



Commencez par énumérer les objectifs généraux de votre entreprise, puis alignez les objectifs de votre campagne sur eux. Les objectifs de votre campagne doivent soutenir la mission de votre entreprise et énoncer un résultat clair qui profite à votre entreprise, à votre communauté et/ou à votre culture d'entreprise dans son ensemble.

CONSEIL DE PRO

COMMENT CRÉER UN OBJECTIF SOLIDE :

Votre objectif sera l'un des points d'ancrage les plus visibles de votre campagne, alors faites-en un facteur de motivation. Votre objectif doit être suffisamment ambitieux et significatif pour inciter les gens à travailler dur. Si c'est trop réalisable, vous aurez l'impression d'être une journée de travail comme les autres et il sera difficile de motiver votre équipe.

- Fixez-vous des objectifs réalisables et mesurables, mais ambitieux
- Alignez vos objectifs de campagne avec vos objectifs commerciaux
- Faire connaître les objectifs afin que les employés sachent ce qu'ils visent

SUJETS D'OBJECTIFS SUGGÉRÉS :

- Heures bénévoles pendant votre campagne
- Nombre de bénévoles
- Nombre d'organisations soutenues
- % de participation parmi les groupes clés
- L'impact de votre temps de bénévolat



Comment allez-vous mesurer l'impact de votre campagne ?

Comment saurez-vous si votre campagne a réussi ? À quoi cela ressemblera-t-il ? Créez une liste de mesures que vous utiliserez pour évaluer si votre campagne a réussi ou non. Celles-ci peuvent être quantitatives et axées sur des chiffres concrets ou qualitatives et axées sur des histoires racontées, ou vous pouvez choisir de mesurer une combinaison des deux.



Saviez-vous?

En tant qu'administrateur de Do Some Good, vous avez accès au [tableau de bord](#) de votre entreprise, qui vous permet d'accéder aux indicateurs clés sur le bénévolat de vos employés.