



Réussir sa campagne de crowdfunding :

Les étapes clés

1 - Comprendre comment
ça marche

Le crowdfunding?



> Faire appel à un grand nombre de personnes pour faire **financer son projet**

> Objectifs

- Collecter / prélever de façon simple et performante
- Tester le marché
- Gagner en visibilité
- Agrandir sa communauté

Les points clés d'une **campagne**

Un projet

Créatif, innovant, entrepreneurial, solidaire et **capable de fédérer une communauté**

The screenshot shows a crowdfunding campaign for 'CAPS ME', a reusable coffee capsule recharger. The page features a main image of the product with labels for 'La "capsulette"', 'Capsules', and 'Opercules'. A progress bar indicates that 1892 contributors (100% of the goal) have reached the target of 1000. A 'CONTRIBUER AU PROJET' button is visible, along with 'SUIVRE' and 'PARTAGER' options. Below the main image, there is a 'À propos du projet' section with a video thumbnail and a 'Contreparties' section listing various reward tiers, such as 'MERCI pour ces 1 000%' and 'Pack : Je suis CAPS'.

Objectif & durée

Un objectif **réaliste (Principe du tout ou rien)**

Une durée de collecte **optimale**

Une histoire

Une **description claire** et détaillée
Susciter l'adhésion au projet,
donner envie aux contributeurs
grâce à un **story telling**

Des contreparties

Un **plan de contreparties attractif**
(contreparties symboliques,
matérielles ou expérientielles)

Les **3 cercles** de financement



- *1^{er} cercle* : famille, amis et contacts proches **[20-30% de l'objectif]**
- *2^{ème} cercle* : amis d'amis, communauté
- *3^{ème} cercle* : inconnu, grand public, media

2- Bâtir sa
communauté

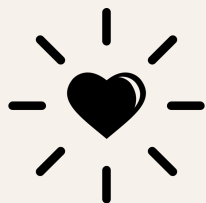
Bâtir sa **communauté** en amont

Une communauté ne naît pas spontanément, elle se bâtit en amont de la collecte

- Parler au maximum du projet autour de soi et si possible parler de la campagne de crowdfunding à venir >> **Préparer le terrain**
- Identifier qui peuvent être vos potentiels contributeur.rice.s et vous créer une **base de contacts** (fichier Excel avec toutes les adresses mail)
- Créer des **réseaux sociaux** dédiés au projet (page Facebook, compte Instagram, Twitter...) en amont.. Bien sélectionner ses réseaux sociaux.
Faire grossir sa communauté en ligne avant le lancement

3_ Storytelling et implication

L'importance du **Storytelling**



Une **belle histoire** à raconter



Une **implication forte** du porteur.se de projet tout au long de la campagne

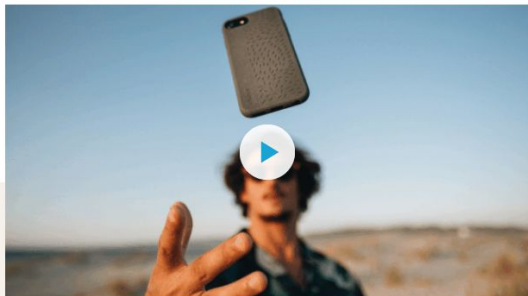
4- Déterminer son objectif
et imaginer des paliers
de dépassement

Définir son objectif

Préventes

EKOÏA - La Coque Infinie

La première coque consignée et recyclable à l'infini : Made in France & Zéro déchet & Biosourcée 🌱



713
713 % préventes sur un objectif de 100

584 contributeurs **12** jours restants

CONTRIBUER AU PROJET
À partir de 1 €

Paiement sécurisé et sans engagement ▼

SUIVRE ❤️

PARTAGER ↗️

Un projet de Soutenu par Lyon Autres projets

EKOÏA

AGENCIEMENT #ActForImpact by BNP Paribas

Objectif financier

Au levain du Jour

Le nouveau fournil sur Orléans, pain bio et au levain naturel - ouverture janvier 2021



2 215 €
73 % sur un objectif de 3 000 €

31 contributeurs **41** jours restants

CONTRIBUER AU PROJET
À partir de 1 €

Paiement sécurisé et sans engagement ▼

SUIVRE ❤️

PARTAGER ↗️

Un projet de Soutenu par Orléans Artisanat & Cuisine

aulevaindujour

BGE

Mesurer la **faisabilité** de son objectif

1- Partez sur le minimum vital plutôt que sur la somme idéale. Le budget peut être dépassé (moyenne 140%)
PRINCIPE DU TOUT OU RIEN

2- Faites des estimations! La contribution moyenne est de 50€. Calculez le nombre de contributeurs nécessaires

3- Impliquer votre 1er cercle = 20 à 30% de l'objectif.

4- Ne pas miser uniquement sur les RS.
Taux de conversion des fans Facebook entre 1 et 10%.

5- Prenez tout en compte. Pensez au **coût des contreparties**, aux frais de livraison, à la **commission Ulule** de 8% TTC, aux **taxes** en fonction du statut.

*Quelques chiffres**

Moyenne des collectes:
4.500€

Nb de soutiens moyen:
90 personnes

Contribution moyenne : **50€**

5- Définir la durée
de sa collecte

Définir **la durée** de sa campagne

Collecte < 3.000€ = 30 jours

Collecte > 3.000€ = 30 à 45 jours

DURÉE COURTE

- Dynamisme du porteur.se de projet et des contributeur.ices
- Engagement des contributeur.ices
- Augmente l'effet "boule de neige"

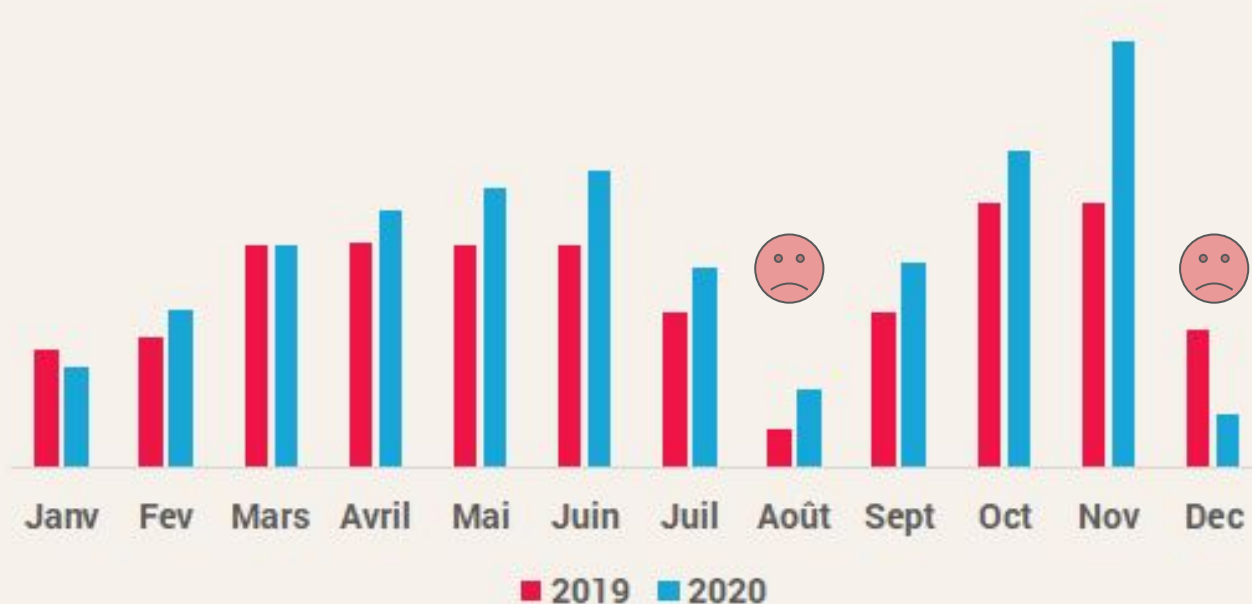


*Dynamique collecte =
courbe en U*

DURÉE LONGUE

- Essoufflement du porteur.se de projet
- Augmente l'effet de "procrastination" des contributeurs

Meilleurs **mois** pour collecter



6- Des contreparties
généreuses

Définir un plan de **contreparties**

- En lien avec le projet, **originales, créatives et exclusives**
- **Proportionnelles** à la hauteur du soutien
- **4 contreparties minimum** (sauf si objectif prévente = 1 contrepartie possible)
- Possibilité d'ajouter des **variations et de limiter la quantité** des contreparties
- Contreparties **à la une** et **contrepartie cachée**
- De **1€ à l'infini**

Quelques chiffres

25€

Contrepartie médiane

50€

Contribution moyenne

10 - 25 - 50 - 100€

Paliers pour élaboration
collecte

20 - 30 - 50 - 100€

Paliers collectant le plus de
fonds

7- Animer sa
collecte

Comment préparer sa campagne de crowdfunding pour maximiser sa réussite

Les **moments clés** d'une campagne



Une communication
adaptée à chaque cercle,
étape par étape !

8 - Aller plus loin

Nos **guides** pratiques



ulule



Nos chouettes
conseils pour
créer votre page



ulule



Nos chouettes conseils
pour animer votre
campagne

Ressources utiles

- Article forum : tous nos conseils pour la préparation de votre communication, la création de votre page (contreparties, images, contenu...) et l'animation de votre campagne (News, réseaux sociaux...) : goo.gl/gld4Am
- L'aide en ligne Ulule pour tout savoir sur le fonctionnement de la plateforme : goo.gl/dwNdLI
- Les 10 conseils pour communiquer sur les réseaux sociaux : goo.gl/yln3WW
- Les [conseils de notre vidéaste](#) pour réaliser une bonne vidéo de campagne
- Le blog d'Ulule : goo.gl/aKdQbZ
- Les statistiques en temps réel d'Ulule : <http://fr.ulule.com/stats/>
- Tout sur le traitement fiscal et comptable des fonds collectés : goo.gl/NP6ppY
- Nos chouettes conseils pour [créer](#) et [animer](#) sa page en vidéos
- [Guide](#) pour faire des publicités Facebook, Instagram et Google pendant sa campagne



Make Good
Things Happen

www.ulule.com