

Une fois votre campagne terminée, il est temps de vous remercier. Dire merci à vos champions et à vos employés contribue à accroître l'engagement, le moral et la motivation des employés.

Dire merci aux organismes de bienfaisance avec lesquels vous avez travaillé aide à renforcer les relations et à continuer à établir votre lien avec la communauté.

La reconnaissance est un élément important d'une campagne réussie. Gardez à l'esprit que les gens aiment être reconnus de différentes manières.

Voici les 4 types de reconnaissance (tels que décrits par Bénévoles Canada) :

Hourra du cœur

- Préférez un remerciement personnalisé pour leurs efforts bénévoles. Il est important pour eux d'entendre parler de l'impact de leur bénévolat sur les autres.

Goodies et cadeaux

- Ils aiment vraiment recevoir des marques tangibles d'appréciation pour leurs efforts bénévoles, comme une tasse, un t-shirt ou un chèque-cadeau.

Se rencontrer et se mêler

- Qu'il s'agisse d'une sortie informelle ou d'une rencontre formelle, une invitation à socialiser et à réseauter est leur moyen préféré d'être reconnu comme bénévole.

Applaudissements formels

- Ils sont si fiers de leurs réalisations bénévoles qu'ils veulent que le monde les connaisse. Ils affichent fièrement leurs certificats, plaques et autres distinctions et sont heureux lorsque leurs réalisations sont partagées publiquement.

Vos champions devraient recevoir un remerciement spécial de la part du PDG. Pensez à leur présenter un certificat d'appréciation ou une photo encadrée prise lors d'un événement de campagne.

Donner une reconnaissance publique à une division ou à un département qui atteint son objectif est tout aussi important. Une plaque qui peut être accrochée dans un espace public, comme une zone de réception ou une cafétéria, est particulièrement intéressante. Certaines entreprises utilisent un « trophée itinérant », permettant une compétition amicale entre les divisions.



Saviez-vous?

Do Some Good peut être utilisé pour reconnaître vos employés en @ les mentionnant dans des histoires et en collectant des histoires d'employés à l'aide de [nos modèles prêts à l'emploi](#). Vous pouvez également mentionner les organisations avec lesquelles vous travaillez dans vos histoires, ajouter des relations avec elles et [recevoir des témoignages](#) de leur part.