

**Termes de référence**

**Campagnes Télémarketing (upgrade et réactivation) 2025**

**Prestation de services externe**

**Date de diffusion des TDR : 16/09/2025**

**Date et heure GMT limite de réception des offres : 02/10/2025**

Le dossier de réponse doit comprendre :

1. Une offre technique composéed’une note de compréhension des Termes des Références (TdR) et d’une explication de la démarche méthodologique proposée pour l’organisation des campagnes de télémarketing.

2. Une offre financière détaillée, en euros TTC.

3. L’Annexe - Déclaration d’intégrité, d'éligibilité et d'engagement environnemental et social complétée et signée.

Les offres doivent être adressées avant le 02/10/2025 18 heures GMT aux adresses mails : [tvbogaert@coalitionplus.org](mailto:tvbogaert@coalitionplus.org) (Thomas Van Bogaert, Responsable Collecte) ainsi qu’à l’adresse [skhodja@coalitionplus.org](mailto:skhodja@coalitionplus.org) (Sawsen Khodja, Directrice Communication et Collecte), avec en objet du mail : Offre Campagnes Télémarketing.

Pour toute information complémentaire, vous pouvez envoyer un courriel à ces deux adresses, avant le 25/09/2025.

**PRÉSENTATION**

Union internationale d’ONG communautaires de lutte contre le sida et les hépatites virales fondée en 2008, Coalition PLUS intervient aujourd’hui dans près de 40 pays et auprès d’une centaine d’organisations de la société civile. Suivant le principe de gouvernance partagée qui la régit, l’union implique 16 organisations adhérentes, du Nord et du Sud, dans la prise de décision stratégique. A travers les différents programmes de son Secrétariat et ses 6 plateformes sous-régionales d’interventions, elle a pour objectif de renforcer les capacités des associations communautaires, tout en organisant des espaces privilégiés de partage de connaissances et d’expertise.

La démarche communautaire guide l’action des associations membres depuis leur création, nourrit le positionnement politique et irrigue le fonctionnement de Coalition PLUS à tous les niveaux. Ainsi, Coalition PLUS milite pour que les personnes infectées, affectées ou particulièrement vulnérables au VIH et au VHC soient systématiquement associées aux processus de décision, ainsi qu’à la conception et à la mise en œuvre opérationnelle des programmes de santé qui les concernent. Placer ces personnes au cœur de la lutte, reconnaître leur expertise communautaire à sa juste valeur, c’est non seulement pouvoir compter sur leur responsabilisation accrue, mais également gagner en légitimité, tout en accroissant l’efficience des actions engagées.

**CONTEXTE**

Depuis 2013, Coalition PLUS recrute des donateurs.rices réguliers.ères en streetmarketing (prélèvements SEPA en France/Belgique et équivalent en Suisse).

Dans un contexte où la **fidélisation, l’augmentation des dons et le réengagement** des donateurs.rices sont essentiels à la pérennité de ses ressources, Coalition PLUS lance le présent appel d’offres afin de sélectionner un prestataire capable de :

* **Renforcer la fidélité** des donateurs.rices actifs par des appels de remerciement et de valorisation.
* Proposer aux donateurs.rices réguliers de **revaloriser le montant de leurs dons mensuels**.
* **Réactiver** les anciens donateurs.rices.

**LA PRESTATION**

**OBJECTIFS GLOBAUX**

La fidélisation constitue un principe transversal qui doit guider l’ensemble des campagnes de télémarketing, qu’il s’agisse des upgrades ou des réactivations. Chaque appel doit être l’occasion de renforcer la relation entre Coalition PLUS et ses donateurs.rices : les téléacteurs devront remercier systématiquement les personnes contactées, valoriser leur engagement passé ou actuel, et mettre en avant l’impact concret de leur soutien. Ces éléments de reconnaissance et de transparence sont essentiels pour accroître la confiance, améliorer la satisfaction et prolonger la durée de vie des donateurs.rices dans nos bases.

**CAMPAGNE D’UPGRADE**

La campagne d’upgrade a pour objectif d’augmenter le montant du don mensuel versé par les donateurs.rices actifs en France, en Belgique et en Suisse. Les téléacteurs devront, avant toute chose, remercier chaque donateur.ice pour sa fidélité et rappeler que son engagement contribue directement à la lutte mondiale contre le VIH et les hépatites à travers les projets de Coalition PLUS.

L’entretien téléphonique doit ensuite mettre en valeur les défis actuels auxquels l’association fait face, par exemple les coupes budgétaires internationales, les besoins croissants en matière de prévention ou encore l’accès inégal aux traitements. Les thématiques précises à aborder seront définies en amont de la campagne, en concertation entre Coalition PLUS et le prestataire, afin de garantir la cohérence et l’actualité du message. L’objectif reste d’expliquer de manière transparente pourquoi un renforcement du soutien financier est essentiel.

L’approche attendue ne doit pas se limiter à une simple demande d’augmentation. Elle doit proposer au donateur un montant clair et réaliste, adapté aux standards du marché et aux moyens réels de la personne. Dans le cas où le donateur refuserait d’augmenter son don mensuel, une alternative devra systématiquement être présentée, sous la forme d’un don ponctuel supplémentaire. Les téléacteurs auront également pour mission de vérifier et de corriger, le cas échéant, les informations de contact (adresse postale, email, numéro de téléphone), afin de maintenir une base de données fiable et à jour. Une description de la stratégie d’upgrade est attendue dans la réponse à l’appel d’offres.

**CAMPAGNE DE RÉACTIVATIONS**

La campagne de réactivation vise à renouer le lien avec les anciens donateurs.rices français.es et belges dont le soutien mensuel a été interrompu. L’objectif n’est pas seulement de relancer un prélèvement, mais de les convaincre à nouveau du bien-fondé de l’action de Coalition PLUS et de leur démontrer à quel point leur engagement est précieux. Les téléacteurs.ices devront reconnaître et valoriser le soutien qu’ils.elles ont déjà apporté par le passé, rappeler l’importance de leur contribution et mettre en avant l’impact concret des actions menées grâce à la générosité des donateurs.rices. Ils.Elles devront enfin expliquer avec clarté et transparence pourquoi le renouvellement de leur engagement est essentiel aujourd’hui.

Cette approche implique de savoir écouter les motifs qui ont pu conduire à l’arrêt du don, afin d’apporter une réponse adaptée et respectueuse. L’appel devra aboutir à une proposition claire de reprise du prélèvement mensuel, avec des montants définis, tout en veillant à rassurer les donateurs.rices sur la transparence de l’utilisation des fonds et l’impact concret de leur générosité. Comme pour les campagnes d’upgrade, la vérification et la mise à jour des coordonnées constituent une étape essentielle, de même que le recueil d’informations utiles pour comprendre et analyser les freins à la réactivation.

**SPECIFICITES GENERALES**

Coalition PLUS s’engage à participer activement à la formation des téléacteurs. Cette formation pourra être organisée à distance ou en présentiel si elle a lieu en Europe. Elle portera à la fois sur la connaissance de l’association, de ses missions et de ses valeurs, et sur les éléments spécifiques de la campagne. L’objectif est de garantir que les téléacteurs soient en mesure de tenir un discours fidèle à l’identité de Coalition PLUS, respectueux et motivant pour les donateurs.rices. Des réunions de suivi seront organisées en cours de campagne afin d’ajuster le discours si nécessaire et de partager les bonnes pratiques observées.

Avant le lancement de chaque campagne, Coalition PLUS fournira au prestataire un fichier Excel d’intégration type, décliné par pays (France, Belgique, Suisse). Le format et le dessin d’enregistrement de ces fichiers auront été définis conjointement avec le prestataire afin d’assurer une parfaite compatibilité avec le CRM de Coalition PLUS.

Le prestataire sera responsable de proposer un script d’appel détaillé pour chaque type de campagne (upgrade, réactivation), en intégrant les principes de fidélisation rappelés dans les objectifs globaux. Ces scripts devront permettre une personnalisation du discours en fonction du profil du donateur, tout en respectant un cadre cohérent et validé par Coalition PLUS. Ils pourront être révisés en cours de campagne pour répondre aux besoins spécifiques identifiés. Coalition PLUS s’engage à mettre à disposition l’ensemble des informations actualisées sur ses programmes et ses résultats, afin de nourrir la rédaction et l’ajustement des scripts.

Compte tenu de la diversité géographique des donateurs.rices, le prestataire devra veiller à adapter les formulations employées en fonction des contextes linguistiques et culturels. Une attention particulière devra être portée aux nombres et aux devises, ainsi qu’aux références aux systèmes d’avantages fiscaux propres à chaque pays. Le respect de ces spécificités est essentiel pour garantir un discours crédible et rassurant.

Enfin, Coalition PLUS souhaite que le prestataire dispose d’une capacité d’enrichissement téléphonique, a minima pour les numéros français, et si possible pour les numéros suisses et belges. Cet enrichissement permettra d’améliorer la joignabilité des donateurs.rices et d’optimiser les volumes traités.

**VOLUMES À TRAITER ET RÉSULTATS ATTENDUS**

Les volumes seront arrêtés le jour de l’envoi des fichiers Excel mais ces volumes devraient être les suivants :

Upgrade :

* +/- 7300 lignes de donateurs.rices français
* +/- 1300 lignes de donateurs.rices belges
* +/- 1500 lignes de donateurs.rices suisses

Réactivations :

* +/- 3200 lignes de donateurs.rices français
* +/- 1000 lignes de donateurs.rices belges

Coalition PLUS attend du prestataire les résultats suivants :

Upgrade :

* Un taux de fiches traitées de 75% minimum du nombre global de fiches livrées
* Un taux de contact utile de minimum 50%
* Un taux de succès sur contact utile de 30%
* Une survalorisation moyenne d’au minimum 4,00 EUR

Réactivations :

* Un taux de fiches traitées de 75% minimum du nombre global de fiches livrées
* Un taux de contact utile de minimum 50%
* Un taux de succès sur contact utile de 10%
* Un don moyen de réactivation d’au minimum 10 EUR

Il est attendu du prestataire d’amender l’approche méthodologique qui suit pour atteindre les taux demandés.

**APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE**

La langue de travail est le français, l’ensemble des scripts et supports devant être conçus et validés en conséquence.

Le prestataire devra proposer une organisation méthodologique claire, garantissant la fluidité des campagnes et la qualité de l’expérience donateur.ice. Chaque appel devra répondre à un double objectif : l’atteinte des résultats fixés (upgrade, réactivation) et le renforcement de la relation avec le donateur (fidélisation). Ces deux dimensions devront être intégrées dans le discours et la posture des téléacteurs.ices.

Une réunion hebdomadaire visioconférence sera organisée pour assurer le suivi et l’analyse quantitative et qualitative de la campagne sur base des données des résultats de la semaine précédent. Ces réunions ont pour objectif

* d’analyser les résultats intermédiaires et d’ajuster la stratégie rapidement.
* statuer sur l’exclusion éventuelle de certains profils de donateurs.rices.
* modifier ou réorienter certaines thématiques de campagne.
* renforcer des axes de discours qui auraient montré leur efficacité.

Il est attendu du prestataire d’assurer un monitoring rapproché des résultats de la campagne et d’être force de proposition pour améliorer en continu la performance des campagnes et la satisfaction des donateurs.rices.

Le prestataire s’engage à fournir chaque semaine et au plus tard le mercredi, un fichier actualisé, reprenant l’ensemble des mandats SEPA effectivement upgradés ou réactivés de la semaine précédente. En parallèle, un fichier retour global devra être transmis à la fin des campagnes. Ce document devra inclure, pour chaque donateur.ice contacté.e, les résultats de l’appel, les qualifications attribuées, ainsi que le statut du don avant et après la campagne. L’objectif est de garantir une intégration fluide et fiable dans le CRM de Coalition PLUS.

Un reporting hebdomadaire détaillé sera également transmis, reprenant les indicateurs quantitatifs et qualitatifs précisés dans la section “Livrables”. Le prestataire devra en outre être capable d’expliquer les écarts éventuels par rapport aux objectifs attendus et de proposer des mesures correctives.

Dans les 48 heures suivant chaque appel ayant donné lieu à une confirmation d’upgrade ou de réactivation, le prestataire devra envoyer au donateur une confirmation par email uniquement. Coalition PLUS fournira les modèles d’emails à utiliser. Cette étape vise à renforcer la confiance du donateur et à assurer la traçabilité de l’engagement pris.

Enfin, afin d’optimiser les taux de contact, le prestataire devra organiser une diversification des horaires et des jours d’appel, en s’assurant que les appels couvrent des créneaux variés, y compris en soirée et le week-end lorsque cela s’avère pertinent. Cette flexibilité sera essentielle pour augmenter la joignabilité des donateurs.rices.

**ENGAGEMENTS ÉTHIQUES**

Le prestataire prend acte du fait que ses employés téléacteurs représenteront directement l’association Coalition PLUS auprès de ses donateurs.rices durant toute la campagne. À ce titre, ils devront adopter en toutes circonstances une posture professionnelle exemplaire et refléter les valeurs de respect, de transparence et de solidarité portées par l’organisation.

Le prestataire s’engage à garantir le bon déroulement de l’ensemble des appels, en veillant à l’absence stricte de transmission d’informations erronées, de propos trompeurs, de tentatives de culpabilisation, d’insistance excessive, d’agressivité ou de discrimination de la part des téléacteurs. Chaque échange devra se dérouler dans un esprit de respect, de bienveillance et de non-jugement, afin de préserver la relation de confiance qui unit Coalition PLUS à ses donateurs.rices.

Les employés affectés à la mission devront être en possession d’un contrat de travail en règle et conforme à la législation en vigueur, et ce pour toute la durée de la campagne. Le prestataire devra être en mesure de le démontrer à la demande de Coalition PLUS.

Une attention particulière devra être portée au respect des principes de diversité et d’inclusion. Le prestataire devra veiller à ce que ses équipes soient sensibilisées aux enjeux liés aux discriminations, au langage inclusif et au respect de toutes les identités, qu’elles soient de genre, d’orientation sexuelle, d’origine ou de situation sociale. Cette exigence vise à garantir que chaque donateur soit accueilli et reconnu dans sa singularité, sans jugement ni stigmatisation.

Afin d’assurer la conformité et la qualité des opérations, Coalition PLUS se réserve le droit de visiter à tout moment les locaux du prestataire, d’observer les conditions de travail des téléacteurs et de vérifier le respect des engagements pris dans le cadre du présent cahier des charges.

**PROTECTION DES DONNÉES**

Le prestataire s’engage à respecter strictement la législation en vigueur en matière de protection des données personnelles, notamment le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) et ses déclinaisons nationales.

Les données des donateurs.rices sont et resteront l’entière et exclusive propriété de Coalition PLUS qui agit en qualité de responsable du traitement. Elles ne pourront en aucun cas être copiées, reproduites, transférées ou utilisées à d’autres fins que celles prévues dans le cadre de la présente campagne. Leur accès devra être limité aux seuls employés.es du prestataire directement impliqués.es dans la mission, et ce exclusivement pour la durée de celle-ci.

Le prestataire devra prendre toutes les mesures techniques et organisationnelles nécessaires pour assurer la sécurité, la confidentialité et l’intégrité des données. Cela inclut, a minima, l’utilisation de postes de travail sécurisés, la mise en place de procédures internes de gestion des accès, et la prévention de tout risque de fuite ou d’usage non autorisé.

Une note de confidentialité détaillée, précisant les dispositifs mis en œuvre pour garantir la protection des données, devra être transmise par le prestataire dans les plus brefs délais suivant la transmission du cahier des charges.

Les fichiers envoyés ainsi que les fichiers retour devront être déposés sur un serveur sécurisé (de type SFTP) mis à disposition de Coalition PLUS. Aucun transfert via des canaux non sécurisés (email, messageries instantanées, supports physiques non protégés) ne sera toléré.

À l’issue de la campagne, le prestataire s’engage à procéder à la suppression définitive et sécurisée de toutes les données transmises par Coalition PLUS et de toute copie éventuellement générée dans le cadre de la mission. Cette suppression devra intervenir dans un délai maximum de trente (30) jours après la fin de la prestation. Un certificat de destruction ou une attestation écrite devra être fourni à Coalition PLUS afin de confirmer la bonne exécution de cette obligation.

Coalition PLUS se réserve le droit de vérifier à tout moment le respect de ces engagements, notamment par la demande de preuves de conformité, la réalisation d’audits de sécurité ou la visite des locaux du prestataire.

**CALENDRIER PRÉVISIONNEL**

Date de publication de l’offre :  **16/09/2025**

Date de soumission des offres :  **02/10/2025**

Communication de la décision de Coalition PLUS : mi-octobre 2025

Réunion de lancement de la collaboration : octobre - novembre 2025

Durée attendue de la prestation : novembre - décembre 2025

**LIVRABLES**

Le prestataire s’engage à envoyer de manière hebdomadaire les rapports des appels effectués durant la semaine. Ces *reportings* reprendront :

* Le nombre d’accord
* Le nombre de refus
* Le nombre de contacts utiles et le détail
* Le nombre de contacts en échec et le détail
* Le nombre de fiches traitées
* Le taux d’accords sur contacts utiles
* Le taux de fiches traitées par rapport aux fiches en production
* Le taux d’argumentation par rapport aux fiches traitées
* Le nombre moyen de contacts argumentés à l’heure
* Le montant de l’upgrade ou de la réactivation moyen
* Le montant du PA initial
* Le montant du PA upgradé / réactivé
* Le taux de survalorisation dans le cadre de l’upgrade
* Le taux de mauvais destinataires par rapport au nombre de fiches traitées
* Toute autre information qui pourra s’avérer utile

**OFFRE TECHNIQUE ET FINANCIÈRE**

Le dossier de réponse doit comprendre :

1. Une offre technique composéed’une note de compréhension des Termes des Références (TdR) et d’une explication de la démarche méthodologique proposée pour l’organisation des campagnes de télémarketing.

2. Une offre financière détaillée, en euros TTC.

3. L’Annexe - Déclaration d’intégrité, d'éligibilité et d'engagement environnemental et social dûment complétée et signée.

Les offres doivent être adressées avant le 02/10/2025 18 heures GMT aux adresses mails : [tvbogaert@coalitionplus.org](mailto:tvbogaert@coalitionplus.org) (Thomas Van Bogaert, Responsable Collecte) ainsi qu’à l’adresse [skhodja@coalitionplus.org](mailto:skhodja@coalitionplus.org) (Sawsen Khodja, Directrice Communication et Collecte) , avec en objet du mail : Offre Campagnes Télémarketing

Pour toute information complémentaire, vous pouvez envoyer un courriel à ces deux adresses, avant le 25/09/2025.