

# N°2 - RESPONSABLE GRANDS DONATEURS

MAJOR DONORS,  
RESPONSABLE DÉVELOPPEMENT GRANDS DONATEURS,  
RESPONSABLE PROSPECTION GRANDS DONATEURS,  
DÉLÉGUÉ GRANDS DONATEURS

**Le responsable Grands Donateurs a pour mission le développement et l'accompagnement de donateurs et de *prospects* (donateurs potentiels) aux possibilités de dons élevés, à travers une relation directe et personnalisée.**



Cadre confirmé : entre 45 à 80 K€

Les fourchettes de rémunération sont données à titre indicatif.

Le niveau pratiqué dépend du nombre d'années d'expérience, du niveau de responsabilité occupé (taille de l'équipe encadrée notamment), de la taille de l'organisation. Elle dépend également sensiblement du domaine de l'organisation (culture, enseignement supérieur, caritatif, environnement, santé) et de la politique salariale de chaque OSBL.

## Qui recrute ?

- Organisme sans but lucratif (OSBL) : toute structure d'intérêt général susceptible de recevoir des dons des particuliers ou d'entreprises (organismes de solidarité, établissements d'enseignement supérieur et de recherche, établissements culturels). Ces postes sont également en développement dans le secteur hospitalier et dans les collectivités territoriales du fait de la réduction des financements publics.

## Rattachement hiérarchique

- Directeur du développement (des ressources).
- Secrétariat général.
- Direction générale.

## Relations fonctionnelles

### En interne :

- Membres du conseil d'administration
- Direction de la communication (Directeur de la communication, Chargé de communication...)
- Direction des relations avec les entreprises
- Direction du marketing/marketing direct/du fonds annuel
- Services supports : ressources humaines, services

administratifs et financiers, contrôle de gestion...

- Services opérationnels de l'OSBL (Porteurs de projets, chercheurs...)

### En externe :

- Donateurs
- Eventuels prestataires (agences de conseil en *fundraising* (collecte de fonds), communication, d'événementiel, routeurs,...)

## LE POSTE

### Activités principales

#### Elaborer la stratégie globale et la stratégie d'approche grands donateurs

- Collaborer au côté du directeur de développement à l'élaboration de la stratégie de collecte globale à destination des grands donateurs.
- Participer à la définition des offres adaptées aux grands donateurs, au côté du responsable de développement des ressources : définition des objectifs et des plans d'actions adaptés.
- Mobiliser les appuis et ressources internes : constituer un comité de campagne (composé « d'ambassadeurs »), impliquer la gouvernance, mobiliser les acteurs de terrain et partenaires (porteurs de projets, responsables de programmes, chercheurs...) autour du projet.
- Définir les moyens à mettre en œuvre pour faciliter l'approche : faire appel à des « ambassadeurs » de l'organisation pour expliquer le rôle et le sens de l'action de la structure, planification d'événements...

#### Identifier et qualifier les grands donateurs

- Définir les cibles grands donateurs en fonction des affinités et proximités avec la cause.
- Qualifier le potentiel des grands donateurs en s'appuyant sur l'ensemble des données nécessaires : bases de données, ouvrages, web, articles...

#### Elaborer, réaliser et analyser les entretiens avec le donateur : du « sur mesure »

- Finaliser l'offre et la stratégie d'approche individuelle : choix des projets présentés, définition du moyen de prise de contact, des interlocuteurs de l'OSBL (sollicitation éventuelle de la direction...), des niveaux de dons proposés...
- Elaborer la trame de l'entretien (identification des points clés de l'échange) dans le but de présenter et convaincre au mieux sur la force de l'organisation, sa structure, son rôle et les causes défendues... avec des arguments adaptés au potentiel donateur.
- Analyser et synthétiser les informations résultant de l'entretien afin d'en extraire les points clés pour formuler les actions adaptées.
- Cultiver les relations sur la durée en planifiant et organisant des « rencontres » (communications, entretiens, événements...) jusqu'à la concrétisation du don.

### Accompagner et suivre la relation avec les donateurs

- Contrôler le respect des engagements et le traitement des dons.
- Gérer ou coordonner la partie administrative (enregistrement du don...) en lien avec la comptabilité.
- Répondre à toute demande concernant les actions de l'OSBL.
- Évaluer et chercher à renforcer la satisfaction du donateur.
- Assurer un suivi régulier des besoins exprimés en entretenant des relations directes et individuelles avec chacun des donateurs.
- Fidéliser les donateurs en effectuant un plan de reconnaissance qui va structurer la relation sur le long terme (communications, événements...).

### Activités éventuelles

Le responsable Grands Donateurs peut être amené à élaborer des outils de communication spécifiques à destination de grands donateurs.

Par ailleurs, sa mission prend parfois une dimension internationale (notamment pour les organisations de grande taille). La maîtrise de l'anglais est indispensable dans ce cas.

### Variabilité des activités

L'activité du responsable Grands Donateurs varie selon certains critères.

- **Le secteur d'activité :** dans l'Enseignement Supérieur, l'activité du responsable Grands Donateurs s'appuie sur le fichier des anciens diplômés de l'école ou de l'université. De plus, avoir soi-même fréquenté l'établissement en tant qu'étudiant est parfois un atout pour accéder au poste de responsables Grands Donateurs.
- **La taille de la structure.** Selon la taille de l'organisation et/ou du service de développement des ressources, l'activité du responsable Grands Donateurs est plus ou moins diversifiée. Dans une petite structure, le titulaire du poste devra prospecter, identifier et suivre lui-même la relation avec le donateur, alors que dans un organisme davantage structuré, le responsable Grands Donateurs sera accompagné d'un ou plusieurs chargés de recherche/prospect researcher qui mèneront la phase en amont de l'entretien (identification et qualification du donateur), la gestion des prises de rendez-vous et le suivi de l'accompagnement.

# GRANDS DONATEURS

- **La répartition des missions.** Selon les orientations stratégiques des organisations et les moyens accordés au département du développement des ressources, le responsable Grands Donateurs peut être également amené à gérer la relation avec des entreprises (en l'absence de responsable partenariat entreprise) et à prendre en charge le développement des legs.

## ■ LE PROFIL

### Diplômes requis

- Niveau Bac +5
- Les disciplines de formations sont variées et ouvertes. L'accès est notamment possible pour les diplômés de :
- Ecole de management
  - IEP/Sciences Po

### Durée d'expérience

Ce poste nécessite au minimum 5 à 7 années d'expérience, pas nécessairement dans le milieu non marchand. Une expérience dans le secteur marchand (comme en banque d'affaire par exemple) peut être un atout, tout comme une expérience dans un pays anglo-saxon.

### Compétences techniques

- Très bonne connaissance de son organisation, de ses actions et de son rôle afin d'être une force de proposition permanente et pertinente.
- Bonne connaissance et capacité d'analyses du monde économique, du milieu des grandes fortunes.
- Maîtrise des techniques marketing pour à la fois expliquer et valoriser le rôle et les causes défendues par l'organisation.
- Maîtrise des techniques de conduite de l'entretien face à face avec un interlocuteur de haut niveau, devant lequel il convient de dégager une maturité professionnelle et une aisance relationnelle certaine.
- Esprit d'analyse afin de traduire des propositions d'actions claires et structurées en cohérence avec le projet du donateur.
- Connaissance des techniques de recherche sur Internet, et notamment de l'utilisation des agrégateurs de presse (comme Factiva, Lexis, Nexis, Europress...).
- Connaissance des techniques de gestion des bases de données pour être autonome dans la qualification et le suivi des donateurs.

- Connaissance de l'anglais, en particulier lorsque l'OSBL prospecte des donateurs à l'international.
- Forte culture générale.

### Traits de personnalité

- Réactivité et disponibilité afin de répondre au mieux aux demandes des donateurs tout au long de la relation.
- Empathie et qualités d'écoute pour récolter les attentes du donateur ou *prospect* et comprendre ses attentes.
- Une sensibilité et un attrait pour les causes défendues.
- Force de persuasion pour convaincre l'interlocuteur de la nécessité de son engagement, de l'impact de son don.
- Leadership et forte capacité de conviction afin de fédérer autour du projet de l'organisation.
- Capacité d'adaptation dans les échanges avec des interlocuteurs variés et aux niveaux d'exigences élevés.
- Ténacité et persévérance pour suivre les dons dans des cycles parfois très longs.
- Rigueur dans le suivi des dossiers pour apporter des réponses adaptées et précises tout en respectant les délais.

## ■ LA MOBILITÉ ASCENDANTE OU TRANSVERSALE

### Postes précédents

- Chargé de mécénat/chargé des partenariats entreprises
- Responsable des partenariats entreprise/Responsable du mécénat
- Responsable de la communication/chargé de communication
- Responsable grands comptes/Ingénieur commercial dans le secteur marchand
- Directrice de clientèle, consultant chef de projet ou responsable de développement en agence spécialisée dans le *fundraising* (collecte de fonds)
- Une expérience dans le secteur bancaire, en banque d'affaire (ingénieur patrimonial, gestionnaire de fortune...)

### Évolutions professionnelles

- Responsable des partenariats entreprises/mécénat
- Responsable grands comptes dans le secteur marchand (bancaire par exemple)
- Délégué général de fondation
- Responsable des relations testateurs
- Directeur du développement (des ressources)
- Délégué général de Fondation familiale ou de Fondation d'entreprise

## Exemple d'offre

### ■ Responsable Développement Grands Donateurs H/F 48 K€ à 50 K€/an

Une grande Association Française recherche : UN(E) RESPONSABLE DEVELOPPEMENT GRANDS DONATEURS – Poste en CDI basé dans le 91.

Dans un contexte d'accélération des thérapeutiques et de mise en place d'essais sur l'Homme, il est indispensable de collecter le plus haut niveau de dons possibles autour de la cause portée par l'association : guérir les maladies neuromusculaires et aider les personnes atteintes par ces maladies et leurs familles.

Dans ce cadre, votre mission consistera à :

- Proposer et mettre en œuvre une stratégie de développement de grands donateurs.
- Développer, animer et fidéliser les grands donateurs au travers de relations individuelles et personnalisées.
- Mettre en place et coordonner la politique de reconnaissance.
- Développer les relations et un réseau avec les prescripteurs stratégiques (banques, assurance et professions libérales).
- Mettre en place un outil de type CRM pour suivre et enrichir la relation avec les grands donateurs et prescripteurs.
- Développer les fonds issus de la finance solidaire (fonds de partage, fonds éthique,...)

De formation supérieure de type Sciences-Po, Master communication, marketing ou équivalent, vous justifiez d'une expérience réussie de 10 ans minimum dans les métiers de la philanthropie ou du conseil dans la gestion de fortune ou de patrimoine. Vous avez le sens du challenge. Vous êtes résistant à l'échec. Vous êtes reconnu pour vos qualités relationnelles et votre sens d'organisation. Vous avez le goût du travail en équipe. Vous avez un bon niveau d'anglais. Vous avez acquis une expérience dans l'utilisation d'outils CRM. Déplacements à prévoir.

Source : APEC

## Exemple d'offre

### ■ Responsable développement Grands Donateurs Paris (75)

Sous l'autorité du directeur de la recherche de fonds et de la communication :

- Vous mettez en œuvre la stratégie de recherche de fonds de l'Association et de la Fondation en direction de leurs grands donateurs et de grands donateurs potentiels au travers d'Actions de communication auprès de ces publics, Relations publiques, Campagnes de collecte, Relations presse, Site Internet, Relations publiques et publicité auprès de prescripteurs (gestionnaires de patrimoine et de fortune, notaires, agents immobiliers)
- Vous mettez en œuvre la politique de relations avec les grands donateurs
- Vous réalisez ou coordonnez la réalisation de tous les outils de communication nécessaires.
- Vous animez et coordonnez l'action d'un groupe de bénévoles concourant à vos objectifs.

Formation supérieure en communication/marketing (au moins bac +3)

Connaissance des questions de communication associative

Expérience professionnelle de 3 à 5 ans dans le secteur associatif particulièrement en collecte de fonds  
Qualités relationnelles, maturité et aisance dans les rapports sociaux, très bonnes facultés rédactionnelles

Source : AFF

## ■ TÉMOIGNAGES

### ■ Delphine Colson

#### Directrice de développement Grands Donateurs – Fondation HEC

**« Nous sommes sur des métiers qui s'ouvrent à des personnes ayant acquis une expertise dans d'autres milieux. (...) Cela peut être un atout d'avoir connu l'environnement du secteur marchand ».**

Sortie de l'école HEC en 1994, Delphine Colson a commencé par créer sa société de conseil aux entreprises dans la communication en mécénat de marketing sportif. Elle est ensuite partie aux Etats-Unis pour occuper un poste d'organisation d'événements de levée de fonds à New York. Depuis 2009, elle occupe le poste de directeur de développement Grands Donateurs au sein de la fondation HEC.

Ses missions s'orchestrent autour de la relation avec le donateur. La première étape consiste à identifier les anciens élèves susceptibles de donner. « On a l'annuaire des anciens, et également la presse pour mener une veille. Nous nous appuyons également sur le réseau des ambassadeurs pour faciliter la mise en relation ». Delphine Colson définit ensuite une stratégie d'approche, qui détermine à la fois les personnes à contacter et le contenu de l'accroche. Une fois le premier rendez-vous effectué (durant lequel le projet est présenté), son rôle consiste à accompagner le donateur dans sa démarche et sa contribution. Le don se fait rarement dès le premier entretien. « Il peut y avoir 5-6 étapes, mais en règle générale, dans le fundraising, il faut en compter 7. Il faut plusieurs rendez-vous pour que la personne accepte de donner à l'organisation le montant visé : ça se fait rarement du 1<sup>er</sup> coup. Il faut les suivre et les informer, les inviter à participer à certains événements. ». Souvent, Delphine Colson est amenée à présenter les différents projets de la fondation, l'équipe en charge du dossier, les ambassadeurs, de manière à gagner la confiance de l'interlocuteur et lui donner envie d'adhérer à la cause. Enfin, lorsque le don est effectif, elle doit veiller à ce que le donateur soit reconnu et s'assurer de sa satisfaction à l'égard des actions mises en œuvre avec son argent.

De son point de vue, aimer le contact humain est primordial pour réussir dans ce métier. Le poste de responsable Grands Donateurs relève davantage des techniques commerciales que des techniques marketing car « Nous sommes souvent en représentation avec des personnes de haut niveau, ce qui nécessite d'avoir le sens de la répartie, d'être tenace, de savoir argumenter et convaincre, d'avoir du discernement pour proportionner l'information en fonction de l'interlocuteur et ainsi adapter son discours. ». Chaque grand donateur doit être

considéré comme unique. Et pour convaincre chacun, l'entretien se prépare. Il est indispensable de travailler en amont l'accroche qui va orienter le contenu de l'entretien avec un prospect. Une préparation sur-mesure, adaptée au niveau de don potentiel, peut s'avérer déterminante. « Il faut savoir préparer en amont les rendez-vous, savoir se fixer les objectifs, faire des recherches sur la personne pour trouver la meilleure accroche et susciter son intérêt. ». Enfin, la rigueur est également nécessaire, chaque détail pouvant s'avérer important dans l'accompagnement d'un grand donateur.

Delphine Colson estime que le métier de responsable Grands Donateurs est un métier d'avenir qui offrira des opportunités d'évolutions intéressantes, dans un contexte où les organismes se structurent progressivement. Selon elle, l'accompagnement personnalisé de grands donateurs prendra de plus en plus d'importance dans le secteur. « Les métiers s'ouvrent à des personnes ayant acquis une expertise dans d'autres milieux. C'est un secteur qui recrute et qui manque de profils adaptés et cela peut être un atout d'avoir connu l'environnement du secteur marchand. ».

### ■ Caroline Pottier

#### Délégué relations Grands Donateurs – Institut Pasteur

**« Nous travaillons main dans la main avec le donateur. On fait du sur-mesure. »**

Diplômée d'une formation DUT techniques de commercialisation, Caroline Pottier est entrée à l'Institut Pasteur en 1989 pour s'occuper dans un premier temps de la collecte de fonds auprès des entreprises. En 1999, elle a initié la mise en place d'un poste dédié aux grands donateurs, suite à sa participation à un congrès sur la philanthropie à Montréal, dans un pays où la collecte de fonds auprès de cette cible apparaissait comme plus structurée, mais aussi en réaction aux besoins croissants identifiés. Les missions relevant du responsable Grands Donateurs se sont développées naturellement à partir des demandes explicites ou implicites des grands donateurs, « avec un fort soutien de l'Institut, de ses directions, et parfois en réactivité aux événements. Je n'ai pas suivi de formation spécifique grands donateurs ».

Si la finalité de son poste consiste à collecter des fonds, son objectif vise d'abord à montrer au grand donateur qu'il est un partenaire à part entière des chercheurs, en lui donnant notamment de la transparence sur les actions financées grâce à sa contribution. « On travaille main dans la main avec le donateur. Le donateur est fier d'aller voir le laboratoire de recherche qui fonctionne grâce à ses dons, et de constater

# RESPONSABLE GRANDS DONATEURS

*les progrès réalisés* ». L'objectif est donc de donner de la visibilité au donateur sur le retour à la suite de son don et de lui faire savoir qu'il dispose d'une relation privilégiée avec un interlocuteur dédié et identifié. La mission de Caroline Pottier : renforcer le lien entre le donateur et l'Institut Pasteur et être à l'écoute de ses attentes. Elle facilite la mise en relation et occupe le rôle d'intermédiaire entre les deux acteurs principaux que sont le chercheur de l'Institut et le donateur. « *Nous sommes des intermédiaires entre le chercheur et le donateur. Nous déployons des outils pour distinguer le grand donateur et valoriser son statut* ».

Lors des entretiens avec les donateurs, elle s'applique à instaurer une relation de confiance avec ces derniers. « *Notre capital, c'est le donateur. On fait du "sur-mesure" et la notion de qualité est extrêmement importante dans notre métier.* ». Dans cette optique et parce que « *c'est essentiel pour l'image de l'Institut Pasteur* », tout est mis en place pour développer la proximité avec le grand donateur, on s'attache notamment tout particulièrement à être à son écoute et nous nous assurons que toutes les questions posées reçoivent bien des réponses. La rigueur est une qualité indispensable pour que l'acte du don et la relation qui en découle se déroule au mieux. « *Il faut de la rigueur dans le suivi et le contenu des réponses qu'on apporte aux questions des donateurs.* ».

Ainsi, la capacité à convaincre doit nécessairement s'accompagner d'une maturité professionnelle et d'un sens avéré du

discernement pour comprendre la demande du donateur. « *Il faut avoir de l'empathie car les gens s'appuient souvent sur leur vie pour expliquer leur choix, il faut avoir une sensibilité et une ouverture à l'autre pour distinguer ce qui est dit, mais également ce qui ne l'est pas* ».

Enfin, au niveau des perspectives d'avenir du poste, Caroline Pottier se montre optimiste. « *Il y a une telle concurrence autour de la collecte, a fortiori sur le créneau grands donateurs que les associations sont obligées de se doter d'un responsable dédié pour répondre aux attentes de cette cible* ». Pour postuler à ce type de poste, elle estime que cela requiert des connaissances techniques : marketing direct et gestion de la base de données et surtout certaines qualités telles une bonne culture générale, (notamment une bonne culture économique pour être à même d'échanger avec des interlocuteurs avertis), bien connaître les leviers fiscaux, avoir un bon relationnel, une grande capacité d'adaptation aux différents publics que l'on côtoie, un excellent rédactionnel, et enfin, une bonne connaissance des règles du savoir vivre et des codes sociaux à respecter pour être bien en phase avec le grand donateur. Elle conseille d'être ouvert, d'apprendre de ses expériences et de savoir se remettre en question. Enfin, un dernier conseil. « *Dans le secteur de la collecte, on n'a pas toujours les moyens d'une entreprise marchande, on a des tâches transversales qui ne sont pas toujours dans notre fiche de poste et on doit alors savoir s'adapter.* ».