



NFPmarketing.org

Augmentons l'efficacité du secteur NFP !

32

NFPmarketing.org fait la promotion du marketing comme garantie de succès.

Il y a une petite moitié de siècle, on se pencha aux USA sur la question de savoir si le marketing pouvait s'appliquer aux organisations not for profit, il est vrai que l'on y trouve sans difficulté aucune toutes les autres fonctions de l'entreprise comme par exemple la production, les départements des ressources humaines ou des achats. Qu'une organisation ait un but lucratif ou pas, tenir compte des desiderata et besoins de ses « clients » est une condition sine qua non au travail efficace et forcément, mieux atteindre les buts fixés par l'organisation. Le marketing est-il autre chose que cela ? Souvent même, des organisations NFP font du marketing, mais sans vraiment s'en rendre compte. Comment peut-on améliorer une chose sans savoir vraiment ce que l'on fait ? C'est le point de départ d'Eric Feront, Consultant en Marketing pour plusieurs firmes (NOP London et Strateq La Haye). En 1996 il fonde une asbl qui sous le nom NFPmarketing.org fait la promotion des techniques de marketing. Cela valait bien au moins un entretien.



Le secteur not for profit consacre de plus en plus d'attention au marketing mais ce n'est pas encore une habitude, loin de là. Il y a un nombre de résistances, tenaces, contre l'application des techniques de marketing. Marketing est assimilé, à tort, à des méthodes agressives de vente et à la manipulation des gens, qui ne pourraient offrir que peu d'opposition à l'attrance des produits et des services dont ils n'auraient absolument pas besoin. Par des lettres personnalisées, en utilisant des banques de données, le marketing s'impose

dans la vie privée. Justement le genre de situation que les associations sans but lucratif combattent. Le marketing est aussi vu comme un gaspillage en temps et moyens, financiers ou autre, convaincues que les associations sont qu'un personnel bien éduqué ajouté à une reconnaissance de qualité suffit à survivre. Le marketing pourrait être synonyme de guerre pour le client. Inesthétique tout cela. C'est un petit aperçu des préjugés de ce que le marketing serait et pourrait apporter à une association n'ayant rien de commun avec les gains. Eric Feront, président de NFPmarketing.org, pense bien entendu tout autrement. Eric Feront: « Je pars du principe logique qu'une association a vu le jour pour atteindre un but. Cela peut mieux se faire si l'on a tenu compte des besoins et désirs de ce que l'on appellera pour la facilité des clients. Le marketing ne veut pas forcément dire plus de clients, mais bien mieux pour leur bien. Et pour connaître ce qu'ils désirent, il faut faire des recherches et des études de marché »

Peu d'argent

L'asbl NFPmarketing.org a vu le jour quand Feront menait pour le compte d'une organisation non gouvernementale très connue une étude de marché chèrement payée. En réfléchissant, il se demanda comment une petite organisation (ONG ou ASBL) devait faire une étude de marché en n'ayant que de très petits moyens financiers ? Feront: « Cela me surprenait de voir que de très grandes ONG, souvent internationalement connues et organisées, employaient des techniques de marketing, mais les petites comme des clubs de sport, des compagnies de théâtre, des domaines naturels ou

des associations locales d'aide aux tiers ou au quart monde, peu importe, ces associations n'ont aucune idée des possibilités existantes. Pourtant, c'est aussi important pour elles de ne pas faire du sur place mais bien de toujours grandir et répondre de mieux en mieux au pourquoi elles existent ». Feront pensait qu'il serait bon de construire une plate-forme pour les professionnels du marketing dans le secteur NFP. «NFPmarketing.org est leur place de rencontre par excellence. Encourager et promouvoir la véritable notion du marketing dans tous les segments du secteur NFP, de la culture au sport, en passant par les ONG et les ASBL, petites ou grandes, c'est un des buts de NFPmarketing.org, tout en continuant après les premiers pas dans le marketing, par un éventail de services, de produits et d'activités » Les quatre premiers séminaires se sont entre temps passés on ne peut mieux. Professionnalisme et interactivité garantissent toujours une efficacité maximum. « Des orateurs prestigieux ont par la même occasion prouvé que le marketing est important pour le secteur NFP. Un des aspects le plus important est la collaboration entre les secteurs marchand et NFP. Nous pensons que le mur entre eux doit être abattu, mais que le secteur NFP ne prends que trop rarement l'initiative. En abattant des deux côtés, cela va plus vite, non? » demande Feront. NFPmarketing.org est soutenue en logistique par Xylos.

Le futur ? Continuer à se professionnaliser.

NFPmarketing.org veut se développer en tant que forum professionnel pour la pratique du marketing dans le secteur NFP et rester un stimu-



Eric Feront, président de NFPmarketing.org:
« Encourager le marketing et le promouvoir dans tous les segments du secteur NFP, de la culture aux associations sportives, des ONG à la plus petite ASBL, c'est un des buts de NFPmarketing.org, par un éventail de services, de produits et d'activités »

lant constant pour la connaissance du marketing. Feront: « Nous pensons qu'il y a une place pour une formation de marketing spécifique au secteur NFP. Avant de commencer quoi que ce soit, nous faisons une petite étude via www.NFPmarketing.org afin de nous voir confirmer ce que certains de nos membres veulent. En juin, le cinquième séminaire aura lieu avec pour thème « Importance du Marketing et de la Communication dans le secteur NFP » On peut dès maintenant participer à l'étude, consulter le programme du séminaire et s'y inscrire » Tout cela en ligne. Même s'il n'est pas terminé, le site nous a aussi surpris par sa sobriété. Tout comme l'organisation NFPmarketing.org elle-même.

Info: www.nfpmarketing.org
of info@nfpmarketing.org
NFPmarketing.org

L'AMA (American Marketing Association) définit le marketing comme suit :

« Les activités économiques qui sont conçues pour l'encouragement et la direction de biens et services du producteur à l'utilisateur. Ces activités comprennent toutes les décisions et actions de l'acheteur et du vendeur (consommateurs ou entreprises, donc les organisations NFP) dans un marché ou dans des situations dans lesquelles il y a un échange. La courroie de transmission pour cet échange est la réalisation des objectifs de l'organisation par la satisfaction des besoins du client »

Info

E-newsletters & magazines

- **Alter Business News**
Nouvelle version de see newsletter
newsletter.alterbusiness@alter.be
- **Ethical corporation**
monthly email newsletter offering practical advice on implementing and integrating responsible corporate policies and the business case for doing so.
Free - english - www.ethicalcorp.com
- **Link newsletter (NL)**
Link inc is een jong consultancy bureau dat zich specialiseert in educatie en communicatie projecten rond, onder andere, csr. Meer info over hun projecten op www.link.be
info@linkinc.be
- **Fair trade centre newsletter**
Samuel.pooos@minth.be
- **UNICEE newsletter:**
news@unicee.be
- **The Prince of Wales International Business Leaders Forum (IBLF), CSR News update**
A regular news bulletin that brings breaking news and emerging trends on socially responsible business practice straight to your desktop. The content is brought to you by csrforum.org, a portal website promoting socially responsible business practices, managed by the IBLF.
1. CSR analysis
2. Breaking CSR news
3. CSR related events
4. IBLF upcoming activities
5. IBLF recent activities
<http://inotes.icfconsulting.com/CSR/CSRWebAssist.nsf/content/c1e2.html?OpenDocument>
- **Empresa y sociedad**
Our Spanish national partner organisation has a bi-lingual newsletter for more information, please contact Marion Stoler at: mstoler@empresaysociedad.org
www.empresaysociedad.org/
English and Spanish