

5 CONSEILS

pour réussir ta campagne
de **crowdfunding**



1

**Bâtir ta communauté
en amont**



Bâtir ta **communauté** en amont

- **Sensibiliser** : parler au maximum du projet autour de toi et si possible parler de la campagne de crowdfunding à venir
- **Créer** des réseaux sociaux dédiés au projet (page Facebook, compte Instagram, Tiktok, Twitter...) en amont.
- **Identifier** qui peuvent être tes potentiels contributeurs et créer une base de contacts (fichier Excel avec toutes les adresses mail). Créer une landing page pour collecter les contacts.



2

Raconter une
histoire forte



Raconter une **histoire** forte

- **Créer une vidéo** dynamique de 1-2 minutes racontant votre histoire, la problématique et votre proposition de valeur.
(ne pas oublier call to action à la fin)
- Les contributeurs soutiennent un **projet**, une **histoire**, des **valeurs**, pas seulement un produit.



Raconter une **histoire** forte

- **Créer une vidéo** dynamique de 1-2 minutes racontant votre histoire, la problématique et votre proposition de valeur.
(ne pas oublier call to action à la fin)
- Les contributeurs soutiennent un **projet**, une **histoire**, des **valeurs**, pas seulement un produit.



3

**Avoir une stratégie
de communication,
partenariats,
relations presse**



Stratégie de **com**, **partenariats**, **presse**

- **Communication** : prévoir en amont tes posts, actualités, dates clés. Étape primordiale pour gagner du temps et anticiper le milieu de campagne, souvent moins dynamique.
- **Partenariat** : prévoir des news croisées avec d'autres marques en campagne ou des jeux-concours sur vos réseaux sociaux.
- **Presse** : rédiger en amont un communiqué de presse et contacter les médias une fois votre campagne lancée.
(ne pas négliger les journaux locaux)



4

Bien fixer son
objectif de collecte



Bien fixer son **objectif** de collecte

- Fixer un objectif sur le **minimum vital** plutôt que sur la somme idéale. (Le budget peut être dépassé).
- Le but va être d'atteindre cet objectif **le plus rapidement possible**, dès les premiers jours.
- Pourquoi ? Un objectif atteint rapidement représente une forte **preuve sociale**, aussi bien pour les visiteurs que pour les médias.



5

**Bien fixer la durée
de sa collecte**



Bien fixer **la durée** de sa collecte

Privilégier une durée courte, entre 30 et 45 jours :

- plus de **dynamisme** de la part des porteurs de projets
- plus **d'engagement** des contributeurs
- le **sentiment d'urgence** incite à contribuer



Lancer sa campagne **en début de mois** car plus de pouvoir d'achat.



Bonus : le tracking

- Mettre en place dès le début de votre campagne le **pixel facebook**. Celui-ci vous permet par la suite de lancer des publicités.
- Intégrer dès le début de votre campagne le lien de votre **google analytics**. Vous allez pouvoir analyser le nombre de visiteurs, taux de conversion etc.
- Les liens **UTM** vont vous permettre de suivre la provenance de vos contributions et donc par exemple de savoir si un média à bien fonctionné ou non.



Tu as des **questions** ?

On échange en commentaire ou message privé



6 outils

indispensables pour le
design de ta boîte

