

Les 10 facteurs clés de succès d'une opération de crowdfunding

Le financement de projet par le crowdfunding **nécessite quelques bonnes pratiques**.
Voici 10 facteurs clés de succès de votre opération de collecte :

1- Définir son projet

Il convient de clarifier le problème de société auquel vous souhaitez répondre mais aussi la solution que vous allez proposer. Ne pas oublier que vous avez besoin d'être innovant pour vous différencier des autres projets de la plateforme.

Choisir un projet adapté à la typologie de crowdfunding : privilégier le financement de matériel de sport ou de machine pour un projet d'insertion qui nécessite de collecter quelques milliers d'euros plutôt qu'un projet immobilier se chiffrant en millions !

2- Fixer un objectif et une durée raisonnable

Ne visez pas trop gros pour commencer ! Soyez raisonnable dans votre projet et les besoins financiers pour sa réalisation (il vous faudra les détailler entièrement). Enfin, une campagne longue n'est pas synonyme de réussite. Il existe un pic en début et en fin de campagne, c'est l'effervescence et c'est l'envie de réussir quand on est proche d'atteindre l'objectif). Il vous appartient de déterminer le couple « objectif - durée » au regard de votre capacité de mobilisation et du projet.

3- Fixer les contreparties (ou non)

Récompenser ses donateurs les aide à donner, cela a été prouvé par différentes études sur le marketing direct des grandes Organisations Non Gouvernementales ! La récompense ou contrepartie au don peut être symbolique (un petit message pour dire merci), jouer sur l'égo (votre nom au générique du film ou sur la coque du bateau) ou sous forme d'objet (une place pour la pièce de théâtre, le DVD du film, un T-shirt...). Attention, certaines plateformes imposent le don contre don, à vous de choisir.

4- Marketer son projet pour communiquer

Votre projet doit être utile, mais aussi séduire les donateurs. La motivation du don de votre entourage sera en partie « *parce que c'est toi* ». Mais attention cela ne suffit pas ! Il n'en reste pas moins que vous devez savoir présenter et valoriser les points positifs de votre projet. Ceci sera d'autant plus utile si vous souhaitez que les amis de vos amis vous soutiennent. Mettez de l'émotion, de l'humour, des chiffres clés, des images fortes, exposez le problème de société concrètement...

5- Développer sa présence numérique en amont (internet, réseaux sociaux...)

Internet est l'outil principal de la collecte, notamment par l'utilisation de la plateforme pour héberger votre projet et recevoir les dons. Mais c'est aussi le vecteur principal de mobilisation. Mieux vaut donc déjà avoir un site internet (associathèque vous permet d'avoir une page personnalisée pour présenter votre association !) et être présent sur les réseaux sociaux (Facebook et Twitter notamment).

6- Préparer sa collecte / campagne avec ses équipes (CA, bénévoles, salariés, adhérents...)

Vous avez peu de temps pour réussir à atteindre l'objectif fixé. Plus vous préparez votre campagne en amont, plus vous l'organisez avant son lancement, plus elle sera facile. Une campagne de collecte doit faire appel à toutes les ressources humaines disponibles au sein de l'association. Chacun doit connaître son rôle avant le lancement pour pouvoir agir en temps et en heure, le plus vite possible.

7- Animer sa campagne pour réussir

L'anticipation et la préparation amont vous permettront de dégager du temps pour animer votre campagne et vos réseaux. Créer une dynamique, convaincre votre entourage, lui faire comprendre votre projet, faire passer à l'action et donner c'est une activité à temps plein et c'est consommateur de temps. Ne sous estimez pas le travail à faire. Plus vous serez engagé et proche de votre communauté, plus vous aurez de chance de réussir.

8- Communiquer régulièrement sur l'actualité de la campagne / de l'association / du projet

Pour animer sa campagne, il ne suffit pas d'être présent, il faut apporter du contenu, de l'information, réagir à l'actualité si celle-ci concerne votre cause.

Toutes les informations concernant votre projet, la cause que vous portez, ne sont pas à mettre dans votre présentation. Certaines peuvent être utilisées pour rythmer la campagne : chiffres clés supplémentaires, témoignages, faits marquants...

9- Remercier ses donateurs

Collecter des fonds ce n'est pas qu'une histoire d'argent ! C'est avant tout une relation que vous créez avec des individus qui partagent votre vision du problème de société, qui pensent que la solution proposée est bonne et vous font confiance pour mener à bien le projet. Chaque don vous rapproche de la réalisation de votre projet. Chaque don compte et chaque donateur doit faire l'objet d'une attention particulière. Remerciez-le, informez-le, considérez-le, remerciez-le encore.

10- Fidéliser

L'énergie que vous allez engager dans votre campagne doit être utilisée sur le long terme pour vous éviter de recommencer à zéro à chaque fois. Fidéliser ses donateurs au-delà de cette campagne c'est garder le lien tout au long de la réalisation du projet (photo, vidéo, témoignages...). Informez vos donateurs régulièrement sur l'avancement et les difficultés que vous rencontrez, faites un bilan à la fin de votre projet, communiquez avec transparence sur ses résultats. Cette attitude renforce le lien et crée de la confiance qui génère à son tour de la fidélité.

Conseils :

Pour en savoir plus, consultez [nos pages et conseils sur la collecte de dons](#).

*Oraveo pour le Crédit Mutuel
Juin 2017*

