Crowdfunding, mode d'emploi

Le Livre Blanc
KissKissBankBank

Kiss Kiss Bank Bank

I.

II.

III.

Sommaire

Édito 5

I. Origines & principes du crowdfunding 7

A. Le pouvoir de la foule hier
B. Le pouvoir de la foule aujourd'hui
C. Le crowdfunding, c'est quoi ?

II. Pourquoi KissKissBankBank ? 11

A. Nos valeurs
B. L'équipe
C. Les projets

III. Les clefs de succès d'une collecte 15

A. Tout d'abord
1. Qui peut faire une collecte ?
2. Quand faire une collecte ?
3. Pourquoi faire une collecte ?
4. La règle du jeu

B. Se lancer
1. Préparer sa collecte
2. Qui pourrait contibuer à ma collecte ?
3. Comment déterminer la durée de ma collecte ?
4. À quoi servira ma collecte ?

C. Créer sa page projet
1. Comment présenter son projet ?
2. Comment définir ses contreparties ?

D. Communiquer
1. Qui contacter à quel moment ?
2. Comment les contacter ?
3. Avec quel contenu ?

Conclusion 33

Le pouvoir de la foule

Si en 2009 on a créé KissKissBankBank, c'est pour permettre aux particuliers de financer des projets artistiques, innovants et solidaires, sans intermédiaires. Depuis, le modèle a explosé ! L'intelligence collective fait ses preuves. Cette nouvelle économie, de personne à personne nous permet de repenser l'organisation de notre société. Notre société tend à devenir plus directe, plus ouverte, moins hiérarchisée et moins cloisonnée. Et dans cet élan, le crowdfunding nous permet de reprendre le pouvoir sur notre argent et libérer notre créativité.

En 8 ans, plus de 30 000 projets ont collecté près de 80 millions d'euros. Leur source ? 1 million de KissBankers passionnés. Ces micro-mécènes ont financé des courts-métrages, albums de musiques, restaurants, marques de vêtements, magazines indépendants, livres, spectacles, initiatives solidaires…

Dans ce guide, nous vous expliquons ce qu'est le crowdfunding, la manière dont il fonctionne et comment il peut vous aider à financer tous vos projets. Nous partageons également avec vous nos meilleurs conseils et clés de réussite pour que vos futures campagnes soient un succès !

Adrien Aumont, Ombline le Lasseur et Vincent Ricordeau,
Fondateurs de KissKissBankBank

I. Origines & principes du *crowdfunding*

I. Origines & principes du *crowdfunding*

Le *crowdfunding* (financement participatif en français), c'est le financement par la foule

A. Le pouvoir de la foule : hier

Le ***crowdfunding***, c'est le financement par la foule : il vous permet de financer tous vos projets auprès de vos communautés et du grand public, en ligne.

Le saviez-vous ?

En réalité, les premières campagnes de crowdfunding ont été menées avant la naissance d'Internet. Nous avons toujours financé les projets des uns et des autres, pour créer des choses qui nous ressemblent.

Pour preuve, deux exemples historiques :

1. La Statue de la Liberté (1886) ne tiendrait pas debout sans le financement par la foule

Quand la France l'a offerte au gouvernement américain, la Statue n'avait pas encore de socle. Impossible donc de l'installer au large de New York, au grand désespoir de Joseph Pulitzer, alors magnat de la presse.
Comme le gouvernement américain refuse de financer le piédestal, c'est lui-même qui fait campagne en diffusant un appel aux dons via son journal, à travers tout le territoire américain. Il promet de publier les noms de tous les contributeurs, quelque soit le montant de leur don.

Résultat : un socle est construit grâce aux 101 091 $ collectés par Pulitzer auprès de 160 000 Américains (dont 75% de dons de moins de 1 $!) et la Statue est érigée en 1886.

2. Le film *Shadows* de John Cassavetes (1959), réalisé suite à l'appel aux dons lancé par ce dernier à la radio :

« Si vous voulez voir un film qui vous ressemble, envoyez un dollar à cette adresse ! »

Et hop, en quelques jours, le réalisateur reçoit 2 000 $ par la poste ! Cassavetes peut tourner son film dans les rues de New York, indépendamment des studios de production, laissant libre cours à sa créativité.

B. Le pouvoir de la foule : et aujourd'hui ?

Ce qui est nouveau, grâce à Internet, c'est que nous n'avons plus besoin de s'appeler John Cassavetes ou Joseph Pulitzer pour financer ses projets auprès des autres : on peut simplement aller sur KissKissBankBank.com !
Mais, KissKissBankBank n'est pas une baguette magique qui vous transformera en le Cassavetes ou le Pulitzer du crowdfunding.
KissKissBankBank est un outil accessible et facile d'usage, qu'il faut cependant apprendre à utiliser.*
Vous trouverez ici nos bons conseils pour devenir incollable en crowdfunding et surtout, financer votre projet avec succès.

C. Le crowfunding c'est quoi ?

Le principe du crowdfunding - ou financement participatif en français - est simple. Un créateur, porteur d'un projet, fait appel à la générosité d'un réseau composé de gens connus (sa famille, ses proches, ses contacts) et d'inconnus (internautes, contacts de contacts) pour donner vie à son projet.

Le crowdfunding est un outil en ligne qui vous permet de collecter des fonds auprès de votre communauté et du grand public, pour financer tous vos projets.

Grâce aux réseaux sociaux, vous pouvez collecter des fonds à travers le monde. Vous commencez une campagne seul et vous la finissez avec des dizaines, des centaines, des milliers, voire des millions de contributeurs. KissKissBankBank vous propose de financer vos projets en collectant des dons. En échange de ces dons, vous pouvez offrir des contreparties (matérielles ou immatérielles). Par exemple, un groupe de musique, qui veut financer l'enregistrement de son nouvel album, peut le proposer à ses contributeurs au format digital contre un don de 10 €. Une association qui collecte des dons pour financer la construction d'un lieu collaboratif, elle, ne distribuera pas forcément de contreparties ou choisira plutôt de créer des contreparties symboliques.

* Vous ne serez jamais seul devant votre écran, puisque les coachs KissKissBankBank vous accompagnent, avant, pendant et après votre campagne, pour vous donner toutes les clés de réussite en crowdfunding.

Fondé en septembre 2009, KissKissBankBank & Co est le 1er groupe de crowdfunding en Europe avec ses deux plateformes complémentaires :

- KissKissBankBank,
pionnier du don contre don dédié à la création, l'innovation et la solidarité.
- LENDOPOLIS,
qui permet aux petites et moyennes entreprises d'obtenir des crédits professionnels directement auprès des particuliers.

C'est le seul acteur à proposer ses services sur deux segments du financement participatif, proposant ainsi une solution adaptée à une multitude de projets personnels et professionnels.

KissKiss BankBank

Porteurs de projets :
particuliers, associations, entreprises, collectivités...
Contributeurs :
Idem

LENDOPOLIS

Porteurs de projets :
TPE & PME de 2 ans de plus, franchises, collectivités...
Contributeurs :
particuliers, entreprises, institutionnels, fonds de placement (+ cas spécifiques pour des collectivités aux projets EnR/LTE)

Equity

Porteurs de projets :
entreprises
Contributeurs :
particuliers, fonds de placement

II. Pourquoi KissKissBankBank ?

II. Pourquoi KissKissBankBank

L'empathie est au cœur du crowdfunding. Quand on finance un projet on s'ouvre à l'autre, on se fait et on donne confiance. Être KissBanker, c'est être optimiste.

A. Nos valeurs

L'empathie est au cœur du crowdfunding. Quand on finance un projet on s'ouvre à l'autre, on se fait et on donne confiance. Être KissBanker, c'est être optimiste. Co-créer et réussir ensemble renforce les liens. Ces projets collectifs libèrent notre créativité et créent un impact positif sur la société.

Pourquoi le nom « KissKissBankBank » ?

KissKissBankBank est un nom qui parle d'émotion et d'argent (la définition même du crowdfunding !).
Nous cherchions un nom original et pop, qui fait sourire, avec une référence culturelle : KissKissBankBank détourne le nom « KissKissBangBang », qui est à l'origine le pseudo de James Bond dans une chanson composée par John Barry et interprétée par Shirley Bassey dans *Thunderball* (1965), « Mr. KissKissBangBang ».

B. L'équipe

Nous bénéficions d'une équipe de 55 personnes, dont 18 coachs, qui vous accompagnent individuellement avant, pendant et après votre collecte :

1. Des experts

Jamil
Généraliste

Chloé
Food & Écologie

Jean-Samuel
Culture

Olivier
Collectivités & Réseaux

Antoine
Lifestyle & Sport

Adrien
Ambassadeur
Auvergne - Rhône-Alpes

2. Et 13 coachs généralistes

Vous pouvez nous trouver en île-de-France (Paris), en Auvergne-RhôneAlpes (Lyon) et en Belgique (Bruxelles).

C. Les projets

KissKissBankBank est **leader du crowdfunding** dans tous les secteurs avec déjà plus de

30 000 projets
ayant collecté 83 millions d'euros
grâce à 1,3 million de KissBankers.

et avec

une équipe qui vous accompagne pour vous donner toutes les clés de succès en financement participatif;

Grâce à cet accompagnement, KissKissBankBank était la plateforme de financement participatif avec le meilleur taux de réussite en 2017 (70% des collectes atteignent leur objectif).

Food & Agriculture · *Film & Musique* · *Collectivité & Réseaux* · *BD & Jeux* · *Mode & Artisanat*

Les 48h de l'Agriculture urbaine *Agriculture Urbaine*	**Latifa, le cœur au combat** *Documentaire*	**Ebdo** *Journal*	**Les Cahiers de la BD** *Bande-Dessinée*	**Le Slip Français** *Mode*	**Datagueule** *Documentaire*
The Téton Tattoo Project (Peony Company) *Solidarité*	**Guy Cotten** *Mode*	**Le chocolat des Français** *Food*	**Visage, Villages** *Documentaire*	**SeaCleaners** *Écologie*	**L'Exception** *Mode*
Carbone *Bande-Dessinée*	**Feu ! Chatterton** *Musique*	**À la recherche du Trésor perdu** *Jeux*	**West is the Best** *Art*	**L'album photo collector de RSF** *Solidarité*	**La Chinerie Festival** *Musique*
Supermarché coopératif La Louve *Food*	**Documentaire sur l'école** *Éducation*	**La France VUE D'ICI** *Photographie*	**OFF ! Festival d'Avignon** *Spectacle Vivant*	**Escape Home** *Jeux*	**So Nat** *Food (restaurant)*

Contactez-nous

Expliquez-nous vos besoins de financement à ***projet@kisskissbankbank.com*** ou sur **kisskissbankbank.com** pour recevoir **les bons conseils** de nos spécialistes, en moins de 24 heures, **personnalisés.**

III. Les clefs de succès d'une collecte

III. Les clefs de succès d'une collecte

Vous pouvez financer un documentaire, un album, une collection de prêt-à-porter, un restaurant, une invention technologique, un film, un concert, un festival, une exposition, un livre, un commerce, un événement, un lieu, un produit de bouche, une entreprise sociale, une association, de la recherche scientifique... et bien d'autres !

A. Avant toute chose

1. Qui peut faire une collecte ?

Tout le monde peut faire une collecte !
Que vous soyez un particulier, un auto-entrepreneur, une entreprise, une association, une fondation ou une collectivité, vous pouvez financer tous vos projets - ou la partie d'un projet - créatifs, innovants ou solidaires sur KissKissBankBank.
Vous pouvez financer un documentaire, un EP, une collection de prêt-à-porter, un restaurant, une invention technologique, un film, un concert, un festival, une exposition, un livre, un commerce, un événement, un lieu, un produit de bouche, une entreprise sociale, une association, de la recherche scientifique... et bien d'autres !

2. Quand faire une collecte ?

On pense souvent au crowdfunding pour financer le lancement d'un projet, mais c'est aussi un outil pour les porteurs de projet avec un historique, qui souhaitent développer un produit, un événement, ou encore un service nouveau.
Après avoir créé votre page projet sur KissKissBankBank.com, votre page sera relue par notre équipe. Un coach vous indiquera si votre projet est assez avancé pour faire campagne sur KissKissBankBank. Pour montrer que votre projet est prêt, il faut partager suffisamment de contenus sur votre page : l'objectif (€) et la durée de votre collecte, la description de votre projet, le(s) membre(s) de votre équipe, le budget détaillé de la somme que vous souhaitez collecter.

N'oubliez pas que votre page de collecte est la vitrine de votre projet : le mieux elle sera présentée, le plus facilement vous embarquerez vos communautés !

Le tout ou rien : si vous n'atteignez pas votre objectif de collecte sous la durée définie en début de collecte, tous les contributeurs sont remboursés de leurs dons et KissKissBankBank ne prend pas de commission.

3. Pourquoi faire une collecte ?

KissKissBankBank est bien plus qu'une source de financement, c'est un outil qui vous permet de :

Diversifier vos sources de financement

Rechercher des financements de façon simple et rapide

Élargir votre public cible et/ou renforcer vos liens avec vos communautés

Tester votre projet auprès du grand public et ainsi valider un concept

Développer votre présence sur le web en agrandissant votre communauté sur les réseaux sociaux

Se démarquer d'autres marques en étant au plus près de vos contributeurs

4. La règle du jeu

Le tout ou rien : si vous n'atteignez pas votre objectif de collecte sous la durée définie en début de collecte, tous les contributeurs sont remboursés de leurs dons et KissKissBankBank ne prend pas de commission.

Pourquoi cette règle du tout ou rien ? La contrainte est vertueuse, elle crée une dynamique qui vous donne toutes vos chances de réussir votre collecte : ce risque pousse les porteurs de projet à faire campagne et les potentiels contributeurs à donner, ce qui permet à tous les projets de gagner en visibilité.

Pas de panique : en 2017, avec une durée moyenne de 49 jours et un objectif moyen de 4 200 €, 72% des collectes KissKissBankBank ont réussi et ce taux ne cesse de s'améliorer.

Alors asseyez-vous confortablement et suivez le guide !

1

Préparer et créer sa page

1. Je prépare ma page sur KissKissBankBank.com

2. Je détermine l'objectif et la durée de ma collecte

3. L'équipe KissKissBankBank prend contact avec moi pour échanger à propos de ma page projet, optimiser son contenu et sa diffusion, et maximiser mes chances de réussir ma collecte

4. Je soumets ma page à la validation finale de mon coach KissKissBankBank : quand son feu vert est donné, je suis prêt à lancer ma collecte !

2

Lancer sa campagne de crowdfunding

5. Ma page projet est en ligne, je sollicite mes communautés puis le grand public pour rassembler leurs dons

6. J'ai réussi ma collecte ! Le montant collecté est viré à mon compte, minus une commission de 3% de ce montant par le PSP (Prestataire de Service de Paiement) et de 5% de KissKissBankBank

3

Distribuer ses contreparties & choyer la communauté créée

7. Je réalise mon projet et je suis prêt à envoyer leurs contreparties à mes contributeurs

Un coach KissKissBankBank vous accompagne au long de ces 3 étapes

B. Se lancer

Tout d'abord : comment calculer mon objectif de collecte ?
Vous pouvez définir votre cadre budgétaire en répondant à deux questions :
À quoi servira ma collecte ?
Qui pourrait contribuer à ma collecte ?
Cela vous permettra de vous assurer de la cohérence entre le montant souhaité et la communauté mobilisable autour du projet.

1. Qui pourrait contribuer à ma collecte ?

Avant toute chose, listez vos potentiels contributeurs selon la logique des 3 cercles :

Cercle 1 : Proches des porteurs de projet (amis, famille...). Liens de confiance directe, ambassadeurs privilégiés, à solliciter avant tous les autres, parce que ce seront les premiers et les seuls à contribuer avant que la collecte n'ai déjà progressé.

Cercle 2 : Proches des proches et communauté en ligne. Liens de confiance sollicités par votre premier cercle et par vous.

Cercle 3 : Grand Public. Bouche-à-oreille et centre d'intérêts communs à votre projet, à activer en dernier (média, partenaires économiques et institutionnels, prescripteurs, nouveaux clients, blogueurs, etc.).

Maintenant que vous avez listé les potentiels contributeurs de votre 1er cercle, de votre 2e cercle et de votre 3e cercle, multipliez ce nombre de personne par le montant moyen d'une contribution sur KissKissBankBank : 50 €.

Bingo !

Vous venez d'estimer un objectif de collecte réaliste et réalisable. Mais attention à viser large : par exemple, il faut 84 personnes qui contribuent 50 € pour collecter 4 200 €. Mais comme tout le monde ne contribue pas 50€, mieux vaut prendre le temps de lister 100 contacts que vous pourriez solliciter, avant de vous lancer.

2. Comment déterminer la durée de ma collecte ?

Pendant votre collecte, vous allez devoir fédérer une communauté d'individus autour de votre projet pour qu'ils vous soutiennent.
Alors laissez-vous le temps d'atteindre votre objectif, mais éviter de faire durer votre collecte trop longtemps : au contraire, le sentiment d'urgence permet justement de motiver vos communautés à contribuer. La preuve en deux images :

Bon à savoir

1. La durée d'une collecte sur KissKissBankBank est de 60 jours maximum

2. La durée moyenne d'une collecte est de 40 jours (2016)

3. Une fois votre collecte lancée, vous ne pouvez plus modifier son montant et sa durée

En général, les collectes enregistrent des pics d'activité à leur démarrage et à leur bouclage :

La droite bleue représente la progression idéale et constante d'une collecte de 2 w900€ en 45 jours. Très rare sont les collectes qui suivent ce schéma. Elle vous permet néanmoins de vous repérer au cours d'une collecte.

Ce n'est pas parce qu'une collecte dure plus longtemps qu'elle a plus de chance de réussir :

70% des collectes qui ont duré 35 jours ont réussi.

3. À quoi servirait ma collecte ?

À cause de la règle du tout ou rien, il faut viser l'objectif minimum, mais nécessaire pour réaliser votre projet.
Vous êtes dans l'obligation d'atteindre cet objectif pour recevoir le montant collecté, mais pas de panique, tout comme WeCanDoo, vous pouvez dépasser cet objectif et allez au-delà des 100 % !

1. Établissez les postes budgétaires nécessaires à la réalisation de votre projet
2. Listez ce budget par ordre de priorité
3. Sélectionnez les postes budgétaires vitaux à votre projet. Le montant qu'ils représentent est l'objectif de votre collecte !
4. Les autres postes budgétaires vous permettent de démontrer votre volonté d'aller encore plus loin !

Quelques exemples de description détaillée de budgets et de paliers.

Exemple Artisanat

« La collecte KissKissBankBank de **8 000 €** permettra de financer les achats suivants :
- Une série de couteaux bien spécifiques qui s'adaptent sur la machine à broyer les épices : **500 €**
- Un tamis haute précision pour obtenir une moulure des plus parfaites : **7 500 €**

Si nous atteignons le premier palier :
La collecte supplémentaire facilitera la recherche de producteurs et la mise sur le marché des références suivants, à savoir : le paprika, le curry, un mélange 4 épices, un mélange d'herbes aromatiques »

Exemple Pop-up Store

« Votre contribution nous servira pour :
- La location d'une boutique éphémère pour la durée d'un mois : **3 000 €**
- Le super vendeur Johnny en temps partiel (pour nous aider à tenir la boutique) : **1 000 €**
- Le mobilier et la déco de la boutique (luminaires, présentoirs, plantes, déco murale...) : **200 €**
- La communication (sacs, impression du logo, réseaux sociaux...) : **200 €**
- Payer la commision de 8% à KissKissBankBank : **350 €**

Et si grâce à votre générosité on peut voir encore plus loin et plus grand nous pourrons :
- Organiser une soirée de lancement digne de ce nom !
- Réassortir les tailles de la collection « les Fleurs du Mâle »
- Élargir le vestiaire de Johnny avec de nouvelles pièces ! »

— Bravo !

Vous avez déterminé l'objectif et la durée de votre collecte et vous avez ciblé vos potentiels contributeurs.
Vous êtes prêt à créer votre page projet sur KissKissBankBank.com en (seulement) 2 étapes :

- **Comment présenter son projet ?**
- **Comment définir ses contreparties ?**

Tips !

Besoin de réponses avant de créer votre page projet ? Envoyez un avant-goût en 500 signes maximum à l'équipe KissKissBankBank, qui répondra à votre demande en 48 heures.

Vous pouvez vous arrêter là et attendre les conseils de l'équipe, ou alors aller plus loin.

Et pas de panique, à tout moment, vous pouvez sauvegarder et quitter votre page, pour y revenir plus tard.

C. Créer sa page projet

La vidéo de présentation est fondamentale ! Elle doit être simple, linéaire et inspirante. N'hésitez pas à utiliser la trame de story-board proposée sur Makidoo et à la tester autour de vous.

1. Comment présenter son projet ?

• **Le nom** de votre projet doit vous être propre et doit être court : vous serez plus facilement identifié.
• **Le slogan** est une phrase d'accroche, une formule d'appel à l'acte qui implique vos contributeurs et qui donne la vision et la finalité du projet : par exemple « Soutenez la création de… pour … ».
C'est la première chose que les internautes verront, elle est essentielle pour votre communication sur les réseaux sociaux.
• **L'image de présentation** doit être un visuel que vous avez créé vous-même et qui contient le nom ou le logo de votre projet. Préférez un GIF ou une vidéo pour attirer l'œil et donnez envie aux internautes de partager ce contenu. Un mot-clé sur les réseaux sociaux ? Interactivité !
• **La vidéo** doit durer entre 40 et 90 secondes. Penser à y intégrer un bouton/lien qui renvoie vers votre page de collecte.

Comparaison des taux de réussite (2009-2017)

Tips !
Fabriquez des GIFS avec Giphy ou des vidéos gratuites idéales avec Makidoo !

a. Quoi ?

Racontez votre projet : le but est de créer le plus d'interactions possibles et d'apporter un aspect émotionnel et personnel au projet. Plus les KissBankers ont de contenu, plus ils restent sur la page et contribuent à votre collecte.

b. Qui ?

Présentez l'équipe dans la description (photos à l'appui) : incarnez et personnalisez votre page projet. Ainsi, les personnes pourront apprendre à vous connaître en lisant le projet et seront plus généreux.
Important : nous leur demandons à chaque fois de préciser qui recevra la collecte. Nous sommes légalement obligés de le demander.

c. Quand ?

Décrivez votre calendrier provisoire, vous devez obligatoirement préciser les échéances et étapes de développement de votre projet associées au budget, sans oublier quand vous pensez envoyer les contreparties.

Les contreparties

N'oubliez pas d'inclure, le cas échéant, le coût de vos contreparties

Implication

Réfléchissez bien à ce que votre communauté souhaiterait que vous financez avec leurs dons, ce qui pourrait les impliquer. Par exemple, la « communication » paraît toujours un peu vague, précisez pour qu'ils puissent se projeter.

Encore plus

Donnez de l'ampleur à votre projet et précisez ce que vous ferez si la collecte dépasse la somme demandée. Si cela arrive, les contributeurs auront envie de savoir pourquoi ils devraient continuer à donner.

Commissions

Pensez aussi à la commission du PSP (3%) et de KissKissBankBank (5%)

Tips

Créez vous-même votre diagramme circulaire pour illustrer votre budget

Détaillez

Détaillez votre budget, il faut vraiment le décrire et le chiffrer point par point pour montrer aux contributeurs qu'il s'agit d'un projet mûri et qui n'attend plus que leur soutien. Ça augmentera leur confiance, et donc leurs dons.

Sur KissKissBankBank, vous pouvez proposer des contreparties en échanges des dons, ou seulement collecter des dons, ou encore proposer des pré-ventes.

2. Comment définir ses contreparties ?

Les contreparties sont importantes pour engager vos futurs contributeurs mais surtout pour augmenter leurs dons.
Elles doivent être originales, personnalisées et exclusives. Peut-être qu'une personne voulant donner 10 euros donnera plus si la contrepartie suivante l'intéresse.

Tips 1:
Des petites contreparties

Le don moyen est d'environ 50 euros et le don médian est de 30 euros. Il y a plus de personnes qui vont donner des petits montants, que des sommes importantes. Conséquence ? Imaginer plusieurs contreparties en dessous de 50 euros et à partir de 5-10 euros, afin de séduire un maximum de KissBankers, reste donc essentiel.

Tips 2:
Des grosses contreparties

N'hésitez pas non plus à proposer des contreparties « chères », certaines personnes peuvent donner des centaines voire des milliers d'euros pour un projet. Si personne ne les prend vous n'aurez rien perdu – à par quelques minutes à les trouver – et si quelqu'un en prend une vous avez tout à y gagner !

Tips 3 :
Des contreparties matérielles et émotionnelles

Certains KissBankers préféreront des contreparties « matérielles » : un CD si vous êtes musicien, un t-shirt si vous êtes styliste, un potiron si vous êtes maraîcher. D'autres KissBankers attachent une valeur plus émotionnelle aux contreparties.
Il faut aussi proposer des contreparties qui ont une dimension affective : mettre leur nom au générique d'un film, dans le sommaire d'un magazine, leur proposer de rencontrer les comédiens d'une pièce de théâtre...

Tips 4 :
Budgétisez vos contreparties

Quand vous choisissez vos contreparties, réfléchissez bien à leur coût – et à celui de leur livraison. Il ne faut pas que votre collecte de financement participatif vous coûte plus cher, que ce qu'elle ne vous rapporte !

Tips 5 :
Donnez envie !

Si possible, illustrez vos contreparties. Pensez aussi à remercier vos contributeurs dans leurs descriptions. Et limitez les quantités disponibles de contreparties à des prix avantageux, pour récompenser les premiers contributeurs : rapide démarrage de votre collecte assuré !

— Bravo !

Vous avez rédigé votre page projet et elle est prête à être mise en ligne. À suivre, nos meilleurs conseils pour collecter des dons & diffuser votre page projet :

1. Avant la collecte
2. Démarrage
3. Endurance
4. Sprint !

D. Communiquer

Tout comme votre page projet, vos contenus de communication doivent être incarnés : ils doivent parler votre projet et pas seulement l'état de votre collecte.
En bref, racontez votre projet et ne vous contentez pas de demander des soutiens financiers.

1. Avant la collecte

Une campagne de crowdfunding doit avoir un effet de viralité important pour atteindre son objectif. Cela vous permettra non seulement d'augmenter votre communauté, mais aussi de faire connaître à un large public votre projet.

Posez-vous la question « Qu'ai-je à raconter ? »

Tout comme votre page projet, vos contenus de communication doivent être incarnés : ils doivent parler votre projet et pas seulement l'état de votre collecte.
En bref, racontez votre projet et ne vous contentez pas de demander des soutiens financiers.

Pour faire campagne, ne vous contentez pas de régulièrement poster votre page projet.
Au contraire, variez les contenus pour ne pas harceler, mais divertir, vos communautés.

De plus, un contenu qui raconte quelque chose est plus enclin à être partagé. Par exemple : faites écho aux actualités, hackez des images connues, donnez des aperçus des coulisses de votre projet pour montrer qu'il progresse en même temps que la collecte...

N'oubliez pas que les gens donnent parce qu'ils ont envie de participer à votre projet.
Ne ménagez pas vos efforts pour prendre soin d'eux, ils sont vos premiers soutiens et surtout, ambassadeurs de votre projet.

Et le tout, avec le sourire ! Utilisez toujours un ton positif quand vous parlez de votre projet.
Ça donnera plus envie aux internautes d'y participer et d'en parler à leur tour.

Tips !

Avant même de lancer votre collecte, prenez le temps d'agréger les gens autour de votre projet : via un compte Instagram, une page Facebook, une newsletter... Il vous faut déjà avoir une communauté d'early-adopters. Ils seront les premiers ambassadeurs et vous permettront de réussir votre collecte.
Juste avant de vous lancer, reprenez la liste de vos 3 cercles et rassemblez un maximum de coordonnées... Même les numéros de téléphone.
Créez un rétro-planning de la campagne et listez ainsi toutes vos actions de communication : qui contacter, à quel moment, par quel biais, avec quels contenus.

À quel moment solliciter chaque cercle ?

*Avant de mettre votre projet en ligne, n'hésitez pas à envoyer des kits press aux médias, quitte à les relancer en cours de collecte.

Cercle 1 Cercle 2 Cercle 3

Il est important d'avoir collecté une première partie du montant auprès de votre 1er cercle avant de partager votre projet à des personnes plus éloignées de vous.

2. Le démarrage

Il faut faire attention à ne surtout pas communiquer votre collecte aux 2e et 3e cercles dès le lancement de votre campagne.
Il est important d'avoir collecté une première partie du montant auprès de votre 1er cercle avant de partager votre projet à des personnes plus éloignées de vous.
Imaginez que votre collecte est le nouveau restaurant du quartier : s'il n'est pas recommandé par quelqu'un, personne ne s'y rendra.

Autrement dit, on ne rentre jamais dans un restaurant vide comme on ne contribue jamais à une collecte à moins de 20% et dont on ne connaît pas le créateur.

3. Endurance

Votre collecte semble déjà réussir, c'est le moment idéal pour l'annoncer en postant sur les réseaux sociaux !
Au cours de cette phase, vous capitalisez sur la réussite de votre démarrage et sur les relais de vos contributeurs. Un mot-clé ? Interaction !

4. Sprint !

Au cours de cette dernière phase, vous cherchez à atteindre voire dépasser votre objectif de collecte.
Ne lésinez pas sur les moyens de communication et sollicitez les 3 cercles en même temps : sprintez !

2 Mois avant

Rétro-planning

Préparer des éléments visuels (logo, photo, vidéo...) **variés**

Créer et **animer** une page dédiée au projet sur **Facebook** (et Twitter, Instagram, LinkedIn...)

Repérer et **participer** aux différents forums, groupes Facebook, blogs spécialisés

1 Mois avant

Lister les coordonnées du 1er cercle

Identifier les bons médias

Continuer à animer sa **présence en ligne**

Identifier et contacter les ambassadeurs potentiels du 3ème cercle

Préparer un **pitch du projet** et cartes de visite

2 Semaines avant

Premières prises de contact avec le 1er cercle pour annoncer le lancement imminent de la collecte

Définir le hashtag (#) qui sera utilisé pour parler du projet sur les réseaux sociaux

Créer une **signature mail** avec un lien vers la page projet

Réserver les lieux pour de potentiels événements

1 à 2 Semaine avant

Teasing ! Annoncez au 1er cercle que vous allez avoir besoin d'eux pour démarrer votre collecte.

Envoyez des **mails personnalisés** à chacun, créez des conversations sur WhatsApp et Messenger...

Et **téléphonez** ! C'est l'occasion parfaite pour passer un coup de fil à votre grand-mère.

JOUR J

Lancement ! **Prévenez votre 1er cercle** et rappelez l'importance de contribuer dès maintenant

Une fois les très proches mobilisés (15-20 % atteints), postez votre message de lancement et votre page projet sur les réseaux sociaux

de 20% à 50%

Partagez l'évolution de votre projet sur les réseaux sociaux et **interagissez** avec ceux qui vous relaient

Remerciez vos contributeurs individuellement, sur les réseaux sociaux et au sein de conversation de groupe pour **montrer que votre collecte réussit**

Ajoutez le **lien de votre page projet** sur tous vos supports de communication (signature de mail, vidéo, visuels, newsletter...)

Avec le **tableau de bord de votre page projet**, analysez l'origine du trafic sur la page projet (site web, média...) pour identifier les plus efficaces

Analysez l'évolution des contributions pour affiner vos contreparties

Organiser un événement de mi-campagne

Sponsorisez vos posts Facebook

à partir de 50%

Cherchez un maximum de relais auprès de médias qui traitent des projets similaires aux vôtres (**média spécialisé ou local par exemple, blog, forums, influenceurs**)

Continuez à **interagir** avec vos contributeurs et restez **enthousiaste**

Publiez des **actualités** et répondez à toutes les questions que l'on vous pose en ligne

Participez à des événements qui rassemblent des communautés intéressées par votre projet pour en parler et distribuer vos cartes de visites

Organisez une soirée de **présentation** (par exemple à La Maison de Crowdfunding de KissKissBankBank !)

Attention !
Varier vos contenus et **ne vous répetez pas !**

— Bravo !

Vous êtes prêt à lancer votre campagne,

let’s go !

Distribuer ses contreparties et choyer sa communauté

Respectez autant que possible le planning annoncé sur votre page projet pour distribuer vos contreparties à temps.

Le mot-clé en crowdfunding ? La transparence. Si vous prenez du retard, ne vous inquiétez pas, cela arrive souvent et personne n'est à l'abri de cet écart : il suffit de prévenir vos contributeurs du délai.

Les personnes qui ont contribué à votre collecte sont vos premiers ambassadeurs et potentiels futurs clients : soignez-les et n'hésitez pas à leur communiquer toutes les actualités de votre projet : réductions, événement, bons plans, nouveaux produits ou services...

Et surtout, remerciez-les !

Tips !

Vous êtes en île-de-France et vous cherchez un lieu pour lancer votre collecte ou remercier vos contributeurs dans la vraie vie ? Ça tombe bien, KissKissBankBank vous accueille à La Maison de Crowdfunding, 34 rue de Paradis dans le 10e à Paris.

Contactez-nous à
mdc@kisskissbankbank.com

Voilà… vous savez tout ! Toutes les ficelles pour réussir votre collecte. Bien sûr, si des questions ou des doutes persistent, notre équipe reste là pour vous accompagner : c'est notre métier !

Chaque jour, nous nous réjouissons de recevoir vos projets, de les découvrir, de les accompagner et leur permettre de devenir réalité avec le crowdfunding ! Grâce à vous, nous en sommes convaincus, demain sera un peu plus créatif, solidaire et innovant.

Toute l'équipe de KissKissBankBank