fils de 15 ans, avaient...

[voir >](#)

Espace Enfants



7-12 ANS

Viens découvrir des jeux, des activités amusantes et des vidéos pour apprendre à mieux connaître la mer.

[voir >](#)



Espace Ados



12+ ANS

La mer est un espace formidable pour pratiquer les loisirs nautiques : surf, kitesurf, windsurf... Entre et découvre tous les conseils des pros pour fêléclater en toute sécurité.

[voir >](#)

Espace Enseignants



Accédez au contenu pédagogique du site. Cet espace vous est réservé et vous propose de nombreux outils à développer avec vos élèves.

[voir >](#)

Chaque espace (enfants, ados, enseignants) est lui-même structuré en différentes zones, dont le contenu varie selon le public.

- Espace Ados et espace Enfants :
 - Prévention et conseil
 - Les sauveteurs en mer
 - Concours
 - Quiz
 - A la une
- Espace Enseignants
 - Conseils

- Supports pédagogiques à télécharger

Ici, l'espace ADOS :

The screenshot displays the ADOS website interface, which is organized into several sections:

- Navigation:** A top bar with a home icon and three tabs: "Espace enfants", "Espace ados" (the active tab), and "Espace enseignants".
- Prévention et conseils:** A light blue section containing three image cards: "Le stress" (a person in a boat), "Le sommeil" (sailboats on the sea), and "Le soleil et vous" (a beach scene).
- Les Sauveteurs en Mer:** A yellow section featuring a video player with a play button and the title "la surveillance des plages et la sécurité". Below the video is a link: "Voir toutes les vidéos »".
- Concours:** A light green section with two tabs: "Photo" and "Video". The "Photo" tab is active, showing "La photo du trimestre" with a photo of a beach littered with trash. Below the photo is a button "Envoie ta photo" and a link "Conditions de participation »".
- Quiz:** A light green section with two quiz cards. The first is "Quiz futur sauveteur" with a button "faire ce quiz >". The second is "Quiz la mer et moi" with a button "faire ce quiz >".
- A la une:** A light green section featuring a video player with a play button and the text: "Découvrez le témoignage de Fabienne d'Ortoli, double championne du monde de kite-surf."
- Actus:** A dark blue section with three navigation buttons: "Le poisson lune ou...", "Nos conseils pour...", and "Requins : prédateurs et...".

[Panier solidaire pour Haïti –](#)

Frères des Hommes

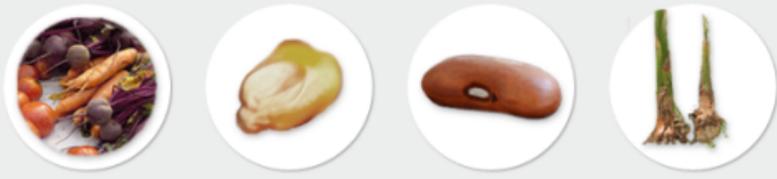
L'Association Frères des Hommes propose un dispositif ingénieux et ludique pour supporter une opération de collecte en faveur des paysans d'Haïti.

L'objectif est de distribuer 41 tonnes de semences pour Noël aux familles haïtiennes, afin de contrer la famine.

Plutôt que de choisir le montant de son don, l'internaute est invité à composer son panier directement, en cliquant sur les produits.

Chaque clic augmente le poids du produit sélectionné, les résultats en poids et le montant du don correspondant sont affichés.

Je compose mon panier de semences pour Haïti



Légumes
3,50 € les 100 g

Maïs
1,20 € le kg

Haricots
2,50 € le kg

Bananiers
0,40 € le drageon

Récapitulatif de ma commande

Semences	Qté	Prix
Légumes	300 g	10,50
Maïs	2 kg	2,40
Haricots	1 kg	2,50
Bananiers	9 dr.	3,60
TOTAL	5,55 kg	19,00 €

[Modifier le panier](#)

Je veux recevoir un reçu fiscal afin de déduire 66% de ma contribution

Frères des Hommes est
AGRÉÉ PAR

don en confiance

Afin de valider mon panier, j'indique :

mon prénom

et mon courriel

Un premier clic permet de valider la commande. il suffit

alors de sélectionner son mode de paiement (carte bancaire ou Paypal) pour passer au processus de paiement proprement dit.

Un dernier clic, et le paiement est validé.

Une page de remerciement rappelle la possibilité de partager l'opération avec ses contacts, via [Facebook](#), [Twitter](#), ou encore directement par mail.



PE
mission accomplie !

Merci pour votre générosité : vous venez d'aider des paysans Haïtiens en achetant des semences. Grâce à vous, ils vont pouvoir les planter et produire légumes, maïs, haricots et bananes pour leurs familles.

PE, vous pouvez encore faire un geste !
Vous avez compris l'urgence dans laquelle sont les haïtiens. Notre objectif est de réunir 41 tonnes de semences avant la fin de l'année. C'est possible si nous sommes très nombreux à relever ce défi.

[Le temps presse, partagez sans attendre la page « Semences pour Haïti » avec vos amis !](#)

Merci pour votre aide, on compte sur vous !

Et maintenant, je partage !   

Cette incitation à partager est répétée dans le mail de remerciement qui est envoyé.

L'accent a été mis avec succès sur l'ergonomie et la simplicité de ce dispositif qui permet de contribuer à l'action de Frères des Hommes en « 2 saisies 3 clics » (e-version du 2 temps 3 mouvements !)

De ce point de vue, seules les informations indispensables (prénom et mail) sont demandées (la [page de don en ligne de l'Association](#) est d'ailleurs également assez réussie de ce point de vue).

Quelques minutes après avoir validé votre paiement, et si vous avez coché la case de demande d'un reçu fiscal, vous recevrez un mail vous invitant à remplir un formulaire en ligne vous permettant de compléter l'ensemble des informations

nécessaires !

Formulaire de demande de reçu fiscal

Si vous êtes imposable, vous pouvez bénéficier d'une réduction de 66% du montant de votre soutien, dans la limite de 20% de votre revenu net imposable.

Merci de remplir le formulaire pour préparer votre reçu fiscal.

Nom	<input type="text"/>
Prénom	<input type="text" value="PE"/>
Email	<input type="text" value="peg@gdm.fr"/>
Adresse	<input type="text"/>
Code postal	<input type="text"/>
Commune	<input type="text"/>
Pays	<input type="text" value="France"/>
<input type="checkbox"/> Je souhaite recevoir par mail les actualités de Frères des Hommes	

[Envoyer les informations pour recevoir mon reçu fiscal](#)

Vidéo interactive avec Michael Lonsdale, pour construire un monastère

Suivez la vidéo jusqu'au bout.

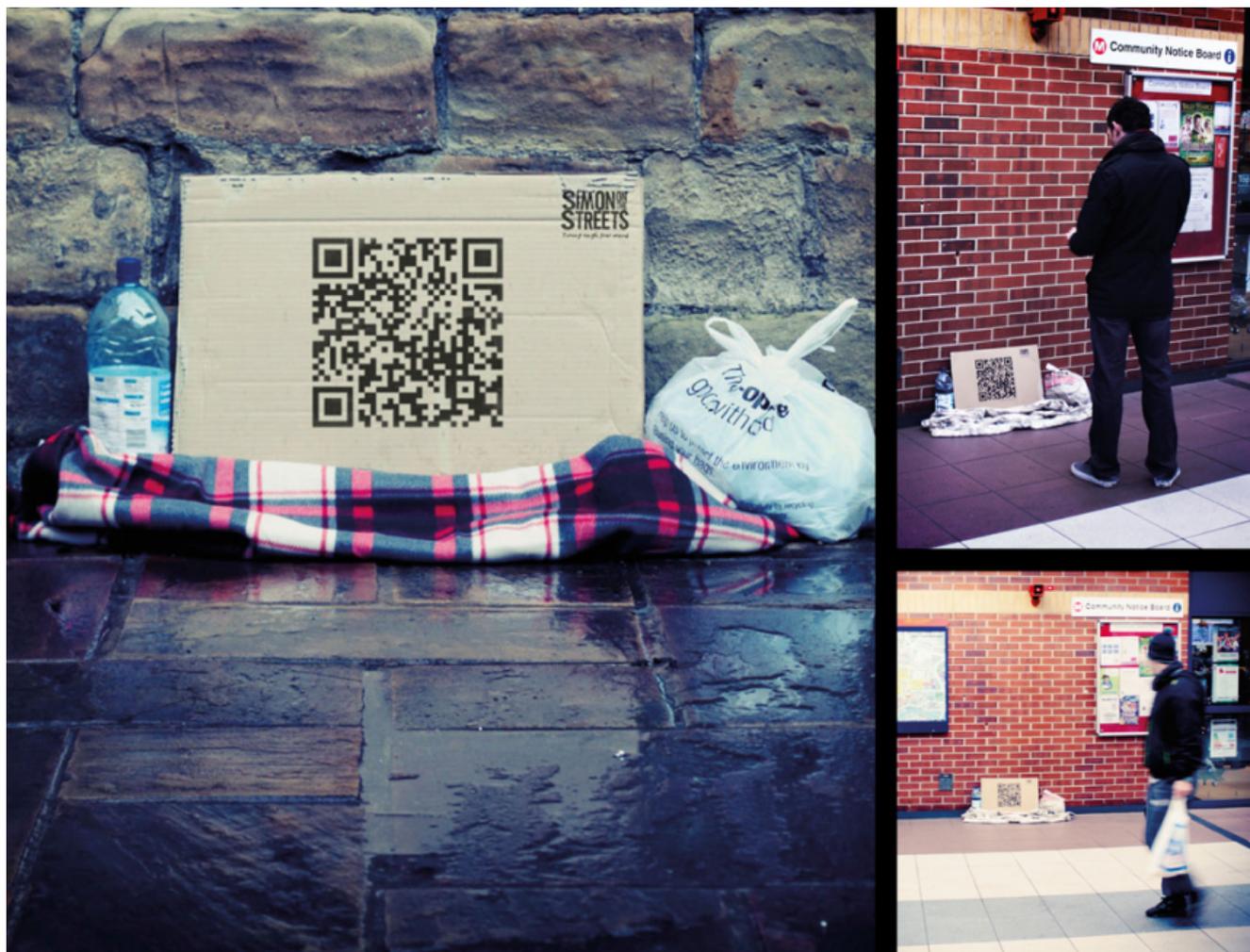
- Vous allez pouvoir saisir votre numéro de téléphone, et alors ...

[iframe <http://www.youtube.com/embed/-E2VI6zznro/> 840 600]

vous avez aimé le SDF sur Iphone, vous adorerez le QR code SDF ... ou pas

Le SDF tagamochi sur Iphone, c'était [ici](#) (appli iHobo développé pour l'association dePaul UK)

L'association Simon on the Street, qui agit auprès des SDF dans le Yorkshire, a mené (en décembre 2011) une opération de street marketing basée sur les QR Codes.



Cette opération a consisté à placer dans la rue des cartons sur lesquels était imprimé un QR code, environné d'objets associés en général aux SDF, tels qu'une couverture, des

bouteilles vides, des sacs de course.

Le passant pouvait alors flasher le QR code, et se trouvait dirigé vers une page de don en faveur de l'association.

Les résultats de l'opération restent en dessous des objectifs :



(sur les 1 700€ récoltés, 1 200 l'ont été via un don de l'agence en charge de l'opération, et seuls 21 dons en ligne ont été recensés).

Une toute autre façon d'aborder la question, par l'association [Life Vest Inside](#). Cette association oeuvre pour le développement des bonnes actions au quotidien. Le film Kindness Bommerang montre une succession d'actes concrets de bonté. Gentil.

[iframe <http://www.youtube.com/embed/nwAYpLVyeFU> 560 315]

De la créativité dans les QR codes

● Le QR Code (QR pour Quick Response) est une version améliorée du code barre.

- Il peut par exemple être lu par différentes applications sur mobile et renvoyer sur un site internet.
- Il peut également remplacer la ligne optique ou le code barre sur les coupons envoyés aux donateurs lors des opérations de fidélisation ou de recrutement. Il permet alors d'optimiser la phase de numérisation en récupérant différentes informations (code de la campagne, code donateur, grille de don, etc.).

Il reste malgré tout un outil technique et assez rébarbatif, qu'il est possible de rendre plus attrayant !

• Quelques idées :

Le logo dans le QR Code



Intégré à un dessin (vu sur minutebuzz.com)

HELP
JAPAN
NOW.

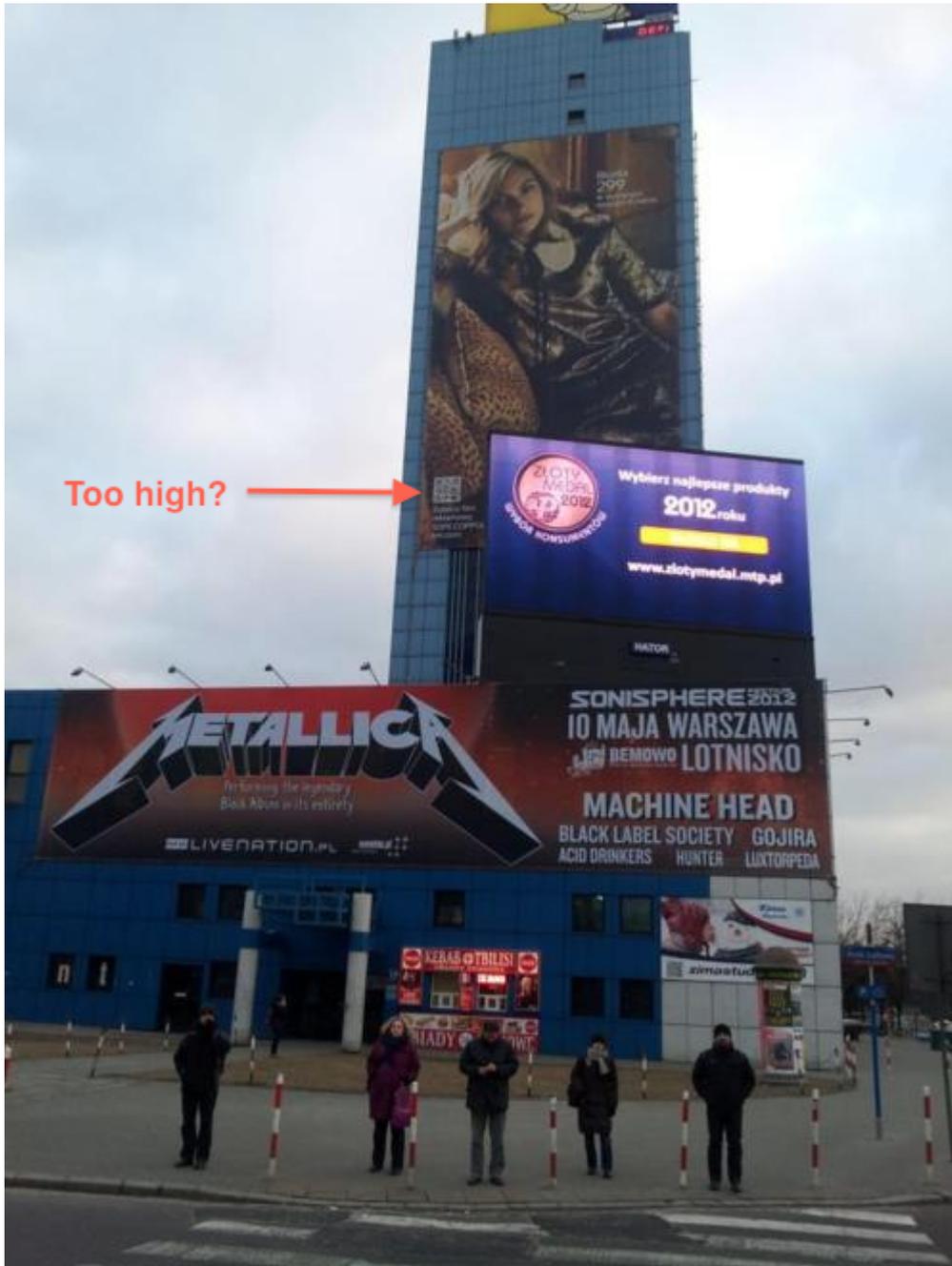


Sur une **pizza**, pour recruter des créatifs (vu sur mdelmas.net)



Attention à ne pas exagérer : quelques erreurs à ne pas commettre (vu sur beqrious.com)

Trop haut !



Sur une surface inadaptée (et un peu trop haut par ailleurs)
!



Dangereux !

[le calendrier de l'Avent 2012](#) [de l'association ASMAE – un](#) [mur de rêves](#)

- l'Association ASMAE Soeur Emmanuelle, qui agit pour l'enfance défavorisée, propose ici une très belle réalisation, sur le thème des rêves d'enfants.
- Le calendrier proprement dit propose un rêve par jour. Pour

Le 1er décembre, celui de Soeur Emmanuelle. Outre un texte, chaque rêve peut être illustré par une photo ou une vidéo. Des liens permettent de le partager sur Facebook, Twitter, Google plus, ou de l'envoyer par mail.

● Un autre dispositif permet de visualiser le mur des rêves déposés par les internautes. Chacun peut ainsi proposer son rêve, « liker » ou partager un rêve. La réalisation de l'une de ces actions permet d'augmenter le compteur de la collecte, via un partenariat avec [1001 repas](#). (10€ pour chaque rêve posté, 5€ pour chaque rêve partagé, 1€ pour chaque rêve liké).

[Le calendrier de l'Avent 2012 des petits frères des Pauvres](#)

Après celui des [Apprentis d'Auteuil](#), voilà pour 2012 le calendrier de l'Avent en ligne des petits frères des Pauvres.

Le parrain de l'opération, Stéphane Bern, en présente le principe.

Chaque jour, une personnalité (Anne Roumanov pour le 1er décembre) raconte un souvenir de Noël et incite l'internaute à s'investir auprès des personnes âgées.

Un partage sur Twitter, [Facebook](#), ou par mail, est possible directement depuis le bandeau bas. D'autres actions (donner, devenir bénévole) sont également proposées.

Les vidéos sont stockées sur le site de partage [VIMEO](#), pour démultiplier l'effet de viralité.