



LE CROWDFUNDING

Exemples de plateformes :

Kickstarter ; Ulule ; Kisskissbankbank ; Mymajorcompany ; Octopousse.com ; Myshowmustgoon.com (spectacle vivant) ; Proarti : fonds de dotation +plateforme ; Teepee

La communauté : qui sont les contributeurs ?

Théorie des 3 cercles de sociabilité : les contributeurs sont souvent des amis des porteurs de projet, de la famille ou des amis d'amis

- 1er cercle (La proximité joue un rôle fondamental dans le succès du financement)
- Deuxième cercle: relais d'influence= amis des amis
- Troisième cercle: contacter les journalistes, blogueurs quand la collecte sera bien avancée

La communication autour du projet :

- Une campagne de crowdfunding se prépare bien avant son lancement: parler de son projet en amont auprès de ses amis, ses collègues, sa famille...
- Devenir le community manager de son projet: utiliser les réseaux sociaux, les animer (Facebook, Twitter, LinkedIn...)
- Adresser un mail à ses contacts en les invitant à partager
- Communiquer sur son blog, sur son site
- Relations presse, journalistes et blogueurs
- Une campagne réussie, c'est une présence quotidienne sur les réseaux sociaux

L'animation du projet

- Proposer des actualités autour du projet pendant toute la durée de la collecte pour entretenir l'intérêt pour le projet et le partage des internautes
- Rendre la campagne de collecte vivante et exceptionnelle: inviter les contributeurs à entrer dans les coulisses du projet en partageant avec eux en avant première les premières images, textes, etc...
- Personnaliser les remerciements, informer les contributeurs du développement du projet pour le rendre concret

Après le projet

- Respecter vos engagements (envoi de contreparties)
- Informer les contributeurs de l'évolution du projet: plaisir d'entrer dans les coulisses du projet
- Garder en tête que les contributeurs d'aujourd'hui satisfaits seront sans doute les contributeurs d'un futur projet