



6 bons moyens de développer vos adhésions

La plupart des associations n'ont pas de véritable politique de conquête et de fidélisation de leurs adhérents. Il s'agit notamment des associations qui « vendent » à des usagers une prestation de service. L'encaissement du prix étant la principale recette, les adhésions deviennent secondaires et on finit par se désintéresser de la chose.

L'on doit pouvoir développer une large base

d'adhérents en utilisant des stratégies à mettre en œuvre pour développer les adhésions.

CREER UNE BASE DE DONNEES DES ADHERENTS

Pour prendre soin de ses adhérents, l'association doit adopter les techniques et les outils (mais pas l'esprit, nous sommes bien d'accord) du marketing direct. Il s'agit de se donner les moyens techniques de communiquer en toutes circonstances avec les adhérents. L'entretien d'une base de données permettant de distinguer les adhérents selon leur statut (tel qu'il est décrit dans les statuts) est indispensable. De nombreuses solutions existent : fonction du logiciel comptable, petits programmes dédiés, logiciels libres (Galette par exemple, que nous apprécions énormément sur ce blog ou CitizenAdhésions, développé par mes amis de CitizenPlace).

RESERVER DES SERVICES EXCLUSIFS AUX ADHERENTS

Lorsque l'association s'adresse à un public indéterminé, elle doit réserver des avantages particuliers aux personnes qui font la démarche de la soutenir par leur adhésion. Lettre d'information, réduction sur les tarifs, manifestations spéciales, espace réservé sur le site internet, tout cela confortera le sentiment de vos adhérents qu'ils appartiennent à un club fermé et les renforcera dans leur fidélité.

PREVOIR UNE COTISATION SPECIFIQUE POUR LES

« ANCIENS »

Les bénévoles apprécient souvent de rester lié à l'association même lorsqu'ils n'y sont plus engagés, notamment si cela leur permet de continuer à rester informé des activités de l'association ou des questions relatives à son objet. Cela suppose que la cotisation soit modeste ou qu'une cotisation particulière soit prévue pour les « anciens ». L'incitation à rester en lien avec l'association est également plus forte lorsque l'association diffuse régulièrement un bulletin ou une lettre d'information.

ANIMER LA COMMUNAUTE DES ADHERENTS



Cela peut se faire en réservant des avantages exclusifs aux adhérents. Mais d'une manière plus générale, il faudra installer une distinction entre les personnes qui se contentent de profiter des services de l'association et celles qui la soutiennent par leur adhésion ou leur engagement bénévole. L'assemblée générale annuelle est le lieu privilégié pour initier cette animation mais on peut imaginer toutes sortes de regroupements plus ou moins informels, en leur donnant éventuellement un caractère plus festif qu'opérationnel.

DISTINGUER LA COTISATION D'ADHESION DU PRIX DES

SERVICES RENDUS AUX USAGERS

Nous avons développé cet aspect dans un billet consacré aux exigences de l'article 200 du CGI. En clarifiant ce qui relève de l'échange marchand et ce qui relève du don, l'association installe une plus grande transparence et surtout se plie aux exigences fiscales qui interdisent que le prix de services rendus donne lieu à la délivrance d'un reçu fiscal.

APPLIQUER (SI POSSIBLE) L'AVANTAGE FISCAL DE L'ARTICLE 200 DI CGI

Les adhérents, surtout ceux qui sont imposables, seront toujours sensibles à la prise en charge par l'Etat d'une partie (significative) de leur effort financier. Après avantage fiscal, une adhésion de 20 euros ne « coûte » au membre que 6,70 euros. Avant de délivrer des reçus fiscaux, assurez-vous toutefois que votre association, par son fonctionnement et ses activités, est bien habilitée à le faire.

