



Préparer une campagne de crowdfunding [CHECKLIST]

CÔTÉ TECHNIQUE

- Choisir la plateforme de crowdfunding idéale selon votre type de projet
- Choisir les dates de lancement et de fin de campagne (la durée de la campagne ne devant pas dépasser les 40 jours afin d'éviter son essoufflement)
- Déterminer la somme dont vous avez besoin et y ajouter le coût des contreparties ainsi que la commission de la plateforme
- Juger si la somme demandée est réaliste selon la taille de votre communauté actuelle

CONTENU DE LA CAMPAGNE

- Ecrire le texte de la campagne en montrant votre enthousiasme et en vous rappelant que « une image vaut 1000 mots » et que « 1000 mots, c'est trop »
- Préparer les visuels (titres, explications de votre concept, etc)
- Insérer une photo sympa des porteurs de projet dans la campagne
- Ajouter un lien vers les réseaux sociaux de votre projet à la fin de la campagne
- Prévoir un paragraphe que vous publierez si vous dépassez la somme demandée (remerciements + nouvel objectif)
- Préparer en avance le contenu des « news » sur la plateforme de crowdfunding (il s'agit d'actualités disponibles seulement pour vos soutiens et ceux qui suivent votre projet)
- Faire relire votre campagne par une personne qui ne connaît pas votre projet (afin de vérifier que votre présentation est compréhensible et attractive)
- Faire relire votre texte par quelqu'un d'impitoyable avec l'orthographe

CONTREPARTIES

- Définir les paliers de financement (minimum 4)
- Trouver des contreparties originales
- Comparer les tarifs des contreparties sur différents sites en faisant des tests (contrepartie + gravure de logo + frais de port) et tenir un fichier Excel des résultats
- Estimer les dates d'arrivée de vos contreparties et les indiquer dans votre campagne
- Rendre certaines contreparties exclusives afin de les rendre encore plus attirantes

AVANT LE LANCEMENT DE LA CAMPAGNE

- Etablir un planning de communication (dates et actions à mener)
- Préparer un communiqué de presse annonçant le lancement de votre campagne

- Ajouter un kit presse complet sur le site (communiqué de presse, dossier de presse, logos, visuels, photo des fondateurs)
- Préparer des visuels pour les publications sur vos réseaux sociaux (lorsque vous atteignez des paliers ou souhaitez rebooster votre campagne)
- Investir dans d'autres projets sur la plateforme de financement participatif choisie

LORS DU LANCEMENT DE LA CAMPAGNE

- Envoyer un e-mail à votre 1^{er} cercle (amis, famille, partenaires de votre projet, etc)
- Envoyer un e-mail à vos early adopters et à vos ambassadeurs
- Envoyer un e-mail aux blogueurs qui ont déjà parlé de votre projet
- Faire une signature d'e-mail spécifique le temps de la campagne avec un lien vers celle-ci
- Changer la description de vos réseaux sociaux avec un lien vers votre campagne
- Changer les photos de profil de vos réseaux sociaux pour une image précisant que vous êtes en pleine campagne de crowdfunding
- Poster sur vos réseaux sociaux personnels
- Mettre un bandeau d'information sur votre site web

PENDANT LA CAMPAGNE (*actions à mener lorsque vous aurez atteint 30% de la somme demandée → il s'agit du seuil de crédibilité de votre projet*)

- Envoyer une newsletter à votre communauté existante
- Commencer à communiquer sur les réseaux sociaux
- Annoncer le lancement de votre campagne avec différents tweets et différents hashtags
- Ne pas hésiter à mentionner sur Twitter la plateforme sur laquelle vous faites votre campagne afin qu'elle vous retweete régulièrement
- Tenter des tweets insolites à des grands comptes Twitter (on ne sait jamais!)
- Faire un article sur votre blog en expliquant pourquoi vous avez lancé cette campagne + relayer cet article sur vos réseaux sociaux
- Faire la promotion des contreparties sur vos réseaux sociaux
- Poster dans des groupes Facebook relatifs à votre produit/service
- Contacter les journaux papier susceptibles de relayer la campagne (journaux locaux inclus)
- Contacter les blogs susceptibles de relayer votre campagne
- Remercier individuellement chaque contributeur et les inviter à vous rejoindre sur les réseaux sociaux si ce n'est pas déjà fait (via leur e-mail ou la messagerie de la plateforme de crowdfunding)

APRÈS LA CAMPAGNE

- Annoncer la réussite de votre campagne sur vos réseaux sociaux
- Annoncer la réussite de votre campagne par e-mail aux personnes qui l'ont relayée (blogueurs, journalistes, utilisateurs, etc)
- Remercier tous vos soutiens et leur préciser quand arriveront leurs contreparties
- Continuer à publier des news régulièrement sur la plateforme de crowdfunding
- Commander les contreparties et les envoyer