



Formation pour l'expertise Ulule

Crowdfunding - Ulule

Pourquoi une expertise Ulule?

1. Être un gage de qualité différenciant pour les professionnels l'ayant suivi
1. Permettre, pour le public et les porteurs de projet, de constituer un indicateur de qualité dans le choix de leurs formateurs ou prestataires de conseil en crowdfunding

Objectifs de l'expertise:

1. Connaître le fonctionnement d'Ulule sur le bout des doigts
2. Connaître les clés de succès d'une collecte sur Ulule
3. Être en mesure d'accompagner une collecte d'envergure pour le compte d'autrui
4. Être en mesure d'animer des formations au financement participatif sur Ulule

Public visé :

1. Passionné de financement participatif
1. Ayant déjà réalisé en propre une campagne ou ayant accompagné plusieurs campagnes de crowdfunding
1. Souhaitant soit faire de l'accompagnement au crowdfunding (passionné/professionnel), soit faire du conseil en crowdfunding (professionnel/prescripteur), soit animer des formations au crowdfunding

Les porteurs de projet présents dans la salle

Valentin Mathé, **La Poule qui pond** 9 collectes menées sur Ulule : <http://fr.ulule.com/lapoulequipond/#projects/created/>



<http://fr.ulule.com/bd-suspendues/>



<http://fr.ulule.com/monstres/>

Sommaire

1. Le Crowdfunding
2. Ulule, quelques chiffres, quelques informations
3. Collecte sur Ulule, quelques bases avant de commencer
4. Informations fiscales et bancaires
5. Concevoir son projet : les points clés
6. Remplir sa page
7. Préparer sa communication
8. La collecte en ligne : animer, dépasser son objectif et techniques avancées de crowdfunding
9. Intégrer des partenaires dans la collecte
10. Vous êtes certifiés, et après ?
11. Kit récapitulatif



Chapitre 1 : Le Crowdfunding

- Définition
- Les chiffres clés
- Les plateformes

Crowdfunding ou financement participatif :

faire appel à un grand nombre de personnes pour financer un projet

Cela inclut d'emblée 3 éléments :

- Avoir un projet
- Faire une démarche publique et ouverte - communication
- Lever des fonds

Un principe ancien, une méthode nouvelle

Une croissance considérable en France

- 2012 : **27M** d'€ collectés toutes plateformes confondues*
- 2013 : **78M** d'€ collectés toutes plateformes confondues*
- 2014 : **152M** d'€ collectés toutes plateformes confondues*
- **1,3 million de Français** ont participé à une campagne de crowdfunding

*Source : baromètre de l'association Financement Participatif France : <http://financeparticipative.org/barometres/annee-2014/>



Des plateformes de différentes natures

- Avec récompense : **reward-based**



- Prêt : **lending-based**



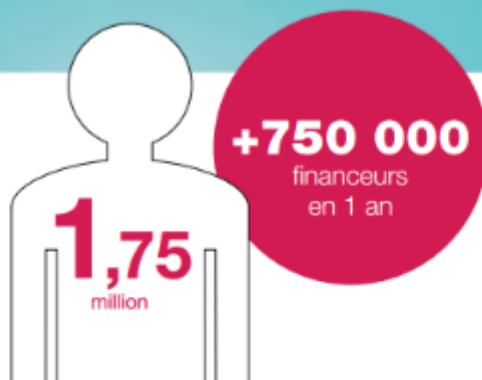
- Investissement : **equity-based**



LES FINANCEURS

Cumul des financeurs ayant soutenu un projet

sur une plateforme de crowdfunding depuis le lancement des plateformes en France



Contribution moyenne

au premier semestre 2015 (en euros)



Typologie des porteurs de projet

(en %)



Associations



Entreprises



Particuliers

Investissement

93,2

6,80

Don
Don récomp.

99,5
31

18

0,5
49

Prêt*

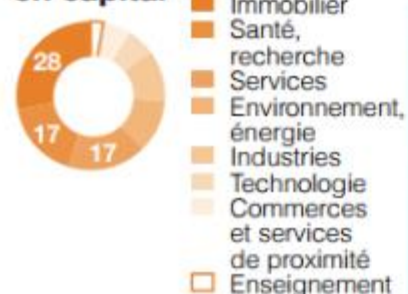
98

2

Répartition des projets

(en %)

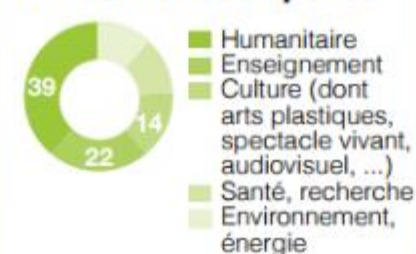
Investissement en capital



contre royalties



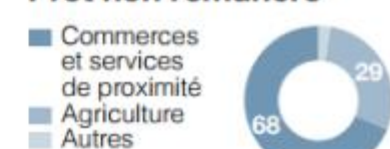
Don sans récompense



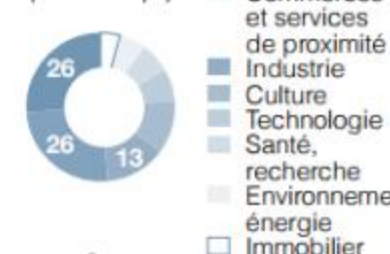
avec récompenses



Prêt non rémunéré



rémunéré (aux entrep.)



contre obligations



Chapitre 2 : Ulule, quelques chiffres, quelques informations

- Quelques chiffres
- Activités
- Fonctionnement
- Catégorie des projets

Plus grosse communauté de crowdfunding en Europe

Depuis le lancement en 2010 :

10 070 projets financés

+37 millions d'euros collectés

823 000 utilisateurs

67 % de réussite

7 langues et **130** pays



- 3 bureaux : Paris, Barcelone et Montréal
- 26 personnes réparties dans plusieurs pôles :
 - Projets
 - Partenariats
 - Tech
 - Développement international
 - Direction



- 10 Good Idea Managers pour accompagner au quotidien les porteurs de projet (réponse en moins de 24 heures)

Toute l'équipe ici : <http://fr.ulule.com/about/team/>

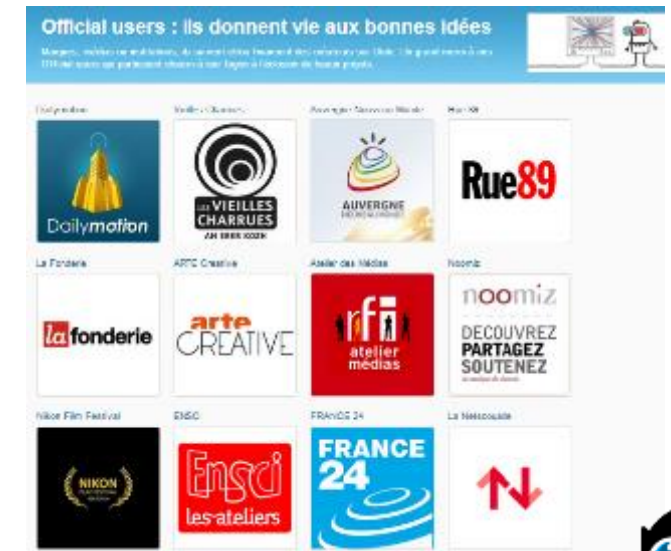




BtoC : financement de projets sur la

BtoB : opérations spéciales avec des marques, médias, ou institutions

- Opérations récurrentes
- Opérations ponctuelles



- **Ulule permet le financement de projets :**
 - Créatifs
 - Solidaires
 - Innovants
 - À portée collective
- **Principe du « tout ou rien » :** les fonds d'un projet sont récupérés si le projet atteint (ou dépasse) son objectif de collecte
- **Commission** sur la somme totale récoltée : 8% TTC dégressif
- Chèque : 5% Ulule
- Paypal : 5% Ulule + Paypal 3,4% + 0,25 € par transaction

Fonds collectés	Commission
De 0€ à 100 000€	8% TTC
De 100 000€ à 250 000€	7% TTC
De 250 000€ à 500 000€	6% TTC
Au-delà de 500 000€	5% TTC



Ulule est une plateforme **100% légale et sécurisée** :

- Les fonds ne transitent pas par Ulule - prestataire bancaire agréé (Mangopay)
- Paiement via CB, Paypal et chèques + moyens de paiement internationaux (Belgique, Allemagne, Canada)
- Débit immédiat quand paiement par CB, remboursement en cas d'échec de la collecte

Statuts des porteurs de projets :

- Des particuliers (50%)
- Des associations (35%)
- Des entreprises (15%)

Ulule est une plateforme **multi-thématiques** :

Catégories	% dans les projets	Taux de succès
Audiovisuel	28%	71%
Solidarité	15%	64%
Musique	13%	71%
Spectacle Vivant	9%	67%
Sport etc.	3%	52%

Le nombre de projets dans une catégorie bénéficie aux autres projets de la catégorie et non l'inverse !

Culture « au sens large » = 60% des projets



Chapitre 3 : Collecte sur Ulule, quelques bases avant de commencer

- Pourquoi faire une collecte
- Les 3 cercles du crowdfunding
- Déposer son projet
- La saisonnalité
- Les tendances d'une campagne

- 1 Diversifier ses sources de financement
- 2 Rechercher des financements sur une **période courte**
- 3 **Élargir** son public cible et/ou **renforcer son lien avec** sa communauté
- 4 **Tester son projet** auprès du grand public et valider/invalidier un concept
- 5 **Outil de communication sur le web** en développant sa communauté sur les réseaux sociaux (relais d'Ulule)

Les 3 cercles

1) Le 1^{er} cercle :

- Les très proches
- Les connaissances

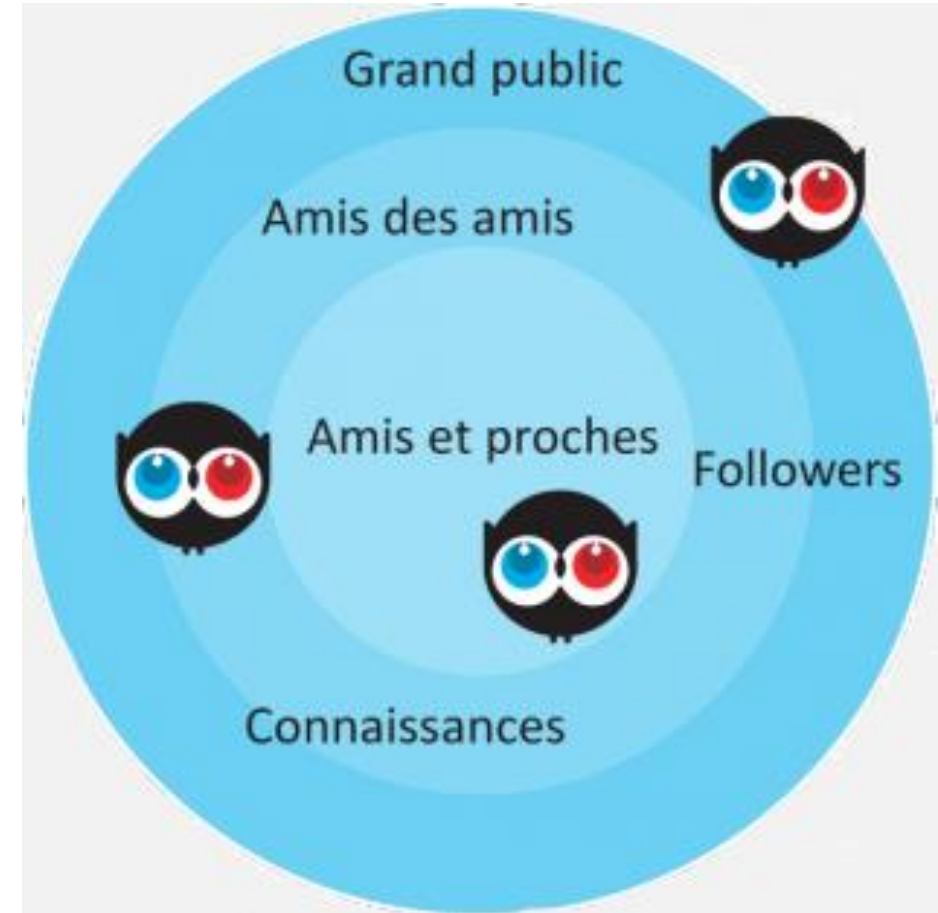
2) Le 2^e cercle : le réseau de votre réseau

3) Le 3^e cercle : les inconnus

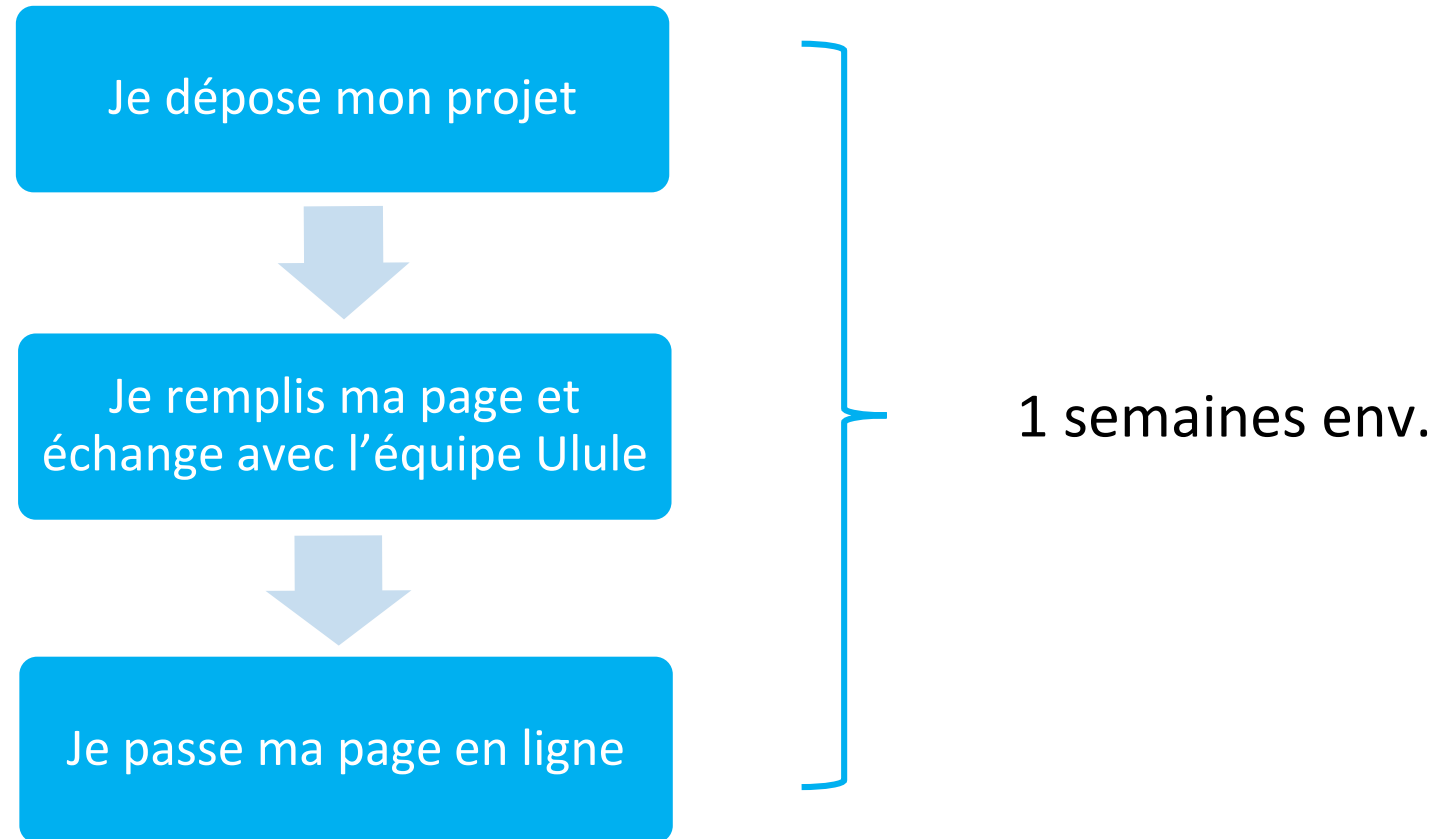


La couveuse Ulule :

- Moins de 5 soutiens = projet en couveuse
- Projet non visible sur le site



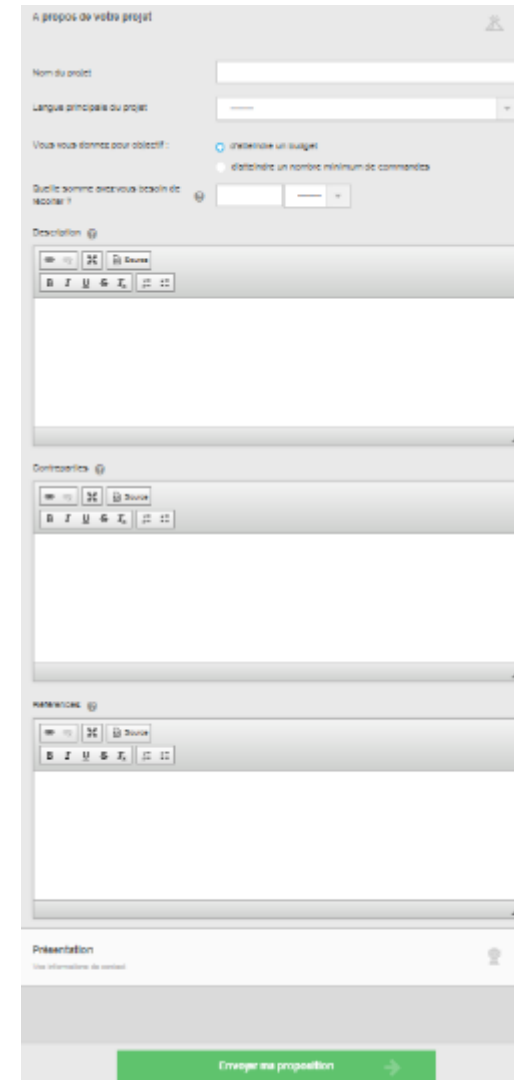
Du dépôt sur le site à la mise en ligne, 3 étapes !



Etape 1 : je dépose mon projet

Remplir le formulaire avec les informations suivantes :

- Nom du projet
- Langue
- Prévente vs objectif financier
- Somme à récolter
- Description
- Contreparties
- Références
- + infos personnelles



The screenshot shows the 'A propos de votre projet' (About your project) form on the Ulule website. The form is divided into several sections, each with a title and a text area for input. The sections are: 'Nom du projet' (Project name), 'Langue principale du projet' (Main language of the project), 'Vous vous donnez pour objectif :' (You set yourself the goal of:), 'Quelle somme avez-vous besoin de récolter ?' (How much money do you need to raise?), 'Description', 'Contreparties' (Rewards), 'Références', and 'Présentation'. Each section has a text area with a rich text editor toolbar. At the bottom of the form, there is a green button labeled 'Envoyer ma proposition' (Send my proposal).



Lu par l'équipe Ulule : accepté ou refusé si « hors sujet »

Etape 2

1- Je remplis ma page

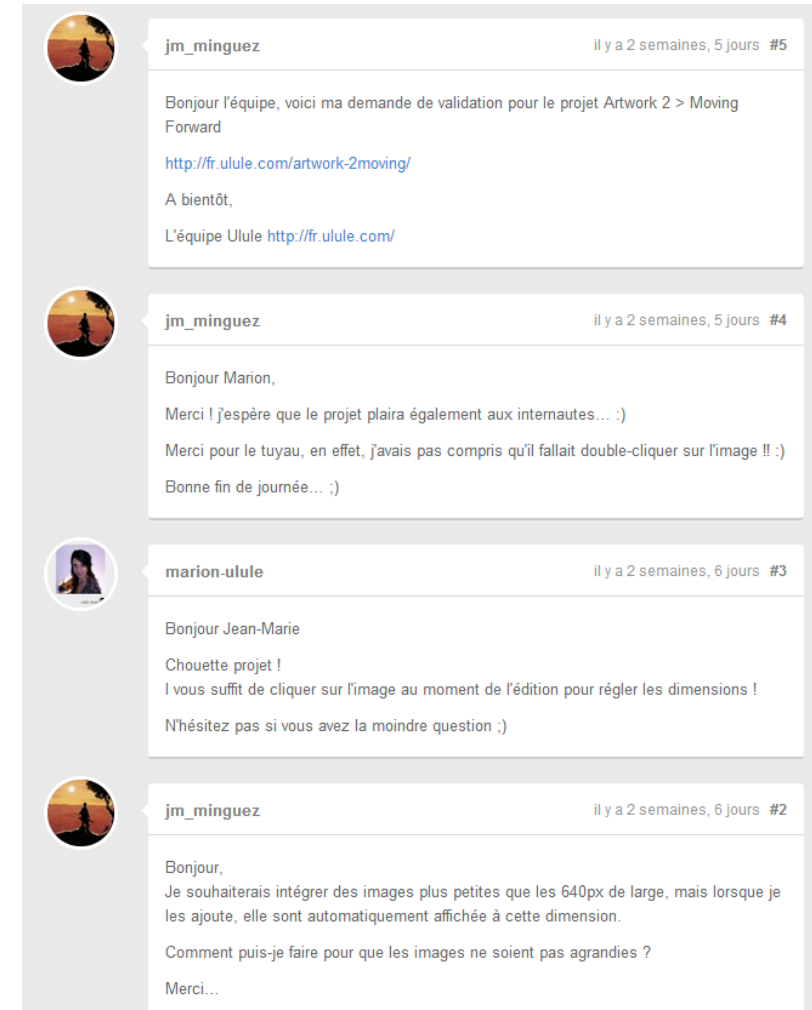


The screenshot shows the Ulule website interface for creating a project. At the top, there's a navigation bar with 'ulule' logo and links: 'Editer mes contenus', 'Mes contributeurs' (with a count of 38), and 'Facturation'. Below this, the main heading is 'Mise en forme de la page' with a subtext 'Éditez la description et la mise en page de votre projet.' There are tabs for 'Français', 'Portugais', and '+ Ajouter une nouvelle langue'. The main content area has three sections: 'Définissez votre identité graphique' (Image principale et vidéo principale), 'Décrivez votre projet' (Titre, sous-titre, présentation...), and 'Personnalisez votre arrière-plan (optionnel)' (Image et couleur d'arrière-plan). Each section has a corresponding icon (camera, pencil, and image respectively).



Validation finale par l'équipe

2- J'échange avec l'équipe Ulule sur le fil de discussion et améliore ma page



The screenshot shows a discussion thread on the Ulule platform. It features three messages from user 'jm_minguez' to user 'marion-ulule'. The first message is a validation request for a project titled 'Artwork 2 > Moving Forward'. The second message is a response from 'marion-ulule' providing feedback on the images. The third message is a follow-up from 'jm_minguez' asking for advice on image dimensions. The thread is timestamped 'il y a 2 semaines, 5 jours' and has 5 replies in total.

jm_minguez il y a 2 semaines, 5 jours #5

Bonjour l'équipe, voici ma demande de validation pour le projet Artwork 2 > Moving Forward

<http://fr.ulule.com/artwork-2moving/>

A bientôt,

L'équipe Ulule <http://fr.ulule.com/>

jm_minguez il y a 2 semaines, 5 jours #4

Bonjour Marion,

Merci ! J'espère que le projet plaira également aux internautes... :)

Merci pour le tuyau, en effet, j'avais pas compris qu'il fallait double-cliquer sur l'image !! :)

Bonne fin de journée... :)

marion-ulule il y a 2 semaines, 6 jours #3

Bonjour Jean-Marie

Chouette projet !

I vous suffit de cliquer sur l'image au moment de l'édition pour régler les dimensions !

N'hésitez pas si vous avez la moindre question :)

jm_minguez il y a 2 semaines, 6 jours #2

Bonjour,

Je souhaiterais intégrer des images plus petites que les 640px de large, mais lorsque je les ajoute, elle sont automatiquement affichée à cette dimension.

Comment puis-je faire pour que les images ne soient pas agrandies ?

Merci...



Etape 3



- La durée
 - Le montant
 - Les contreparties bancaires
- ne sont plus modifiables**

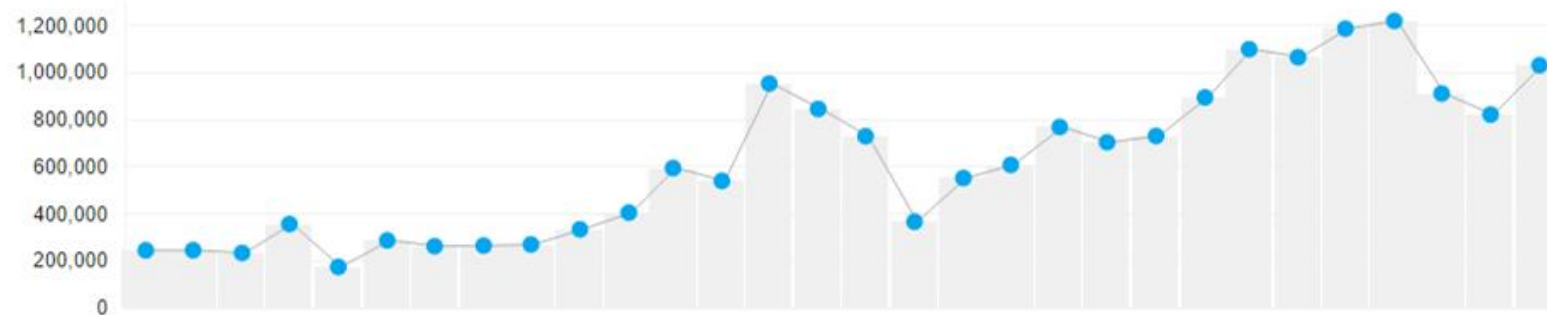


Je passe mon projet en ligne

Quelle saisonnalité des projets ?

Fonds collectés, mois par mois

20 544 308



Même si on observe des périodes moins dynamiques, elles n'en sont pas moins propices à la réussite d'un projet !

✓ Il est préférable de lancer sa campagne en **début de semaine**

✓ Il vaut mieux finir sa campagne les **jeudi – vendredi**

✓ Les **heures optimales** pour collecter des fonds sont :

- 10h
- 14h
- 17h
- 21h

Calendrier hebdomadaire - semaine - du / au /

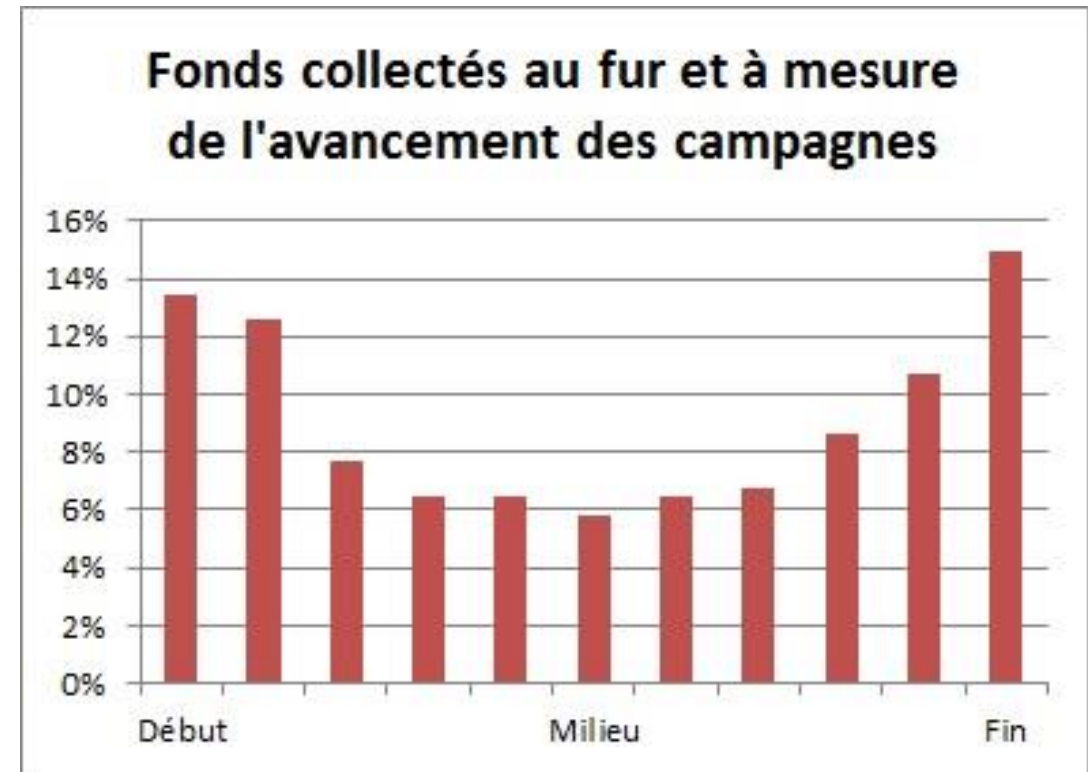
	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
06:00							
08:00							
10:00							
12:00							
14:00							
16:00							
18:00							
20:00							
22:00							

Diagram illustrating the optimal timing for launching and ending a campaign on Ulule. The campaign should start on Monday (Début) and end on Thursday or Friday (Fin).

Pour en savoir plus : c'est par [ici](#)

Les temps forts d'une collecte :

- Les 4 premiers jours (*20% du total des fonds collectés*)
- Les derniers jours (*20% du total est collecté dans les 4 derniers jours*)



La tendance reste identique sur une collecte de 30 jours comme sur une collecte de 80 jours

Chapitre 4 : Nature des transactions, responsabilités, comptabilité et fiscalité

- Nature des transactions sur Ulule
- Responsabilité d'Ulule
- Responsabilité des Porteurs de projet
- Impact comptable et fiscal d'une campagne de financement participatif sur Ulule

Vision juridique
≠
vision psychologique

Transaction sur Ulule : vente ou don (I) ?

Le don :

- Par définition juridique, absolument aucune contrepartie
- “Don contre don” ou “don contre contrepartie” = trompeur d’un point de vue juridique

La vente :

- Argent contre Bien ou Service = vente
- Un contrat de vente n’a pas besoin d’être écrit pour exister

La plupart des transactions faites sur Ulule **sont des ventes**, même si les parties en présence n’en n’ont pas toujours conscience

Transaction sur Ulule : vente ou don (II)?

Exception : associations d'intérêt général, possibilité d'une contrepartie "symbolique"

- Notion de symbolisme pour l'administration = "disproportion marquée", c'est-à-dire rapport de 1 à 4

Toutes les transactions faites via Ulule sont juridiquement des ventes, sauf si :

- Le contributeur coche la case "je ne souhaite aucune contrepartie"
- Le porteur de projet est une association d'intérêt général et a "calibré" sa contrepartie de telle sorte qu'elle respecte la règle de la "disproportion marquée"

Responsabilité d'Ulule :

- Ulule est un outil, une market place de projets :
 - ✓ **N'est pas partie prenante** au contrat conclu de fait entre un contributeur & un porteur de projet
 - ✓ **Ne garantit pas les projets** cf. Les CGU et la FAQ
- Obligation d'Ulule :
 - ✓ **Sécurisation des transactions**
 - ✓ **Délivrance des fonds**

Responsabilité du porteur de projet :

- **Acte de vente :**
 - ✓ obligation de résultat concernant la délivrance des contreparties, et non pas juste obligation de moyen
 - ✓ Même si le projet n'est pas réalisé, obligation de livrer les contreparties promises, ou rembourser les contributeurs
- **En cas de manquement à son obligation, possibilité de voir :**
 - ✓ Sa responsabilité civile engagée (dommages et intérêts) sur plainte d'un contributeur
 - ✓ Sa responsabilité pénale engagée (escroquerie, abus de confiance, détournement de fonds, etc.)

Comptabilité et fiscalité pour le porteur de projet (I)

:

Fiscalité : à analyser en amont + à prendre en compte dans la fixation de l'objectif financier

1. **Porteur de projet « Particulier »** (sans statut ou entreprise individuelle)
 - Revenus imposables > déclarables à l'impôt sur le revenu (BIC ou BNC), imposable selon le système de tranches
 - Des prélèvements sociaux additionnels peuvent s'ajouter (CSG, CRDS)
 - Dans la plupart des cas pas de TVA revenus < seuils d'application (régime de la « franchise en base » ou régime micro-BIC / micro-BNC)

1. **Porteur de projet auto-entrepreneur**
 - Imposition forfaitaire dans les revenus déclarés

Comptabilité et fiscalité pour le porteur de projet (II) :

3. Porteur de projet association

- La plupart des associations ne sont pas soumises aux impôts commerciaux (IS, TVA), donc pas de TVA sur les fonds collectés
- Reçus fiscaux (économie d'impôt pour le donateur) si l'association est d'intérêt général et que la transaction est un don (cf. avant)
- Si multiples actes de ventes réalisés par une association (activité commerciale prépondérante), risque de fiscalisation de l'association
- **Comptablement** : soit un don, soit des revenus en fonction de la qualification juridique de la transaction

Comptabilité et fiscalité pour le porteur de projet (III) :

4. **Porteur de projet entreprise**, la transaction est **une vente** :
- Il s'agit de Chiffre d'Affaires
 - Prix de vente affiché en France = obligatoirement TTC pour le grand public
100 collectés sur Ulule contient $100/1,2 \times 0,2 = 16,67$ € de TVA
 - Cette TVA ne reviendra pas au porteur de projet > à prendre en compte dans la fixation de l'objectif financier



Si la transaction est **un don** (aucune contrepartie choisie) : pas de TVA, mais rentre dans les revenus imposables (impôt sur les sociétés). Il s'agit d'autres produits d'exploitation.

Pour en savoir plus :

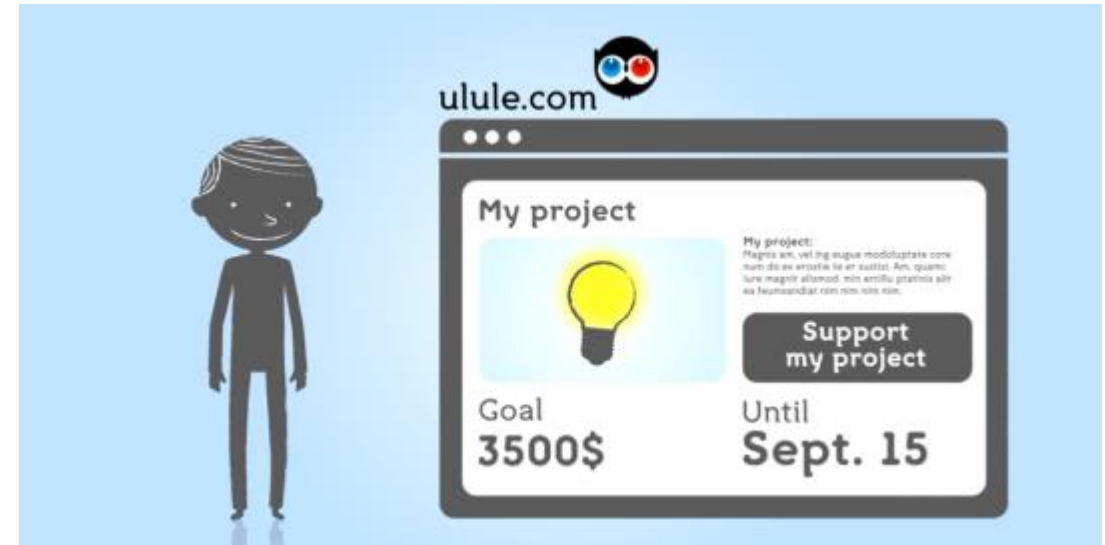
<http://fr.vox.ulule.com/financement-participatif-crowdfunding-traitement-f-2918/>

Chapitre 5 : Concevoir son projet : les points clés

- Un projet bien défini
- Un sujet précis
- Un budget
- La durée
- Les contreparties
- Un beau projet

Les éléments d'un projet bien défini :

- Un sujet précis
- Un budget réaliste
- Une durée définie
- Des bonnes contreparties



Le projet :

- Doit être **ponctuel / délimité** dans le temps
- Doit être **énoncé clairement** et intelligible pour tout un chacun (speech elevator)
- Répondre à la **ligne directrice** de Ulule
 - ✓ Créatif
 - ✓ Innovant
 - ✓ Solidaire
 - ✓ À portée collective
 - ✓ À destination du public (pas BtoB)

L'objectif financier / préventes :

Diagram illustrating the financial goal and pre-sales for two projects on the Ulule crowdfunding platform:

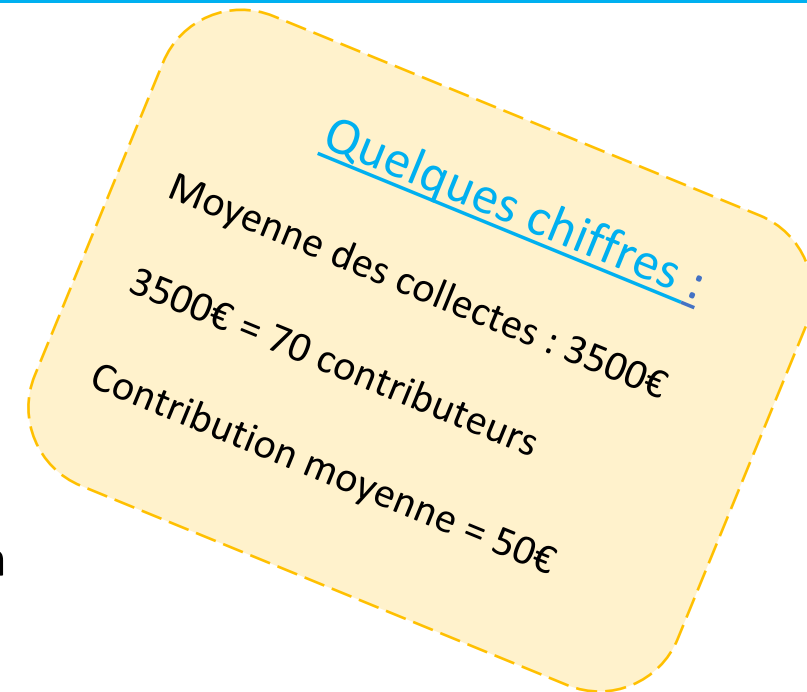
- Quartermaster**
 - La 2ème Guerre Mondiale en moins de 2h !
 - Accueil | 15 news | 59 commentaires | 311 contributeurs
 - 164 % collectés sur un objectif de 8 000 €
 - 4 jours restants
 - Contribuer à partir de 1 €
 - Paiement sécurisé
 - Créateur: ASYNCRON
 - 4 TOURS
 - 4 projets créés
 - Envoyer un message
- Perùs**
 - Sneakers entièrement faites à la main au Pérou !
 - Accueil | 6 news | 146 commentaires | 1 577 contributeurs
 - 788 % préventes sur un objectif de 200
 - FINANCE Succès
 - Financé le 22 jan. 2015
 - Créateur: PERÙS
 - Cuzco - Paris
 - 1 projet créé
 - 3 projets supportés
 - Envoyer un message

Annotations:

- Objectif financier** points to the funding progress bar of the Quartermaster project.
- Prévente** points to the pre-sales progress bar of the Perùs project.

L'objectif financier :

- L'objectif peut être **tout ou partie** du financement total
- Doit être calculé avec précision (établissez des devis) :
 - Pensez à inclure le coût des **contreparties** – réalisation et expédition
 - La **commission** Ulule (8% TTC)
 - Les **taxes** en fonction du statut
- Doit être modulé en fonction **du réseau initial**, de la communauté de fans
- Le budget peut être **dépassé** (moyenne 120% aujourd'hui)



La durée :

- Jusqu'à 90 jours (moyenne Ulule 44 jours)
- **Durée longue** = essoufflement du porteur de projet
- **Durée longue** = « procrastination » du contributeur
- **Durée courte** = dynamisme du porteur de projet & des contributeurs
- **Durée courte** = engagement des contributeurs
- Augmente l'effet « boule de neige »

La bonne durée pour la bonne collecte !
Si la collecte est bien préparée, une courte durée peut suffire



Les contreparties:

- Dans l'univers de votre projet
- Honnêtes et proportionnelles à la hauteur du soutien
- Faire sentir au contributeur qu'il est privilégié
 - ✓ Souvenir créatif : nom dans les remerciements, morceau de décors, planche de dessin
 - ✓ Exemplaire produit ou service : dvd, cd, livre, jeans, lampe etc.
 - ✓ Expérience : rencontre avec l'équipe, visite d'un lieu
 - ✓ Early birds
- Distinguer :
 - ✓ Contreparties **de masse** : pas de limites
 - ✓ Contreparties **exclusives** : limitées

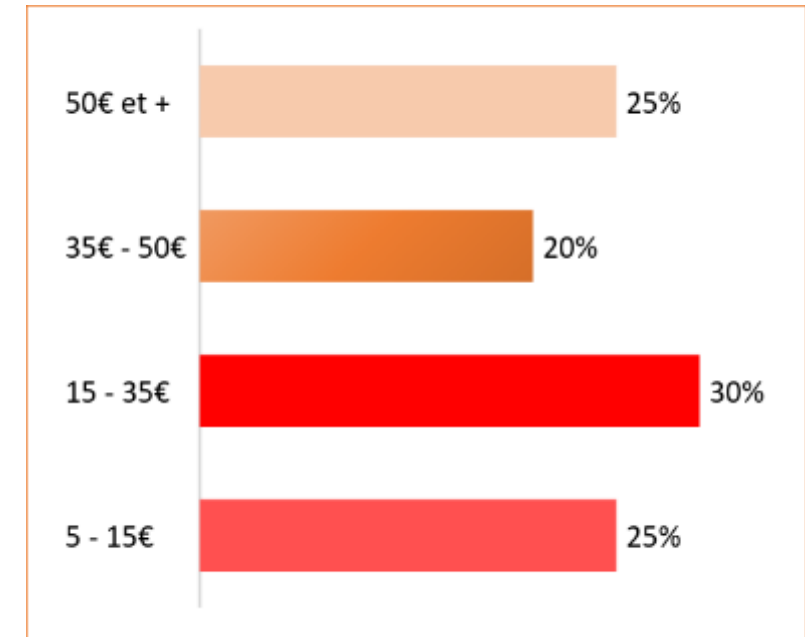
Un contributeur peut décider de ne pas recevoir de contrepartie

Choisissez votre contrepartie 
Pour 10 € ou plus Votre nom au générique de fin du film.
Pour 20 € ou plus Un DVD du film. + contrepartie précédente
Pour 50 € ou plus Un scénario dédié par le réalisateur. + contreparties précédentes
Pour 100 € ou plus Une invitation pour 2 personnes à l'avant-première du film. (hors frais de transport) + contreparties précédentes
Pour 500 € ou plus Un dessin original de Pierre Léon signé par l'auteur. technique : gouache sur papier format : scope avec dimensions variables + contreparties précédentes  Récompense limitée, seulement 9 disponibles !

Les contreparties :

- Contrepartie minimum : 5€
- Les paliers les plus importants :
 - ✓ Contrepartie médiane : 25€
 - ✓ Contribution moyenne : 50€
 - ✓ Paliers pour l'élaboration d'une collecte : 10 – 25 – 50 – 100€
 - ✓ Paliers collectant le plus de fonds : 20 – 30 – 50 -100€
- Avoir des paliers suffisamment espacés

Contreparties les plus choisies



55% des soutiens sont sous la barre des 35€

Pour avoir toutes les statistiques : <http://fr.vox.ulule.com/crowdfunding-quels-sont-les-paliers-niveaux-de-contreparties-les-plus-importants-7784/>

Pour qu'un « projet » devienne un « **beau projet** », il faut l'équation suivante:

1. Une belle histoire à raconter

- Raconter la genèse du projet (storytelling)
- Construire un univers textuel et visuel autour du projet

1. Une implication totale du porteur de projet

- De la réactivité (répondre aux messages, publier des news)
- De l'enthousiasme à mener la collecte

Chapitre 6 : Définir son projet et remplir sa page

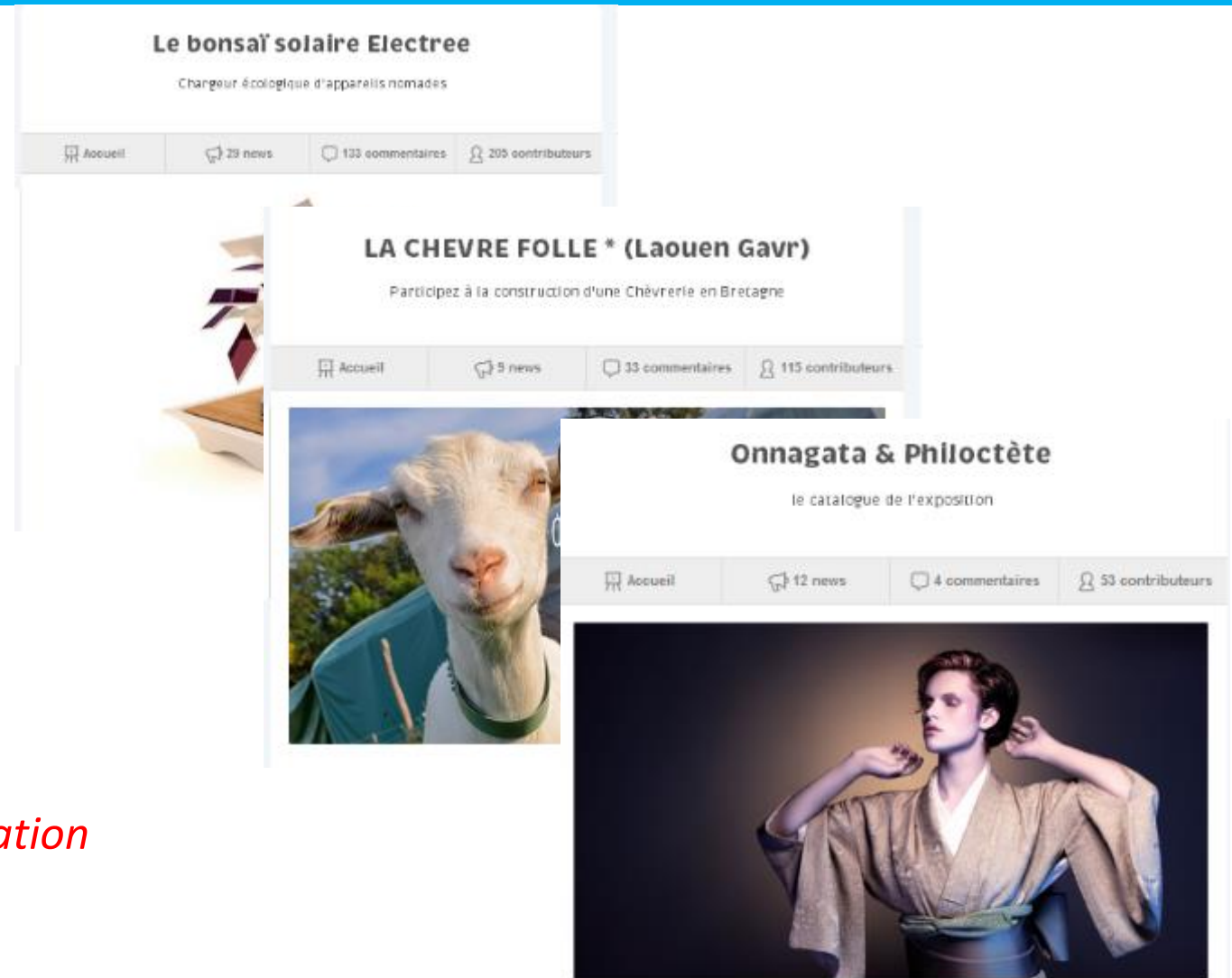
- Le titre
- Images et vidéos
- Autres liens
- À propos
- Le financement
- Le porteur de projet
- Les contreparties
- Les langues

Le titre et le sous-titre :

- Titre = nom du projet
- Sous-titre = nature du projet
- Simplicité et facile à retenir
- Descriptifs et ciblés

Eviter :

- Être quémandeur
- Contenir les mots *soutiens, aide*
- Reprendre les mots *projets, initiative ou création*



L'image principale :

- Vitrine du projet : bonne qualité (petit et grand format)
- Image emblématique du projet (univers)
- Simple et sans trop de texte



La vidéo principale :

- Explicative, esthétique et de courte durée (1min30 – 2 min)
- Les projets avec vidéos de présentation ont un taux de succès de 20% supplémentaire !



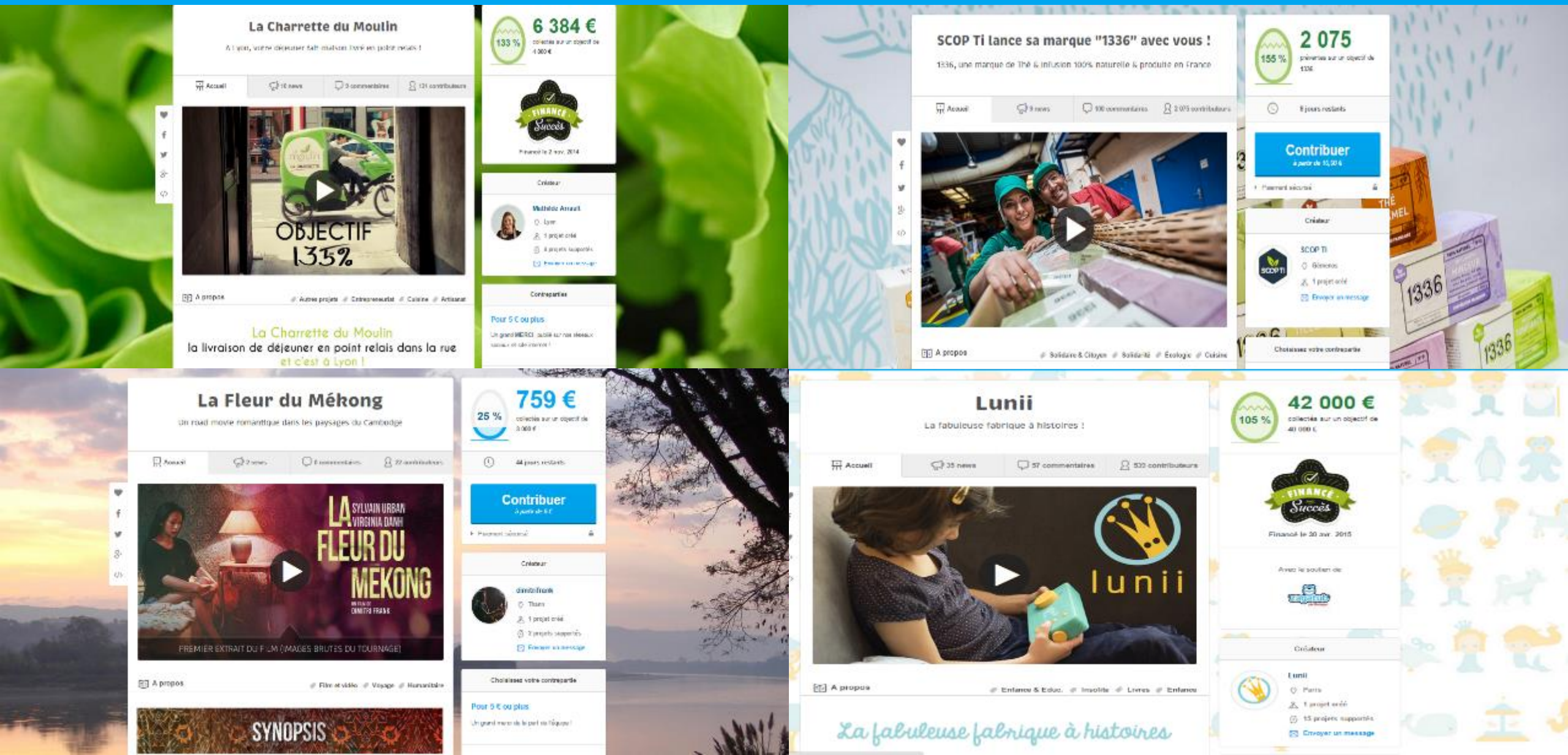
C'est le 1^{er} contact visuel pour intégrer votre univers

<http://fr.ulule.com/1083/>



Remplir sa page : fond de page

6



Liens interactifs : montrez vos références !

- Instaurer la confiance
- Acquérir de la crédibilité auprès de votre lecteur

Liens soundcloud pour projet musical

Vidéos (youtube / dailymotion / vimeo) pour tous projets

Images de bonnes qualités

Sites web

Blog

Page fan ou personnelle facebook

Compte Twitter

Google +

...



Site officiel de NOOB : <http://noob-tv.com>

Dossier de Presse NOOB

: http://olydri.com/olydri_dossier_presse/dossier_de_presse_NOOB.pdf

Pour assurer un suivi (Tchat, Forum, Espace Premium), notre structure NOOB Online sera à votre disposition : <http://www.noob-online.com/>

Facebook : <https://www.facebook.com/WebSerieNoob>

Twitter : http://twitter.com/Noob_la_serie

« À propos » :

Répondez aux questions suivantes « **CQQCOQP** » (*C'est cucul, c'est occupé*) :

Comment ? Qui ? Quoi ? Combien ? Où ? Quand ? Pourquoi ?

✓ « **Quoi** » : en quoi consiste votre projet ?

✓ « **Où** » : où va-t-il se dérouler ?

✓ « **Quand** » : quand va-t-il se dérouler ?

✓ « **Comment** » : comment allez-vous le mettre en place ?

✓ « **Pourquoi** » : quelles sont vos motivations ?

✓ « **Qui** » : qui s'en occupe ? (Bref)

✓ « **Combien** » : combien allez-vous chercher ? (Bref)

The screenshot shows the 'À propos' (About) page editing interface on the ulule platform. The top navigation bar includes 'Editer mes contenus', 'Mes contributeurs' (688), and 'Facturation'. Below the navigation bar, there's a section for 'Définissez votre identité graphique' with a camera icon for the main image and video. The 'Décrivez votre projet' section contains input fields for 'Nom' (Les Fatals Picards : Le 1er DVD LIVE !), 'Sous-titre' (Ah bah... C'est pas trop tôt !), and 'Description'. The description field has a rich text editor toolbar with bold, italic, underline, strikethrough, link, unlink, list, and image icons. The description text reads: 'Chers ami(e)s mélomanes, Avons-nous réellement besoin de vous présenter Les Fatals Picards ? Franchement ? Les Fatals Picards, LE groupe incontournable de la scène rock française qui distille avec amour depuis plus de 10 ans et plus de 1000 concerts un subtil mélange de chansons, d'énergie, d'humour, de charme et aussi de plein d'autres trucs ? Après avoir presque gagné l'Eurovision et après être pratiquement devenus les meilleurs amis de Bernard Lavilliers, Didier Wampas et du Che, Les Fatals Picards se lancent un nouveau défi : graver pour toujours et à jamais sur un magnifique DVD la folie humoristique, l'énergie rocambolique, et la musicalité exacerbée de leurs concerts. Les professionnels de la profession nous avant au fil des ans et des collaborations mis plus de bâtons dans les roues'.

« À propos » :

Quelques conseils de rédaction et de présentation :

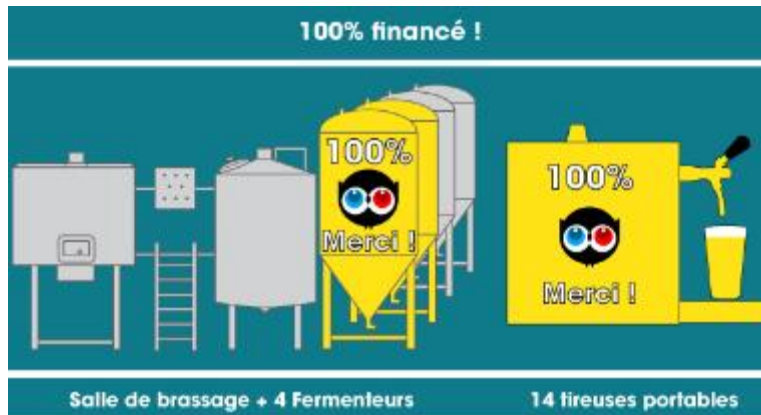
- Faites des paragraphes, aérez le texte
- Adoptez un ton vivant et optimiste
- Ecrivez simplement et soyez concis
- N'hésitez pas à user de votre talent de graphiste pour faire une belle présentation
- Restituez l'univers du projet et privilégiez les images aux textes interminables

Ces informations sont cruciales pour capter l'attention des internautes et les inciter à rester sur votre page



« Le financement » :

- Détaillez le financement
 - ✓ Description de l'usage des fonds récoltés
 - ✓ Vous pouvez détailler le budget aux internautes
- Détaillez les différents paliers



A quoi va servir le financement ?

Le budget de l'enregistrement du CD est évalué à 6000€.

L'objectif n'est donc pas seulement d'atteindre les 4000 € minimum à attendre, mais d'aller au delà et pourquoi pas de doubler l'objectif. Cela nous permettra d'entreprendre sereinement et facilement de nombreuses démarches pour la promotion de notre ensemble. Nous avons besoin de vous !

Voici un détail des dépenses :

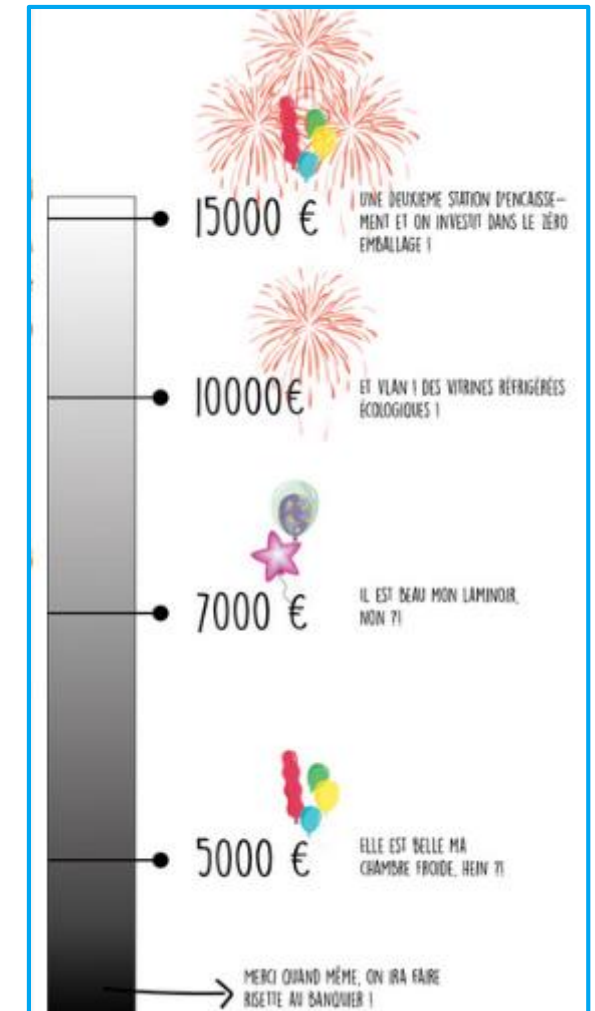
- Location du Matériel pour 7 jours: 800 €
- Enregistrement (Prise de son et Direction Artistique): 800 €
- Post Production (Montage, Mixage, Mastering): 800 €
- Pressage pour 1000 CD: 2000€
- Livret du CD (graphisme et impression): 500€
- Frais divers (Déplacement, Location de Transport et du lieu d'enregistrement, SAGEM): 600€
- Commission Ulule : celle-ci est de 8% TTC sur les sommes récoltées, uniquement si le projet est financé.

Au dessus de 6000 €, nous pourrions créer un site, faire une plaquette de présentation de l'ensemble et lancer sa promotion de manière plus efficace dans le milieu professionnel, tourner un clip, payer un photographe pour un book et de nombreuses autres choses ...

LE FINANCEMENT

La production d'un album professionnel est composée de plusieurs étapes faisant intervenir différents acteurs. De la composition des titres à la sortie de l'album dans les bacs.

Le diagramme ci-dessous représente schématiquement la répartition du financement engagé.



Répond à la curiosité des internautes : ils se demandent à quoi va servir leur argent

“À propos du porteur de projet” :

- Une biographie du porteur de projet
- Ses motivations et ses intentions
- Ses expériences passées et/ou le travail
- Des liens vers son site web, sa page facebook, twitter

Objectif de cette présentation :

- Importance d’une personne qui incarne le projet
- Identifier un interlocuteur clé
- Instaurer une relation de confiance avec les contributeurs



QUI SUIS-JE ?

Originaire de la ville du Havre, la plupart me connaît pour ma musique au sein de mon label DIN Records ou à travers Horizon Design, mon association d'infographistes et de vidéastes. Lors de mes nombreux voyages à travers les quatre coins du globe, je me suis perfectionné dans la réalisation de clips vidéos. En avril 2013, le groupe Gazateam m'a invité afin de les accompagner pour le tournage d'un documentaire lors de leur tournée au Proche-Orient.

À peine arrivés au nord du Liban, la région de Tripoli dans laquelle je réside connaît alors des conflits armés en écho à ceux de la Syrie se déroulant non loin de là. C'est alors que j'ai décidé modestement de prendre de nombreux clichés et de retranscrire mon journal de bord en temps réel via internet. Dès lors, j'ai eu de nombreux retours.

Loin d'être un photographe professionnel, les photos que j'ai prises retracent pourtant une vision différente. Hors des sentiers battus et de la vision carte postale, j'ai réussi à m'immerger dans les endroits pourtant non fréquentés des Occidentaux. De retour en France, je ne pense plus qu'à une chose : Repartir. C'est au même moment que je reçois ce mail m'annonçant la date de ma prochaine destination... La Palestine.

Nous suivre :

Facebook | Twitter | Instagram | Youtube | HorizonDesign



Les contreparties :

- 4 contreparties minimum
- Contrepartie minimum = 5€
- Espacer les paliers
- Faire apparaître de manière claire la nouvelle contrepartie
 - Indiquer si les frais de port sont inclus (nationaux, internationaux)
 - Bonus : donner un nom à chaque contrepartie
- Penser à la mention “+ contrepartie précédente” si nécessaire
- Donner une estimation de la date de livraison

Contreparties
Construisez votre plan de contreparties et précisez à quel moment vous comptez les envoyer.

Pour 12,00 € ou plus

Pour 12 € Quantité limitée ? x 0

Description

en de fr es it pt

Source

B I U S I

Fichier numérique du livre Miss Endorphine

Date de livraison estimée ?

Frais de livraison nationaux €

Frais de livraison internationaux €

Enregistrer

Remplir sa page : Les contreparties

6

Rendre visible les nouvelles contreparties

Pour 12 € ou plus
Fichier numérique du livre Miss Endorphine
Pour 30 € ou plus
Le livre Miss Endorphine (autour de 212 pages) (frais de port inclus)
Pour 35 € ou plus
Le livre Miss Endorphine (frais de port inclus) + le fichier numérique
Pour 44 € ou plus
Le livre Miss Endorphine + Contreparties précédentes + 10 cartes postales (reproduction de dix illustrations tirées du livre) (frais de port inclus)
Pour 49 € ou plus
Le livre Miss Endorphine + Contreparties précédentes + Affichette de la couverture du livre (frais de port inclus)

Trouver un nom pour chaque contrepartie (++)

Pour 5 € ou plus
Vous êtes un boson de Higgs. ♦ Votre nom apparaîtra sur la page facebook et le site internet.
Pour 10 € ou plus
Vous êtes un Quark. contrepartie précédente + ♦ Vidéos complètes des Labo.Origins en exclusivité ou ♦ - 25 ans : 1 place pour assister à la préfiguration du spectacle à partir du 15 septembre au Centre des Arts d'Enghien les Bains ou à Chatillon.
Pour 15 € ou plus
Vous êtes un gluon. Contrepartie précédente + ♦ Votre nom de coproducteur apparaîtra sur l'affiche du spectacle. ou ♦ - 25 ans : une participation à un des prochains Labo Origins
Pour 30 € ou plus
Vous êtes le rayonnement du fond diffus de l'Univers.

- Une seule contrepartie peut suffire
- Les contreparties doivent toutes contenir le produit phare pour le décompte réel
- Possibilité de commander plusieurs exemplaires d'un coup
- Pas de contribution sans contrepartie possible et impossible de donner plus

=> La moyenne est de 50 préventes à une contribution moyenne de 50€

The screenshot shows the 'Contreparties' (Counterparts) form on the Ulule platform. The title 'Contreparties' is at the top, with a subtitle 'Construisez votre plan de contreparties et précisez à quel moment vous comptez les envoyer.' Below this, there's a section 'Pour 12,00 € ou plus' with a blue button icon. The form includes fields for 'Pour' (12 €), 'Quantité limitée ?' (x 0), and 'Description'. The description field has a rich text editor with language options (en, de, fr, es, it, pt) and a text area containing 'Fichier numérique du livre Miss Endorphine'. There are also fields for 'Date de livraison estimée', 'Frais de livraison nationaux', and 'Frais de livraison internationaux'. At the bottom, there's a save button labeled 'Enregistrer'.

- Possibilité de créer des variations (deux minimum) pour connaître la taille/ la couleur/la date/le lieu.. du soutien sans devoir les recontacter
- Attention à ne pas mettre trop de variations, colonne trop longue donc illisible

Pour 25 €

Description

en de fr es it pt nl

Source

B I U S I

T-SHIRT MALE *NO FEAR MY DEER*

*frais de port inclus

Date de livraison estimée

décembre 2015

+ Ajouter des frais de livraison

Variation

en de fr es it pt nl

T-Shirt MALE S

Source

B I U S I

S

Quantité limitée ? 1

Contreparties

Pour 5 € ou plus

MERCI MA BICHE !

Pour 15 € ou plus

TOTE BAG *NO FEAR MY DEER*

Noeuds rouge et vert

*frais de port inclus

Pour 25 € ou plus

T-SHIRT MALE *NO FEAR MY DEER*

*frais de port inclus

S

M

L

XL

➤ National :

A intégrer directement dans le montant de la contreparties pour éviter des mauvaises surprises lors du paiement

➤ International :

- cibler les pays
- estimer la moyenne des frais de port pour les potentiels pays ciblés car pas de possibilité de distinguer les frais de port selon les pays

The screenshot shows a crowdfunding form for a project named 'Modèle Bajo'. At the top, there's a 'Pour' field with the value '50,00' and a Euro symbol '€'. To the right is a 'Quantité limitée ?' checkbox with an 'x' icon. Below this is a 'Description' section with language tabs for 'en', 'de', 'fr', 'es', 'it', 'pt', and 'nl'. The 'fr' tab is selected. The description text reads: 'Modèle Bajo', 'Modèle Bajo au choix', 'Contribuez 50€ pour nous aider à financer notre première collection et recevez le modèle Bajo de votre choix au prix spécial de lancement !', and 'Disponible du 36 au 46.'. Below the description is a 'Date de livraison estimée' field with a dropdown menu showing 'avril' and '2015'. At the bottom, there are two fields for shipping fees: 'Frais de livraison nationaux' with a value of '0,00' and 'Frais de livraison internationaux' with a value of '9,50', both with Euro symbols. Red arrows point to these two fields.

Pour 50,00 € Quantité limitée ? x

Description en de fr es it pt nl

Modèle Bajo

BAJO

Modèle Bajo au choix

Contribuez 50€ pour nous aider à financer notre première collection et recevez le modèle Bajo de votre choix au prix spécial de lancement !

Disponible du 36 au 46.

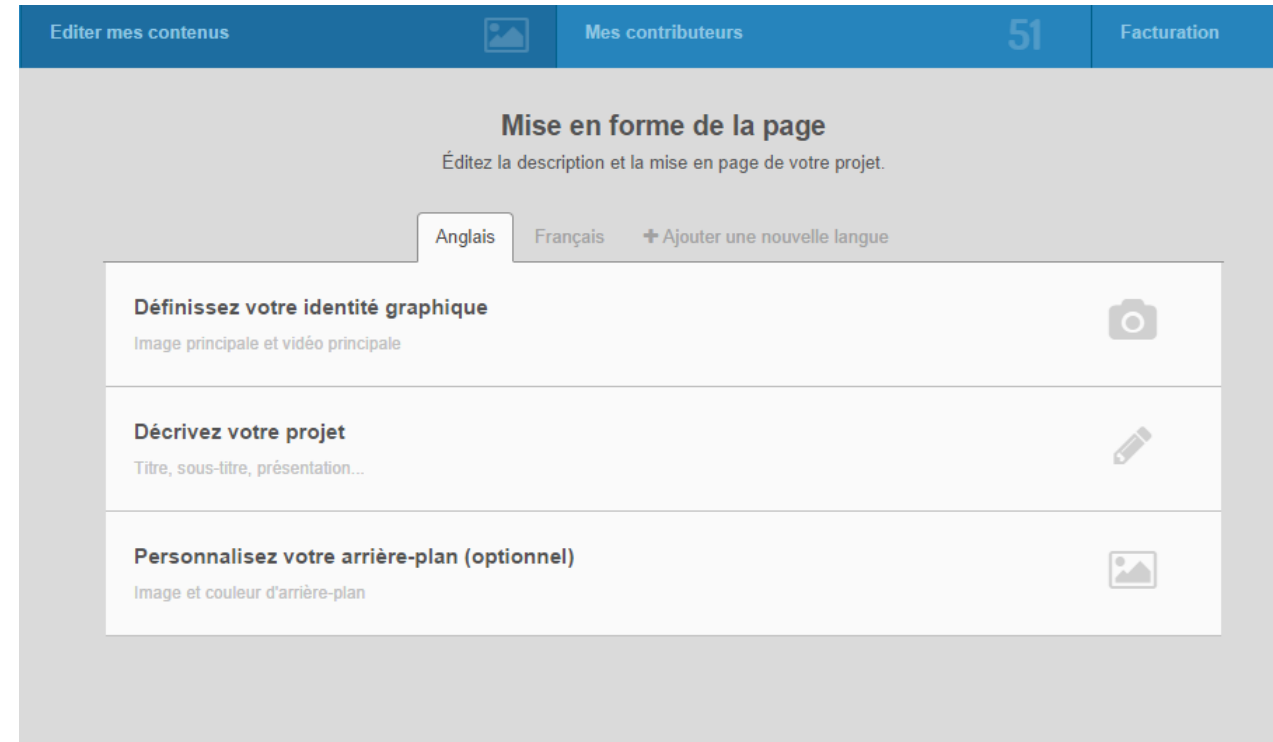
Date de livraison estimée ? avril 2015

Frais de livraison nationaux 0,00 €

Frais de livraison internationaux 9,50 €

Faut-il traduire sa page ?

- La traduction de la page dépend de la communauté du Porteur de projet :
 - S'il a des contacts à l'étranger (professionnels, famille etc.) : **OUI**
 - S'il ne connaît personne à l'étranger : **NON**
- Ne pas oublier de traduire les contreparties



Mise en situation : travailler ses contreparties

Chapitre 7 : Préparer sa communication avant la mise en ligne

- Bien se renseigner sur le déroulé d'une campagne
- Identifier ses cibles et parties prenantes
- Communiquer auprès de ses contacts directs
- Identifier des relais
- Préparer du contenu pour la collecte
- Anticiper et préparer ses paliers financiers

- Consulter le forum Ulule : <http://fr.vox.ulule.com/tout-creation-et-promotion-d-projet-ulule-sommaire-7829/>
- Lire attentivement la FAQ : <http://fr.ulule.com/about/faq/>
- Regarder les projets en cours de collecte : <http://fr.ulule.com/discover/>
- Soutenir un projet pour se mettre dans la peau d'un contributeur
- Les statistiques en temps réel d'Ulule : <http://fr.ulule.com/stats>
- Les badges Ulule où vous pourrez identifier tous les Ululeurs les plus actifs dans les catégories qui vous intéressent : <http://fr.ulule.com/badges/>

Se poser les bonnes questions préliminaires : la cible de la collecte

- Qui ciblez-vous ? Qui est le « contributeur type » ? Par type de secteur



Solidarité - Animaux



Politique - journalisme



Cyclisme - innovation

La bonne communication pour le bon contributeur – avant la collecte :

- Par quel moyen contacter ma cible ?
 - ✓ Cible connectée
 - ✓ Cible non connectée
- Quelle envergure pour ma collecte ?
 - ✓ 1^{er} cercle uniquement
 - ✓ 2^e cercle } Besoin d'un relais
 - ✓ 3^e cercle }
- Quel rayon géographique ?
 - ✓ Local
 - ✓ National
 - ✓ International



Moyen de communication

Mails
Lettres sous enveloppe
Téléphone
Café
Forum (sur le web)
Flyers
Affiches
Réseaux sociaux
Médias en ligne
Médias hors ligne

Trouver les bons relais pour susciter des nouvelles vagues de soutien (I):

1. Attendre l'adhésion **du 1^{er} cercle & env. 30% de l'objectif** atteint => crédibilité
2. **Où votre cible s'informe-t-elle**, identifier ses médias :
 - Quels médias (en ligne) lisent-ils ?
 - ✓ Presse locale / nationale
 - ✓ Média thématique et spécialisé
 - Quels influenceurs suivent-ils ?
 - Quels forums spécialisés pour les toucher ?
3. **Identifier en amont les journalistes** de ces médias, les **blogueurs**, les forums
 - Evaluer leurs communautés et l'interaction (via les réseaux sociaux)
 - Cibler les plus importants (privilégiez la qualité sur la quantité)

Trouver les bons relais pour susciter des nouvelles vagues de soutien (II):

5. Trouvez **une porte d'entrée pour contacter** cette personne

- Dans votre réseau personnel ou professionnel
- Sur les réseaux sociaux : linkedin, facebook, twitter

5. **Présentez-vous** ou faites-vous présenter

5. Ayez un « **kit presse** » prêt à partager via email

- Synthèse du projet en 1 page + lien vers page Ulule
- Images haute définition

Préparez tout, prenez contact avant le lancement, et vous activerez la publication à partir de 40% de l'objectif atteint

Lançons le MEDIATHON !

Lançons un MEDIATHON, les amis ! L'idée serait que cet événement assez incroyable fasse (toute proportion gardée) bouger les choses en mettant la lumière sur ce qu'est en train de réaliser une communauté soi disant underground, faite de gamers, geek, nerds, gnistes, rôlistes, etc... Pour cela, il faudrait que TOUS ceux qui le souhaitent, essayent de voir dans leur entourage, s'il connaissent quelqu'un qui serait lié à un média pouvant potentiellement être intéressé par ce qui est en train de se passer. Essayons de faire de tout ceci une occasion de prendre la parole pour expliquer à ceux qui ne connaissent pas notre génération, ce qu'il se passe en convention et sur le net. Il y a tellement de talents qui ne demandent qu'à s'exprimer pourvu qu'on leur en donne un peu les moyens. Nous en tout cas, on veut aider à notre façon, si on nous donne la parole grâce à vous. Radio, télévisions, magazines, journaux, blog, que ce soient des espaces persos, des médias régionaux ou nationaux, faites tourner les boîtes mails et envoyez à vos contacts le dossier de presse et le communiqué ci-dessous ! Merci les amis et restez connectés !

1/ **DOSSIER DE PRESSE** : http://olydri.com/olydri_dossier_presse/dossier_de_presse_NOOB.pdf

2/ **COMMUNIQUE** : En atteignant 100 000 euros en 3 jours seulement, le financement d'un film issu de la web-série Noob est en train d'exploser tous les records de crowdfunding pour un projet audiovisuel en France, sur le site Ulule ! (Crowdfunding est le terme barbare pour désigner un financement par les fans). Avec ce buzz, la communauté prouve que les web-séries, malgré leur arrivée récente en 2007 chez nous, trouvent peu à peu leur place dans le paysage audiovisuel hexagonal. En dépit de leurs thèmes souvent référencés, destinés à des niches de fans soi-disant minoritaires et méconnues (gamers, geek, nerds, gnistes, rôlistes, etc...), il semblerait que quelque chose soit en train de se produire. On assiste à l'appel d'une génération toute entière, désireuse d'un peu de nouveauté en termes de fiction audiovisuelle. Ainsi, de jeunes créatifs venus de la toile pourraient, semble-t-il, apporter quelque chose d'inédit pour aider à un certain renouvellement. Il ne s'agit pas de révolutionner les choses, mais plutôt de voir émerger une nouvelle branche composée d'auteurs ayant grandi avec le brassage des cultures issues du net, celles-là mêmes qui échappent aux télévisions et au cinéma français à l'heure actuelle. Certes, il y a des exceptions à l'image de Kaamelott qui a su mettre tout le monde d'accord et apporter une certaine fraîcheur, mais en 8 ans, il n'est pas normal que la fantasy, la science-fiction et autres bizarreries du même genre n'aient pas su fédérer les gens via d'autres projets populaires sur le PAF. Il est difficile de savoir jusqu'à quelles sphères la communauté emmènera le projet « Noob le film », mais une chose est certaine... un précédent est en train de se produire dans le milieu de la web-série, et cet élan pourrait en appeler d'autres auprès de nouveaux talents, pour générer un cercle créatif vertueux qui fera du bien à tous



Gagnez du temps :

- Rassembler vos contacts (mails, téléphone) sur des fichiers Excel
- Hiérarchisez vos contacts (par familiarité)
- Mesurez l'influence des contacts Facebook, Twitter, LinkedIn : voir ceux qui ont le plus d'interactions quand ils postent une information / Klout
- Contactez ces personnes pour évoquer la collecte avant ses débuts



Anticipez les étapes de la collecte et de facilitez la gestion de la page projet une fois la collecte lancée

Avant la collecte

- Identifier les cercles
- Prévenir le 1er cercle et faire de la pédagogie (Kesako Crowdfunding)
- Contacter les médias
- Créer du contenu pour la page et pour les futures news
- Prévisions des paliers de réussite

De un à trois mois

Pendant la collecte

- (facultatif) Soirée de lancement
- Animer la collecte

En moyenne 45 jours

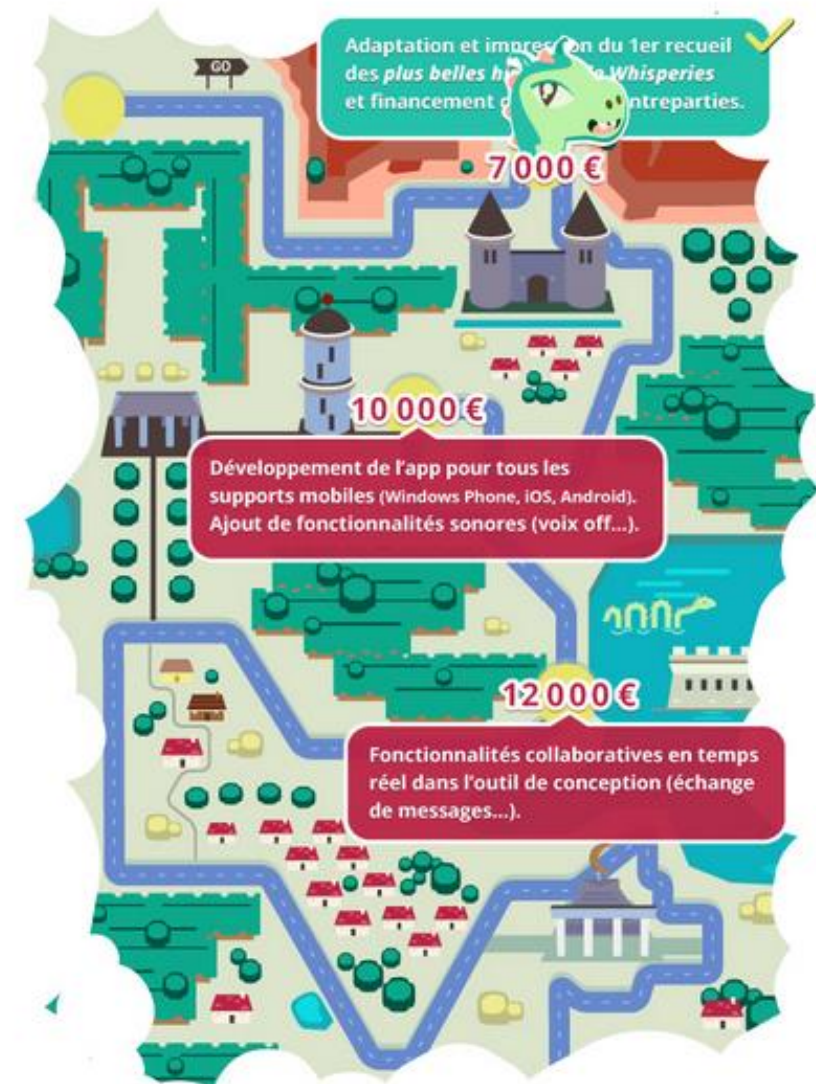
Après la collecte

- Envoyer une news de remerciement
- Préparer les contreparties
- Au moment de l'envoi : sortir le tableau excel des contributeurs, s'il manque des adresses, faire une news de rappel ou contacter directement.
- Envoyer les contreparties
 - Si retard, rester transparent et prévenir par news de l'avancée du projet et expliquer le retard

Anticiper les différents paliers après les 100% :

- Moyenne d'un projet = **120% de l'objectif**
- **Réfléchir avant la collecte** aux différents paliers :
 - ✓ Souci de transparence vis-à-vis des internautes
 - ✓ Justifier la nécessité d'aller plus loin que l'objectif annoncé
- Paliers inscrits dans la partie "**sur le financement**" vise à :
 - ✓ Améliorer du projet
 - ✓ Extension du projet

Accompagnez-nous sur notre chemin :)



🎯 A quoi va servir le financement ?

Une priorité : les travaux de couverture

Les travaux ont commencé il y a quelques mois par les toitures du château, première étape d'un chantier qui va durer cinq ans. Après la couverture et la charpente, les propriétaires s'attaqueront à la maçonnerie et la menuiserie, pour un coût total de 1,7 million d'euros.

Une première urgence : la cheminée du château menace de tomber - VALIDE

En réalisant la pose des échafaudages, une nouvelle urgence est apparue : la cheminée centrale s'est trouvée fragilisée et menace aujourd'hui de s'écrouler. Des travaux additionnels chiffrés à 10 000 euros doivent être mis en œuvre de façon urgente afin de stabiliser puis de consolider la cheminée. Et grâce à votre mobilisation, ce premier palier a été atteint en une seule semaine de collecte !

L'ensemble des dons collectés permettra sa sauvegarde et chaque euro compte!

Votre soutien est indispensable pour atteindre et dépasser l'objectif de collecte et participer à la sauvegarde du château de Quintin.

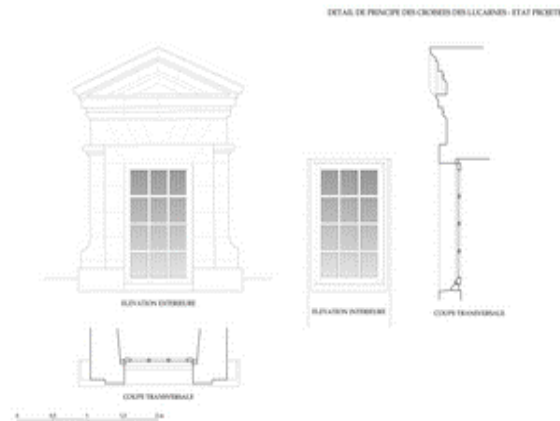


Un nouvel objectif : les fenêtres en chien-assis

Ces éléments architecturaux emblématiques doivent être repris un à un pour retrouver leur identité : avec la validation de l'objectif de 15 000 euros, trois des six chiens-assis, que l'on retrouve au dernier niveau du pavillon sont financés.

Si nous atteignons ensemble le nouveau palier de 20 000 euros, les trois fenêtres suivantes pourront être restaurées dans les règles de l'art.

Dépose, menuiserie, vitrage et huisserie, ce nouvel objectif redonnera à la façade du château de Quintin sa fière allure.



Chaque euro compte!

Votre soutien est indispensable pour atteindre et dépasser l'objectif de collecte et participer à la sauvegarde du château de Quintin.

Projet de restauration d'un château :

- 100% = stabiliser la cheminée
- 150% = restauration 3 fenêtres
- 200% = restauration 6 fenêtres

Améliorations du projet avec les nouveaux paliers de la collecte :

Impression d'une BD:

- 100% = imprimer exemplaires + payer couverture
- 200% = Couverture rigide; papier de qualité

Inciter à faire des contributeurs à partager le projet et devenir des ambassadeurs puisque pour le même prix, ils auront mieux...

A quoi va servir le financement ?



L'album fera plus de 300 pages.

Un tel pave, ça a un coût d'impression assez important, non ?

Exactement. Alors pour vous livrer un album de plus en plus joli, on va avoir des paliers à atteindre :

★ à partir de 50 préventes ★

C'est bien, on est à 100%, mais ça ne suffit pas du tout : on a juste de quoi payer la couverture qui sera dessinée par Olivier Brazao.

★ à partir de 100 préventes ★



★ à partir de 150 préventes ★



★ à partir de 200 préventes ★



★ à partir de 250 préventes ★



Autres exemples de paliers de la collecte :

A quoi va servir le financement ?



Le film est ambitieux, mais son budget est réduit comparé aux films produits habituellement en France. Le crowdfunding est une occasion pour nous de combler une part manquante de ce budget pour financer notamment les cascades et les scènes spectaculaires, mais aussi de commencer à donner vie à "Night fare" en le rendant visible aux yeux de son futur public... Un public actif dans sa fabrication et donc attaché au film. Vivez avec nous l'aventure ambitieuse de «Night Fare» et faites en sorte que le film existe. On a besoin de vous !

Atteindre notre objectif de 50 000 euros est la certitude d'avoir les moyens suffisants pour mettre en oeuvre de nouvelles cascades spectaculaires que nous avons prévu dans le film.

- Palier à 75 000 euros : avec cet objectif, nous ajoutons une immense plus value visuelle au film avec du matériel technique supplémentaire lors de la séquence d'action finale.

- Palier à 100 000 euros : cet objectif majeur nous permet d'ajouter une semaine de tournage supplémentaire et réintégrer des séquences que nous avons été obligé de couper.

- Palier 125 000 : dans notre budget actuel, nous avons une musique originale enregistrée pour le film. Atteindre ce palier nous permet au moment de la post-production de contacter des groupes et des artistes reconnus pour ponctuer certains moments du film de morceaux de qualité.

- Palier 150 000 : En plus de tout ce qui a été annoncé, une grande fête de fin de tournage open bar sera organisée avec l'équipe du film et tous les participants de la campagne Ulule, qui fera l'objet d'un petit documentaire sur le financement participatif, et qui sera disponible sur le blu-ray du film !

Merci de votre aide précieuse!

Financement d'un film :

- 100% = cascades et scènes spectaculaires
- 125% = matériel technique supplémentaire
- 150% = semaine de tournage sup
- 200% = enregistrement de la musique ++
- Etc = fête de fin de tournage + doc sur le financement participatif

Autres exemples de paliers de la collecte :

Les Paliers Impies

Les paliers impies vous permettent de débloquer des bonus grâce à vos actions sur les réseaux sociaux. A vos claviers !

Palier Impie PALIER DÉBLOQUÉ



PARTAGEZ LA 7^e ÉDITION DE L'APPEL DE CTHULHU SUR VOTRE PAGE FACEBOOK EN CLIQUANT SUR « SHARE » EN HAUT DE CETTE PAGE (CF. CI-CONTRE)

DÈS 150 PARTAGES ATTEINTS, UN SCÉNARIO INÉDIT SUPPLÉMENTAIRE SERA AJOUTÉ DANS L'OUVRAGE AVENTURES EFFROYABLES ! (144 PAGES AU LIEU DE 128)

 /EDITIONSANSDETOUR

Palier Impie



RETWEETER LA 7^e ÉDITION DE L'APPEL DE CTHULHU SUR VOTRE COMPTE EN CLIQUANT SUR « TWEETER » EN HAUT DE CETTE PAGE (CF. CI-CONTRE) ET SUIVEZ-NOUS SUR @EdSansDetour

DÈS 500 PARTAGES ATTEINTS, L'ÉCRAN 2008 ET SON LIVRET OFFERT EN FICHIER SUR LA CLEF USB !

 @EDSANSDETOUR

Palier Impie



LIKEZ NOTRE PAGE FACEBOOK

DÈS 500 LIKES ATTEINTS SUR NOTRE PAGE FACEBOOK (SOIT UN TOTAL DE 3900 LIKES SUR NOTRE PAGE), LA CAMPAGNE « BRYN CELLI DDU » DE LA 1^{re} ÉDITION FRANÇAISE DE LA V6 SERA OFFERTE AU FORMAT PDF AUX SOUSCRIPTEURS

 /EDITIONSANSDETOUR

Palier Impie PALIER DÉBLOQUÉ



PARTAGEZ LA 7^e ÉDITION DE L'APPEL DE CTHULHU SUR VOTRE PAGE FACEBOOK EN CLIQUANT SUR « SHARE » EN HAUT DE CETTE PAGE (CF. CI-CONTRE)

DÈS 1000 PARTAGES ATTEINTS, LES MAPPEMONDES DES ANNÉES 20 EN FICHIER HD SERONT AJOUTÉES SUR CLEF USB DE L'ÉDITION PRESTIGE

 /EDITIONSANSDETOUR

Chapitre 8 : Animer votre collecte en ligne

- Vos chiffres de campagne
- 3 cercles : le timing
- Réseaux sociaux : bonnes pratiques
- Les news
- Les commentaires
- Mise en avant sur Ulule
- Dépasser son objectif
- Fin de la collecte
- L'envoi des contreparties

Le Dashboard de votre campagne :

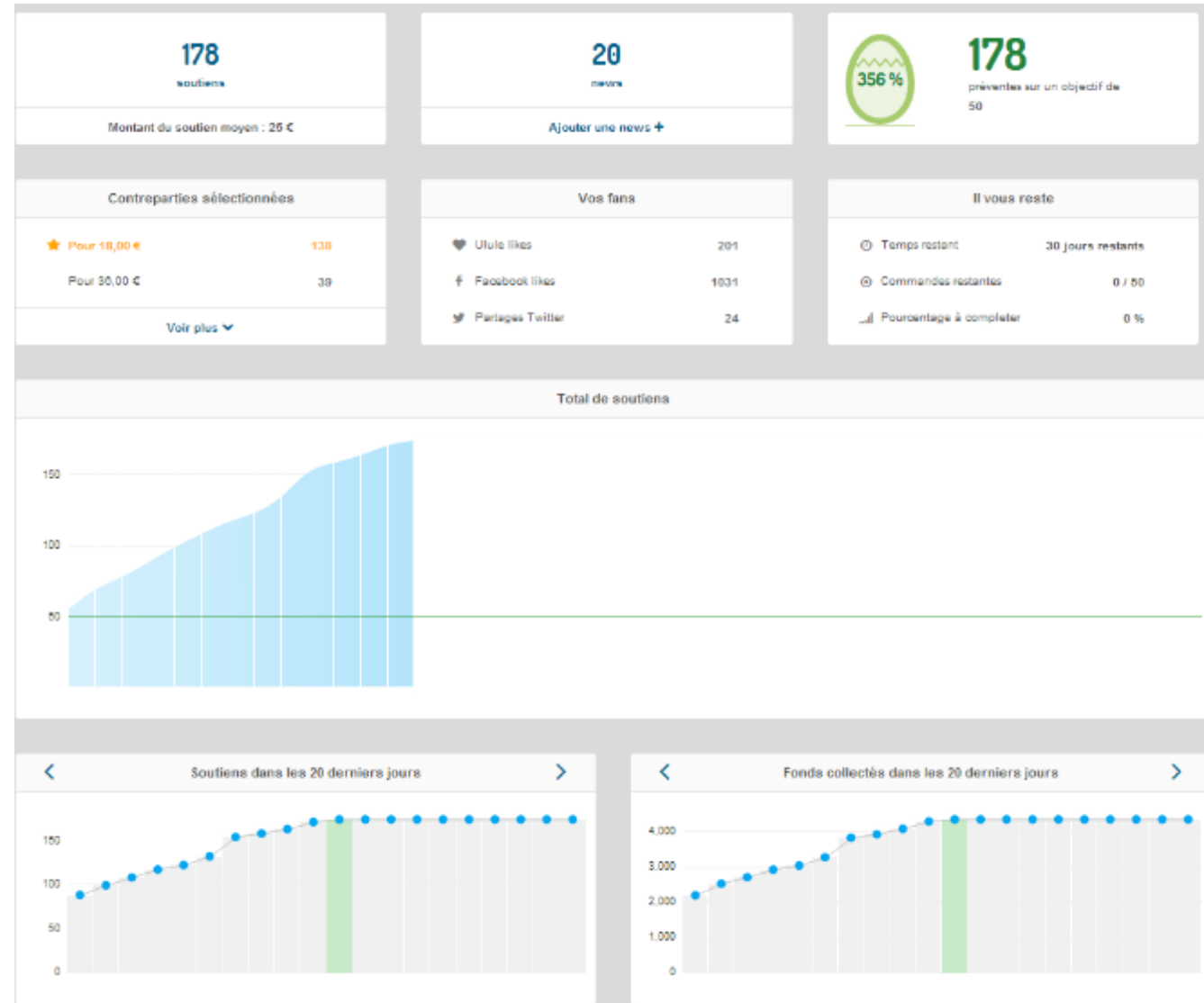
Vous pouvez observer :

- La contrepartie la plus sélectionnée
- Vos partages / likes RS
- Les soutiens des derniers jours
- Les fonds collectés des derniers jours

Objectifs :

- Pouvoir réagir en fonction des chiffres
- Pouvoir corréler vos actions externes aux retours sur Ulule et adapter votre communication
- Faire un bilan global après la collecte

Pour en savoir plus : <http://fr.vox.ulule.com/mode-demploi-du-dashboard-en-cours-de-collecte-9894/>



Quel moyen de communication privilégier en fonction des cercles ?

1 ^{er} Cercle	2 nd Cercle	3 ^e Cercle
- Mail personnalisé - Téléphone - Rencontres + Réseaux sociaux (+30%)	- Mail collectifs - Relai de votre 1^{er} cercle - Page fan - Partages facebook - Twitter - Linkedin - Google +	- Réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Linkedin, Pinterest...) - Media • En ligne • Hors ligne
Flyers, Affiches, Forum		





Rythme : 0,5 - 1 post/jour

Discours sur le projet et la collecte :

- Informations exclusives sur le projet
- Progression de la collecte :
 - Annonce de la collecte
 - Grands paliers
 - Calendrier (J-15)
 - Relayer les news

Prévoir éventuellement un budget pour

« pusher » des posts



Rythme : plusieurs tweets/jour

Discours

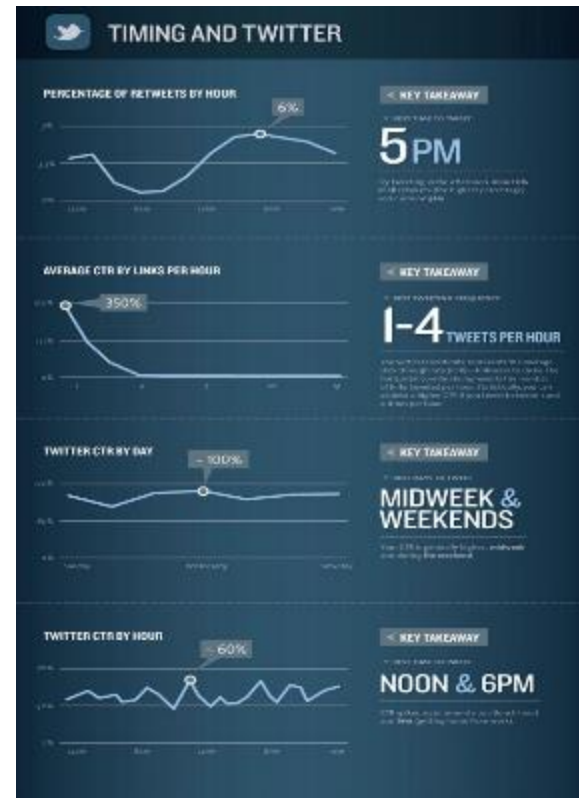
- Progression de la collecte :
 - Annonce de la collecte
 - Grands paliers
 - Calendrier (J-15)
 - Relayer des news



- Horaires : 12h / 17h-18h
- Nombre de tweets : 1 – 4/h



- Horaires : 12h / 18h-19h30
- Nombre de posts : 0,5 par jour



Ces conseils sont à nuancer en fonction des habitudes de votre propre communauté. Une analyse de leurs habitudes est possible sur la page Facebook de votre projet

Publier des news régulièrement (minimum tous les 5 jours) :

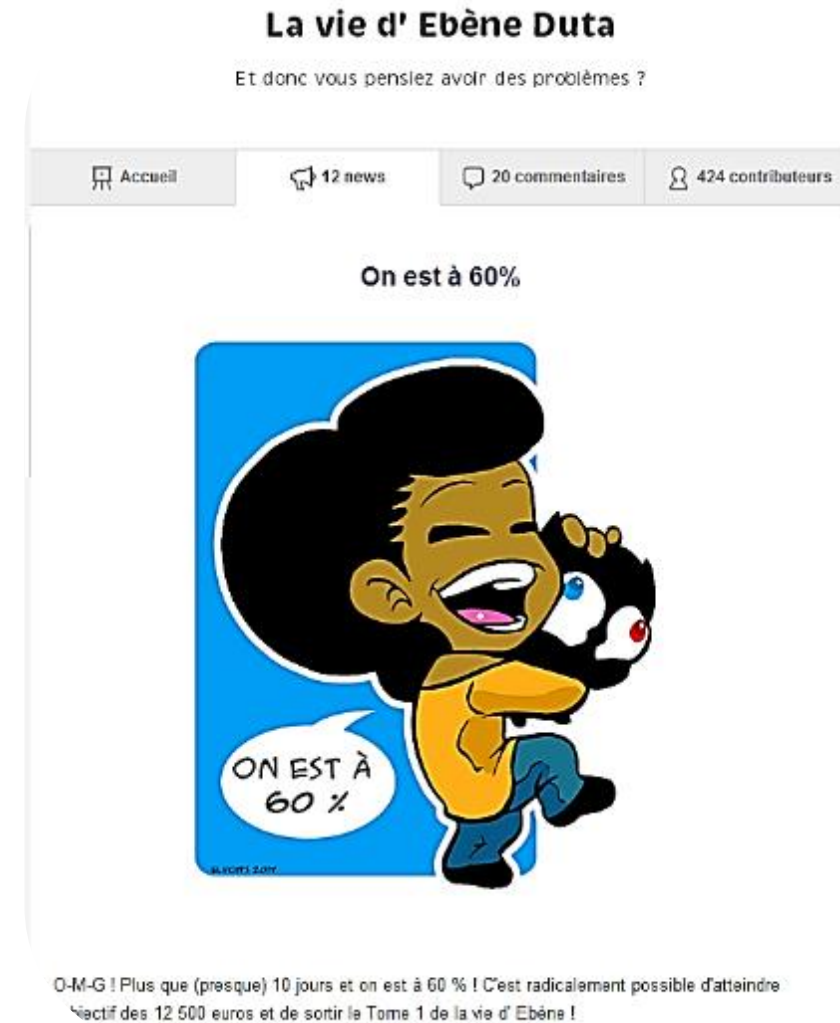
Objectif : garder le lien !

- Evolution de la collecte pendant la campagne
- Evolution du projet après la collecte

Quel type d'information partager ?

- Avancée de la collecte : nombre de contributeurs, pourcentage atteint
- Les échéances de calendrier (J-15 / J-5)
- Des informations exclusives concernant le projet
- Remercier les contributeurs (ça ne fait jamais de mal !)
- Nouveaux paliers - objectifs

Les news peuvent être accessibles à tous les inscrits d'Ulule ou seulement à vos contributeurs qui les reçoivent par mail



Quelques bons exemples

Glowee est à Futur en Seine !

Jeudi 11 et vendredi 12 juin, Glowee participe à Futur en Seine, le festival du numérique ! Nous serons là, parmi plus de 150 innovateurs Français et internationaux, pour présenter notre technologie !

Ulule nous a fait un peu de place, nous serons donc sur leur stand ... mais pas seulement, car demain, nous serons aussi sur le stand de la Ville de Paris !

Nous sommes tous très impatients de vous rencontrer !



Relayer ses événements

Insérer des boutons de partage pour viraliser la campagne

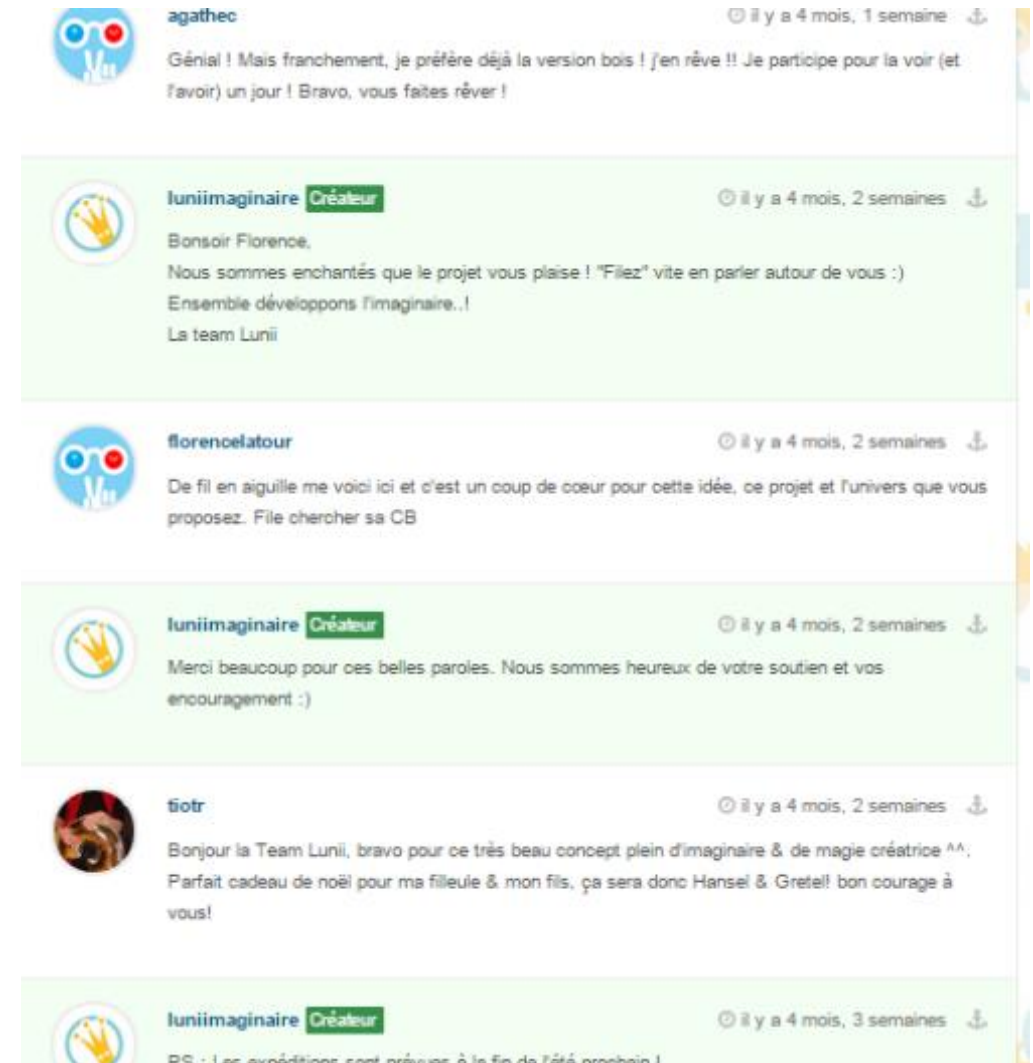


Répondez aux commentaires :

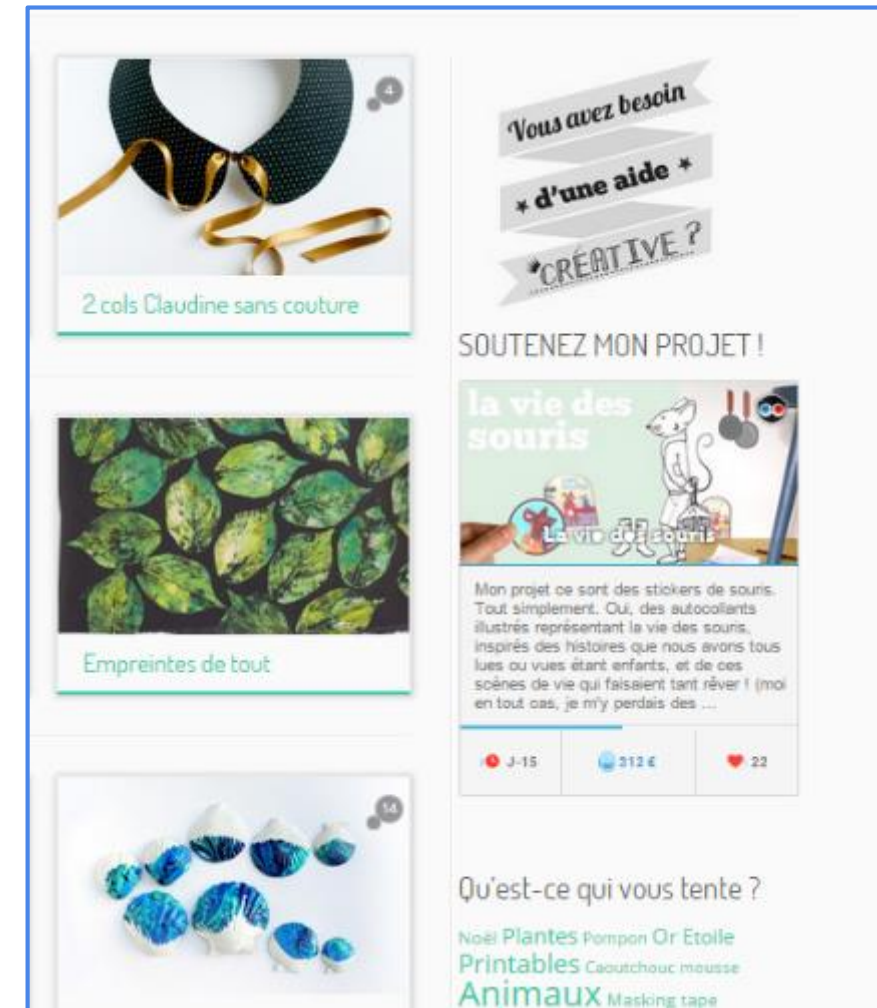
Il faut être attentif tout au long de la collecte :

- Répondre aux questions des internautes
- Remerciez les contributeurs qui vous encouragent
- Répondre poliment aux messages piquants, ils peuvent parfois réserver de bonnes surprises

Votre réactivité témoigne à la fois de votre implication mais aussi du dynamisme du projet !



- intégrer sur votre image de cover Facebook l'url de votre collecte
- mettre dans votre signature de mail un lien vers votre collecte pour que chaque échange par mail donne lieu à une petite piqure de rappel au sujet de votre campagne en cours
- intégrer un Widget sur votre site internet ou votre blog



Une fois les 100% atteints, il faut continuer de dynamiser la campagne :

Quelques techniques avancées :

1. Nouveau palier et évolution de la page projet
2. Nouvelle contrepartie
3. Jeu-concours
4. Evolution de l'image principale



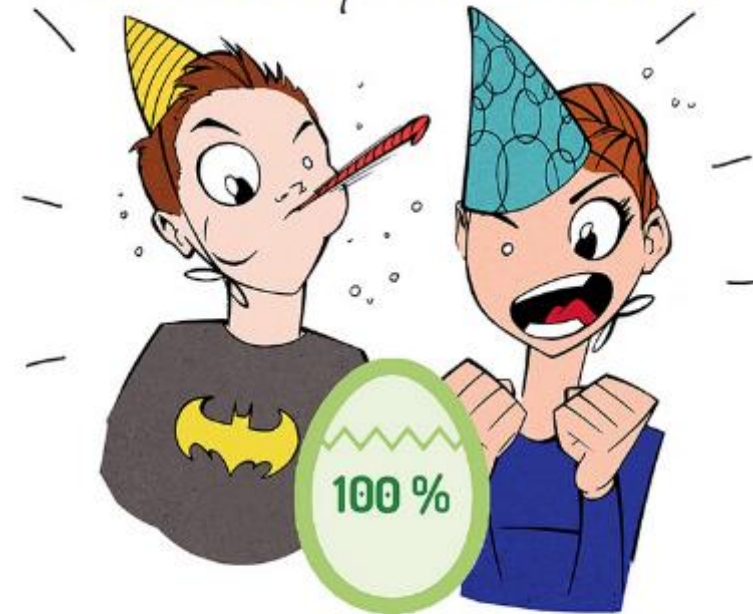
Premiers réflexes après les 100% (I) :

- Publier une news :
 - Annoncer les 100%
 - Remercier les soutiens
 - Les inciter à continuer à communiquer sur le projet
- Communiquer l'information sur les réseaux sociaux

News

100 % !

MERCI À TOUS !



100%, on l'a fait ! Et en plus, en seulement 6 jours ! Tout ça c'est grâce à vous, merci ! Voilà à quoi on ressemblait ce soir quand on a dépassé l'objectif !

Rendez-vous dans la matinée, pour l'annonce de la suite de la campagne. Vous ne croyiez tout de même pas qu'on allait s'arrêter là ?! :p

Premiers réflexes après les 100% (II) :

1. Définir un nouveau palier :

- L'annoncer dans la page projet (1^e partie de la page)
- Publier une news pour le communiquer
- Le communiquer aussi sur les réseaux sociaux

FACEBOOK

K



NEWS

Vers l'infini et l'au delà !

Moins de 48h après le début de la campagne les 100 % ont été dépassés. 119 % ce matin :)

Merci à vous tous d'avoir contribué, d'avoir partagé l'info, toute aide étant précieuse.

A 100 % c'est la parution du livre qui est rendue possible,

si on atteint 200 %, je pourrais me permettre d'ajouter un certain nombre de pages, de prendre un papier plus épais pour avoir un produit fini encore plus chouette. Et chaque contributeur d'un minimum de 25 euros aura d'autres contreparties offertes. Je suis en train d'y réfléchir d'ailleurs, mais n'hésitez pas à m'envoyer un commentaire avec vos idées ;)

Si on atteint 400 %, la couverture cartonnée, comme un vrai album de BD !
Donc encore, un gros merci à tous !

Et une page de la BD en bonus ;)
(comme toutes, qui sera amenée à être modifiée à la fin, quand je viendrais tout ajuster)

SOLANGE ET LES VIVANTS

Un film-expérience de Solange te parle

Accueil

23 news

78 commentaires

376 contributeurs



A propos

Films et vidéo



Un énorme merci à tous ceux qui ont permis de près ou de loin que nous atteignions notre objectif en deux petites semaines ! Grâce à vous je peux rêver de porter le projet un peu plus loin et augmenter les chances que le film soit remarqué le plus tôt possible.

Voici donc de nouvelles raisons de parler de SOLANGE ET LES VIVANTS autour de vous (toujours plus original que de commenter la météo) :

Si nous atteignons 10 000 € : Nous pourrions financer le tournage d'une séquence en forêt au Québec avec les comédiens québécois qui incarnent les parents de Solange. Cette touche d'authenticité me tient fort à cœur depuis la conception du projet. Étant Canadienne, je me suis promis d'inclure des images de chez moi dans mon film. L'argent couvrira la logistique et la location du matériel sur place, le transport et les défraiements du chef-opérateur, et les défraiements de l'équipe québécoise. **ATTEINT !**

Si nous atteignons 12 000 € : Nous pourrions ajouter trois journées de tournage à Paris. Cette précieuse liberté supplémentaire permettra de tenter davantage de choses avec les acteurs sur les

Aller plus loin (I) : proposer une nouvelle contrepartie !

2. Une contrepartie qui dépend du nouvel objectif:

- ✓ Inciter les contributeurs à activer leur réseau pour recevoir eux-mêmes la nouvelle contrepartie (plutôt **volume, nombre de contributeurs**)
 - ✓ La limiter à un seuil de contribution => inciter certains contributeurs à modifier leur contribution pour l'obtenir (plutôt **valeur**)
- ou
- ✓ Un « upgrade » de contrepartie : obtenu si le nouveau palier est atteint

Contreparties 200 %

Bonjour !

On a passé le cap des 200 %, il est temps pour moi de vous donner à choisir parmi plusieurs contreparties, qui concerneront tout **les contributeurs de 25 euros ou plus**.

Pochette cartonnée A4 "Angkor" : Chaque contributeur recevra 1 chemise cartonnée A4 dans laquelle ranger ses documents. Elle sera donc illustrée par un visuel sur le thème d'Angkor.

Ou bien:

Autocollant adhésif A4 "Angkor" : Chaque contributeur recevra 1 autocollant PVC avec fond transparent à appliquer pour décorer pochettes, ordinateurs, livres etc.... sur le thème d'Angkor.

Ou

Quatre affiches format B2 représentant les quatre saisons : Chaque contributeur recevra un lot de 4 affiches B2 (50 x 70 cm) représentant l'hiver, l'automne, le printemps et l'été et toujours sur le thème général du Cambodge. Une petite partie calendrier sera visible en bas des affiches, et pourra être découpée pour ne garder que le visuel.

A vous de choisir ! ^.^

Vous pouvez me laisser un commentaire ici, ou sur [facebook](#) :)

A bientôt :)

Aller plus loin (II) : un jeu-concours*

3. Un jeu-concours pour les contributeurs :

- ✓ Continuer à les mobiliser autour de la collecte même si l'objectif est atteint
- ✓ Un jeu avec 1 énigme par semaine = 7 semaines où l'on maintient l'attention des contributeurs
- ✓ Concours vidéo pour faire parler de la collecte, obtenir de la viralité supplémentaire

* Attention aux règles légales

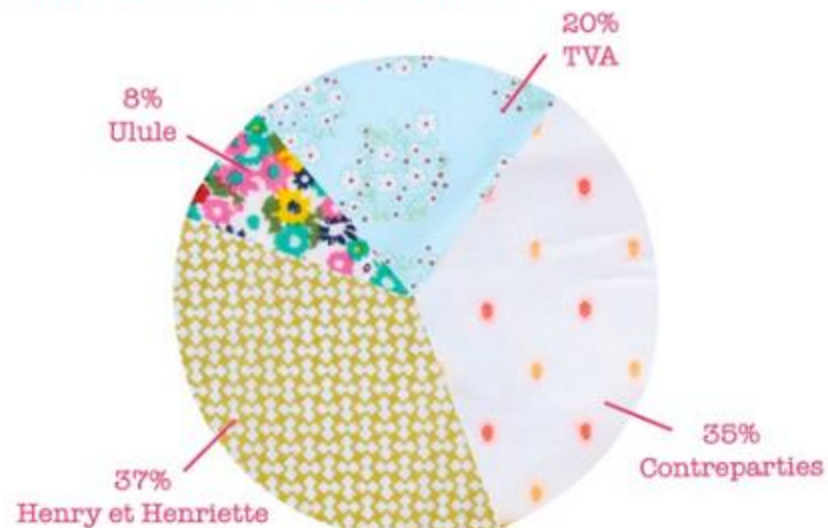


Aller plus loin (III) : modifier la page !

4. Changez l'image du projet en fonction des échéances :
 - ✓ Avoir une image qui témoigne de l'évolution du projet
 - ✓ Evitez que les contributeurs ne se lassent



Pourquoi nous devons atteindre 150%



Mise en situation : vous avez atteint 100% et après ?

Dépasser son objectif : Aller plus loin

Aller plus loin : étude de cas

8

The screenshot shows the crowdfunding page for 'L'agenda de Mr Q'. The title is 'L'agenda de Mr Q' with the subtitle 'Pour un agenda qu'il est bon d'écrire dedans.' Below the title, there are navigation links: 'Accueil', '7 news', '23 commentaires', and '187 contributeurs'. The main visual is a colorful illustration of a person with red hair and blue sunglasses, holding a red pen, with the word 'Agenda 2015' written in large blue cursive. To the right, a green progress bar shows '105 %' collected out of a '4 950 €' goal, with '5 245 €' currently raised. A blue 'Contribuer à partir de 5 €' button is prominent, with 'Paiement sécurisé' below it. A clock icon indicates '14 jours restants'. Below this is the creator's profile for 'Mr Q' from Paris, with '1 projet créé' and a link to 'Envoyer un message'.

Pour 5 € ou plus

Mon amour pour toi et ton nom (ou pseudo) dans la page ou je remercie les gens !

Pour 10 € ou plus

Pareil + un petit crayonné que je t'envoie.

Pour 20 € ou plus

Tu reçois l'agenda direct chez toi ! Bim ! Bam ! Boum ! Et bien sur ton nom (ou pseudo) figure dedans.

Pour 30 € ou plus

Tu reçois l'agenda direct chez toi avec une **dédicace en dessin** dedans ! Et ton nom (ou pseudo) figure dedans

Pour 50 € ou plus

Pareil, mais en plus de l'agenda :

2 petits badges/Pin's (un avec la trombine de Mr Q, et un autre avec la bouille de Meeko)

un **MUG** pour ton ptit dej (tu as le choix entre 2 modèles...) ! (limité à 50 exemplaires)

⚠ **Récompense limitée, seulement 23 disponibles !**

Pour 100 € ou plus

L'agenda Dedicacé

Les deux badges

Le mug

Ton nom ou pseudo dedans

+ Une illustration couleur personnalisée (un portrait de toi, ta maman, ton amoureux(se) ou de ton ennemi juré, comme tu veux. On se fait un p'tit skype pour que tu m'explique tout tu vois. A l'aise blaiz'). Format A4.

⚠ **Récompense limitée, seulement 14 disponibles !**

Pour 200 € ou plus

L'agenda dédié

Les 2 badges

Le Mug

Ton nom ou pseudo dedans

Une illustration couleur personnalisée format A4.

+ Un cours particulier de dessin avec moi (une journée) dans la joie, la bonne humeur et les cacahuètes (j'achète les cacahuètes, c'est évident).

⚠ **Récompense limitée, seulement 10 disponibles !**

Changer avec : <http://fr.ulule.com/mespapas-etmoi/> ?

Les derniers jours de collecte :

- Publiez des news avec les échéances de fin dégressives (J-15, -10, -5 etc.)
- Communiquez les échéances sur les réseaux sociaux
- Remobilisez tout votre réseau
- Publiez 1 news / jour les 3 derniers jours de collecte

⇒ Jouez sur **l'effet d'urgence**

⇒ Les gens peuvent **se mobiliser au dernier moment**

Un projet qui atteint
30% de l'objectif a 88%
de chance d'être financé





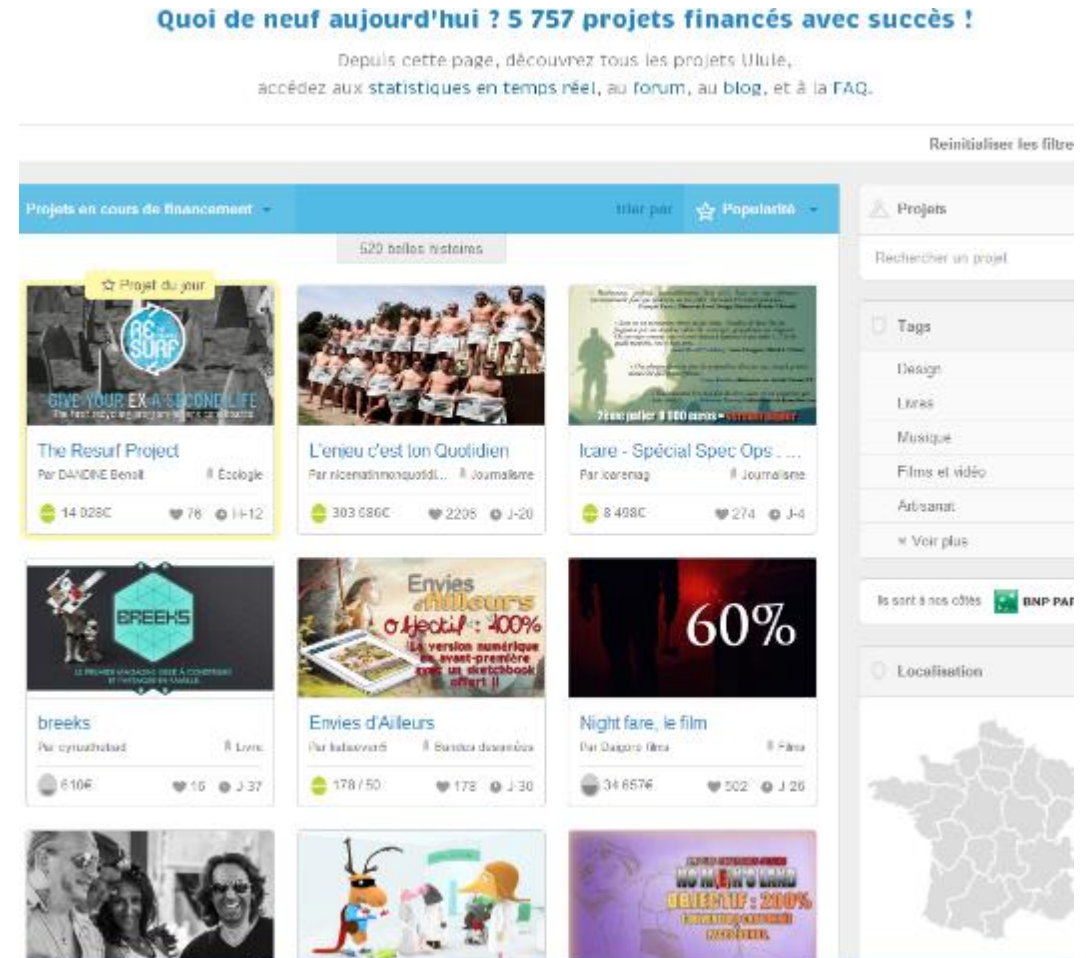
H-8 !

C'est aujourd'hui la DERNIÈRE journée, il vous reste 8H pour nous soutenir !
Objectif final ? Finaliser et sortir la 1ère version de l'application mobile !
>>> Let's Goood ! <<<



Les dispositifs de mise en avant des collectes :

- **Projet du jour**
 - ✓ Tout projet dynamique +30%
- **Réseaux sociaux**
 - ✓ Tout projet dynamique +30%
- **Newsletter** (3 projets / semaine)
 - ✓ Projet +30%
 - ✓ Projet grand public
- **La page d'accueil projets Ulule : référencement naturel**
 - ✓ Automatique : les projets ayant obtenu le plus grand nombre de soutiens dans les dernières 48h



Une fois votre collecte finie, le projet continue :

- Une news pour tous les soutiens le lendemain matin :
 - Un message de remerciement
 - Indiquer la suite de la marche à suivre
 - Continuez à donner des nouvelles du projet !
 - Sa réalisation
 - Envoyez des photos en avant-première
- Vos contributeurs font partie de la réussite de votre projet:
Chouchoutez-les ! Bichonnez-les !



L'envoi des contreparties :

Pour que le facteur puisse passer...

Bonjour chers amis Lulule!

Nous avons remarqué que plusieurs contributeurs n'avaient pas enregistré leur adresse de livraison alors qu'ils ont choisi des contreparties qui seront envoyées par la poste... Si vous êtes de ceux-là, voilà la marche à suivre (ce serait dommage de ne pas recevoir votre contrepartie, non?)

Étape 1

Mon profil
Préférences
Transactions
Mes projets
Déconnexion

Cliquez sur l'icône de votre compte, en haut à droite de la page Lulule, puis sur la rubrique "Transactions".

Étape 2

Une fois la page de la rubrique "Transactions" ouverte, cliquez sur le petit orayon qui se trouve à droite, sur la ligne correspondant à notre projet.

Étape 3

Adresse de livraison

Adresses @

Prénom

Nom

Sherman

1. Indiquez les **échéances d'envoi** des contreparties dans des news (surtout s'il y a du retard !)

2. Exporter le **fichier Excel** de la liste de vos contributeurs au moment de l'envoi des contreparties
→ si adresses postales manquantes publiez une News + post Facebook pour demander aux contributeurs de l'indiquer et ré-exporter le fichier Excel quelques jours plus tard



L'envoi des contreparties :



The screenshot shows a Google Form titled "C'est la Blédardise". It has two main sections: "Nom complet *" and "Contribution *". The "Nom complet *" section has a text input field and a note: "Merci de rappeler le nom indiqué lors de l'enregistrement de votre contribution". The "Contribution *" section has a dropdown menu and a note: "Merci d'indiquer le montant de votre contribution n'afficher que les champs relatifs à celle-ci". Below the dropdown is a red error message: "Cette question est obligatoire." and a "Continuer »" button. At the bottom, it says "Fourni par Google Forms" and "Ce contenu n'est ni rédigé, ni cautionné par Google." with links to "Signaler un cas d'utilisation abusive", "Conditions d'utilisation", and "Clauses additionnelles".

3. Si vous avez des problématiques de tailles/couleurs/motifs/adresses.. créez un **Google formulaire**

4. Pensez à un **message d'accompagnement personnalisé** pour les contreparties, **c'est le meilleur moyen de continuer à faire parler de son projet et maintenir le lien avec vos contributeurs**



Chapitre 9 : Intégrer des partenaires dans la collecte, les dispositifs de partenariats

- Intégrer les partenaires à vos collectes
- Pages Official Users
- L'abondement
- Appel à projets
- Utilisation de l'API - sourcing

Les dispositifs d'intégration des partenaires :

- Intérêts :

- ✓ Pour le porteur de projet : obtenir un **soutien financier ou viral** d'une entreprise ou organisme
- ✓ Pour la marque : avoir de la **visibilité** sur la collecte et un **positionnement innovant**

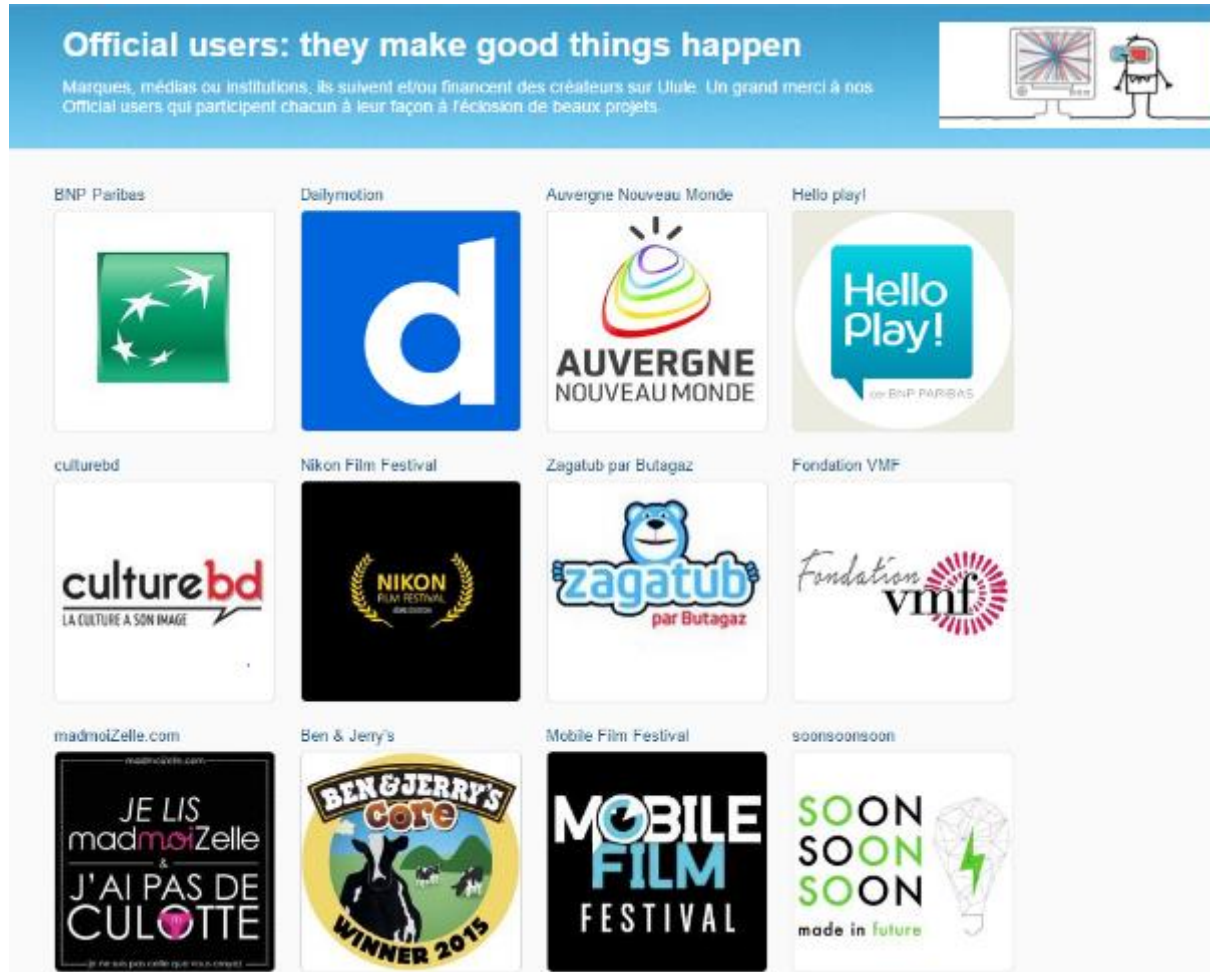
- **Attention !!** Les entreprises et autres organismes mettent généralement du temps à réagir, il faut les contacter avant le lancement de la collecte !

Exemples :

Les P'tits Doudous => Cooper Standard, Pan Pharma

Château de Quintin => fondation VMF

Application Volcans d'Auvergne => Volvic, Edf, Crédit mutuel



Une place pour les marques sur Ulule :

Le statut Official User permet de :

- Sélectionner des projets « coup de cœur »
- Participer financièrement aux projets
- Être prescripteur sur Ulule
- avoir de la visibilité sur les projets soutenus

Affichage page Official User de l'entreprise

The screenshot displays the official user profile for 'Auvergne Nouveau Monde' on the Ulule platform. The profile header includes the organization's logo, name, and a 'Suivi' (Following) button. Below the header, a bio states: 'Ils sont auvergnats et leurs projets sont prometteurs... Par leur créativité, leurs ambitions et leur caractère parfois inédit, ils font rayonner l'Auvergne. Vous aimez ? retrouvez la sélection 2015 en octobre...'. The profile shows 69 projects, 5449 connections, and is categorized as 'Expert certifié'. The main content area features a grid of project cards, including 'Le signal des essaims, le ...', 'Sine nomine's Bach !', 'VIDEO'JOB', 'Les marchés de Max et Lucie', 'Le Bon Stop, l'Autostop 2.0', and 'FUSTA la marque de ski 1...'. Each card displays the project title, creator, category, and funding progress. The right sidebar contains the user's handle '@auvergne-nouveau-monde', a bio, and links to their Facebook and website.

Auvergne Nouveau Monde

suivi ✓

Envoyer un message

auvergne-nouveau-monde Auvergne

Ils sont auvergnats et leurs projets sont prometteurs... Par leur créativité, leurs ambitions et leur caractère parfois inédit, ils font rayonner l'Auvergne. Vous aimez ? retrouvez la sélection 2015 en octobre ...

Activité 69 projets 5449 connexions

Tout (69) Soutenu (7) Suivi (62)

Le signal des essaims, le ...
Par Anne Bernardi BD
4 255 € 60 Fini

Sine nomine's Bach !
Par ensemble_sinenomine Musique
715 € 23 Fini

VIDEO'JOB
Par VIDEO'JOB Films
1 820 € 23 Fini

Les marchés de Max et Lucie
Par lesmarchesdemaxartisanat & Cuisine

Le Bon Stop, l'Autostop 2.0
Par David VALÉRY Solidaire & Citoyen

FUSTA la marque de ski 1...
Par fusta Artisanat & Cuisine

@auvergne-nouveau-monde

Auvergne Nouveau Monde fédère les entreprises, les associations, les universités, les territoires qui partagent à la fois les mêmes valeurs et l'envie de construire un nouveau monde en Auvergne.

Inscription il y a 3 années, 3 mois

facebook.com/auvergnenouvea...

auvergne-nouveau-monde.fr

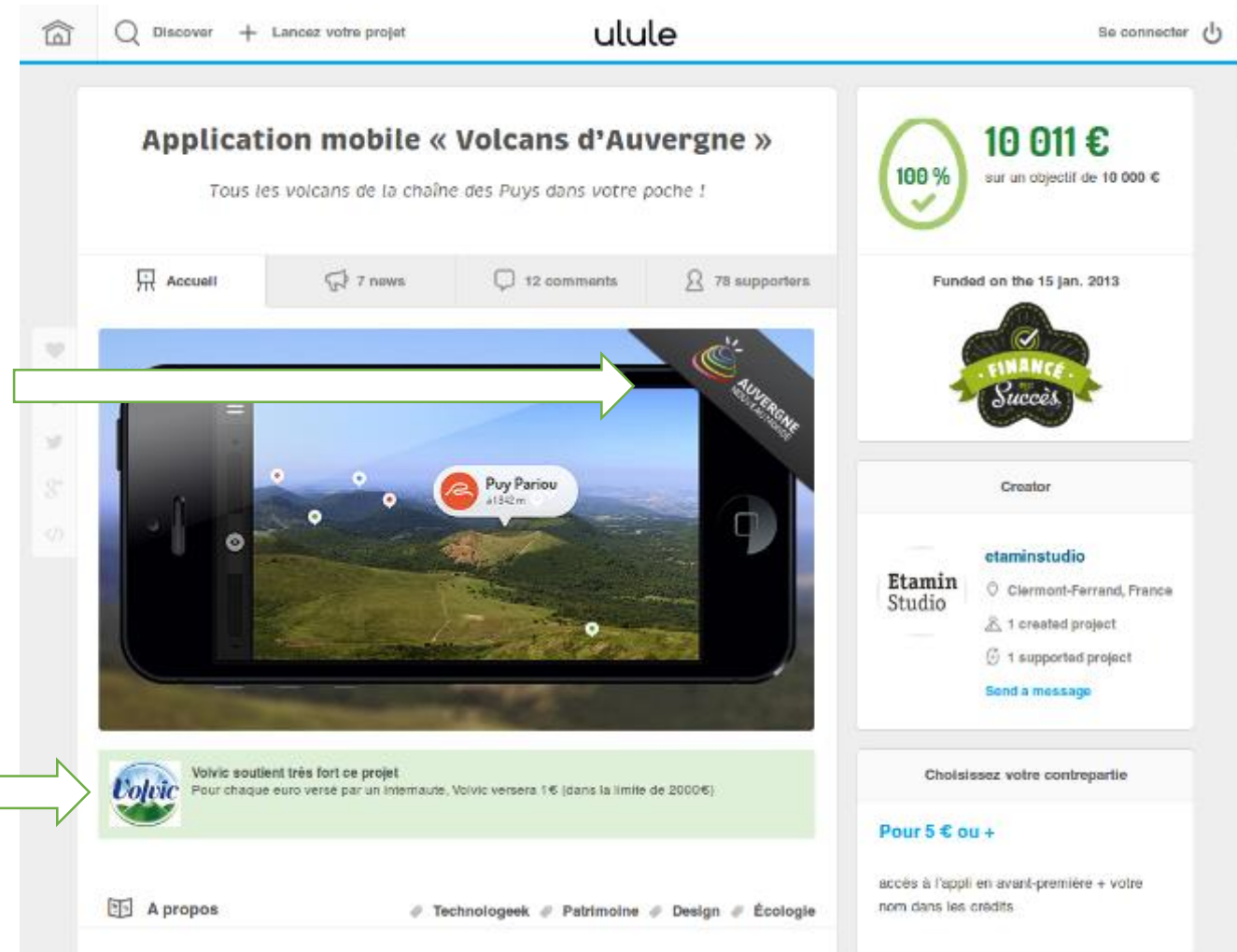
Expert certifié

ulule

L'abondement sur une collecte :

Macaron spécifique
pour une opération

Banner sous le visuel principal qui décrit
l'abondement proposé par le partenaire
entreprise (sur mesure)



Appel à projets entrepreneuriaux avec Auvergne Nouveau Monde

Tremplin permettant de soutenir des projets créatifs entrepreneuriaux dans la région Auvergne, impliquant des entreprises locales partenaires

AUVERGNE NOUVEAU MONDE Et pour projets!

AVR **ulule**

VOUS AUSSI, BÂTISSEZ LE NOUVEAU MONDE

- Le nouveau monde se réveille en Auvergne : des valeurs fortes, des idées nouvelles et créatives, une exigence certaine et une envie de partager ... c'est ce que racontent et démontrent tous ces projets mobilisés par Auvergne Nouveau Monde.
- 6 semaines pour transformer l'essai ! A nous maintenant, auvergnats ou pas, d'ici ou d'ailleurs, de donner corps à ces projets en les soutenant directement avec autant d'ambition et d'énergie qu'ils m'en ont déployé et en mobilisant vos propres réseaux...
- Enfin, les partenaires de l'appel à projets «Et pour projets» donnent un coup d'accélérateur à leur projet préféré en doublant la mise des internautes.

Des projets portés par tout un territoire ça c'est le nouveau monde !

Le 15 octobre 2012
DÉCOUVREZ UN NOUVEAU MONDE DE PROJETS
Ouverture prochainement

Vous souhaitez proposer un projet ?
Téléchargez le PDF ou rendez-vous sur Ulule.com

Facebook Twitter Pinterest

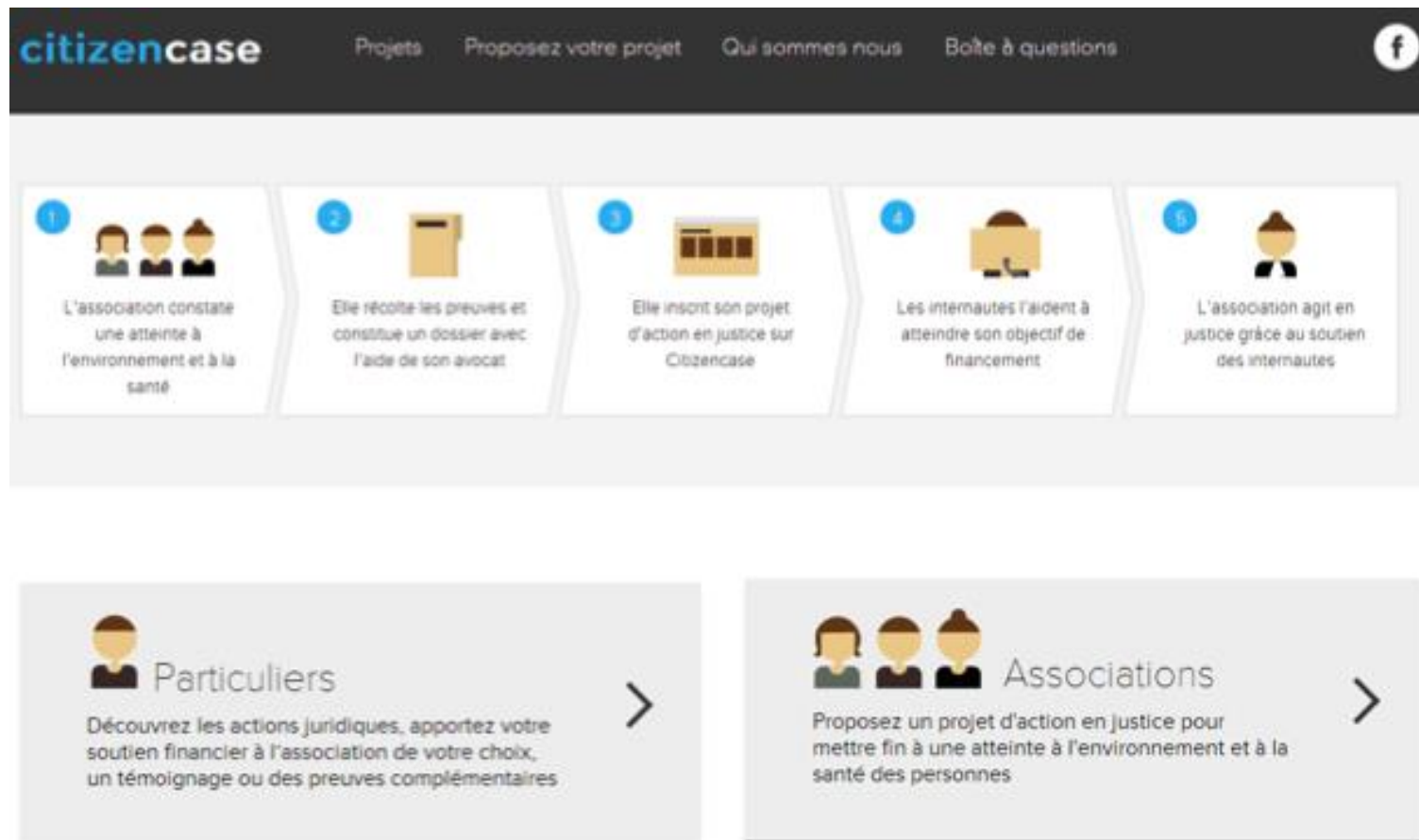
3i nature **Credito** **Vofvic**

3i nature **Credito** **Vofvic**

ulule

Site dédié au financement d'actions en justice avec

- <http://citizencase.org/>



Hello play! Plateforme de soutien à des projets musicaux avec Hello bank!

<https://www.helloplay.fr/fr>



RENDEZ-VOUS SUR
HELLOPLAY.FR

Hello
play!
par Hello bank!

#SUPPORTMUSIC

ÉCOUTER = SOUTENIR

ÉCOUTEZ
VOTRE MUSIQUE

COLLECTEZ
DES HELLO COINS

SOUTENEZ
DES PROJETS MUSICAUX

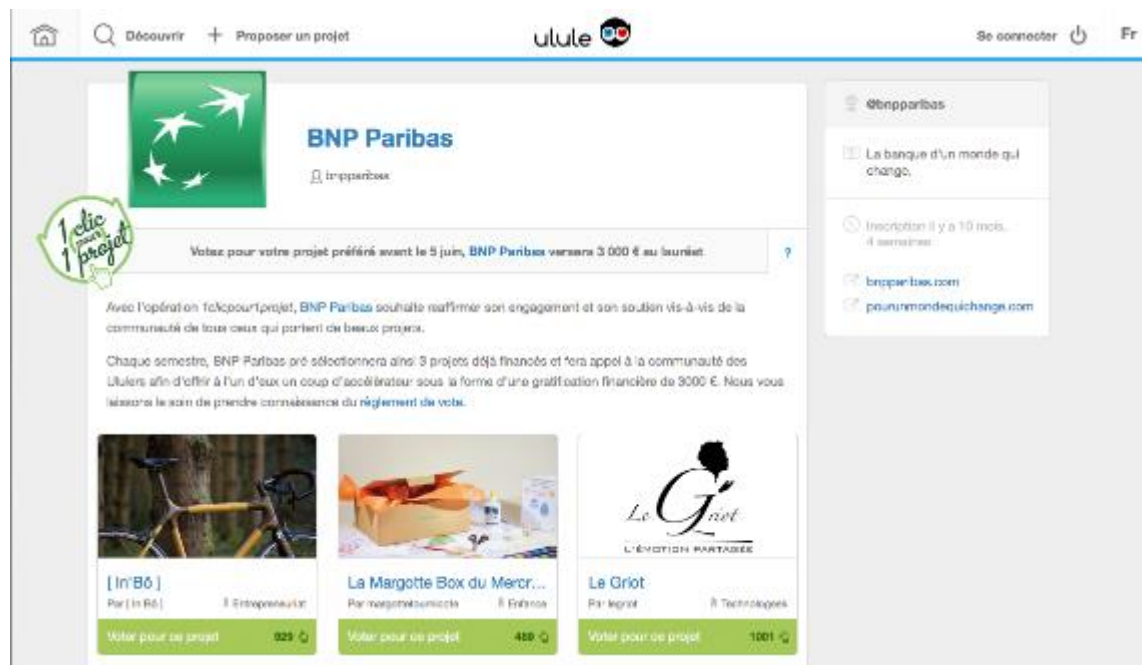
LA MUSIQUE QUE VOUS ÉCOUTEZ SOUTIENT LES PROJETS MUSICAUX DE DEMAIN

Jeu-concours avec BNP Paribas sur l'entrepreneuriat innovant ou Butagaz pour leur programme Zagatub

Sélection de 3 projets financés sur Ulule soumis aux votes du public pour gagner 3 000 Euros

<http://fr.ulule.com/bnpparibas/>

<http://fr.ulule.com/zagatub-par-butagaz/>



Sourcing qualifié de projets pour candidater à des prix et concours d'entrepreneurs

Sélection de projets financés sur Ulule répondant à des critères précis, définis par des marques pour candidater à des Prix / Concours

Ben & Jerry's



Nissan



Prix HEINEKEN SAS



La contrepartie entreprise :

- Pensez à une contrepartie pour entreprise
- Prix plus avantageux que lorsqu'on passe en direct
- Les contacter avant (prise de décision assez longue)

Contrepartie entreprise

Pour 500 € ou plus

La Contrepartie « Pour 100€ ou + »

+ Visite complète et personnalisée du Lucernaire**

+ **10 invitations supplémentaires*** (au choix théâtre ou cinéma)

+ **Découverte de « l'envers du décor »**
(passez une soirée avec l'équipe technique et assistez au montage des décors et au spectacle de votre choix depuis la régie).

Pour 1 000 € ou plus

SPECIAL ENTREPRISE:

Contrepartie à définir avec le Lucernaire.

Exemples de contreparties:

- Tarifs préférentiels sur les locations de salles pour un événement de relations publiques (cocktail, soirée privée, lancement de brochure...),

- Invitations des salariés pour un spectacle (dans la limite de 50 places), avec ou sans cocktail à l'issue de la représentation,

- Visibilité sur tous les supports de communication (site internet, cahiers de programme, documents imprimés, réseaux sociaux),

- Visite complète du Lucernaire et découverte des coulisses pour tous les salariés (par groupe de 25 max.).

- Suivez-vous entre certifiés sur Ulule:
http://fr.ulule.com/badges/?_ga=1.219064605.526433081.1421232466
- Dites-nous si vous souhaitez accompagner des collectes
- Dites-nous si vous voulez qu'on vous rapproche des Connecteurs de votre région pour organiser des meet-up ou workshop et si vous avez besoin de supports

Prochain meet-up : Nantes le 21 octobre

Pour vous inscrire : <http://www.meetup.com/fr/ulule-nantes/>



Création d'un programme Connecteurs regroupant les Ululeurs les plus actifs souhaitant s'investir dans la communauté Ulule

- badges d'identification sur la plate-forme visible par tous les membres
- invitation aux évènements Ulule (tables-rondes, Ulule Tour, soirées, salons, etc.)
- invitation permanente aux formations de 2 heures dans nos locaux
- webinar réguliers pour échanger et partager les nouveautés
- groupe Facebook Connecteurs secret pour échanger sur les best practices, les évolutions d'Ulule et recueillir les avis sur pleins de sujets

Organisation de meet-up chaque mois dans toute la France



Chapitre 12 : Kit récapitulatif

- Liens utiles
- La check list avant de se lancer
- Do & don't

Quelques 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...) : <http://fr.vox.ulule.com/tout-creation-et-promotion-d-projet-ulule-sommaire-7829/>
- La Foire Aux Questions Ulule pour tout savoir sur le fonctionnement de la plateforme : <http://fr.ulule.com/about/faq/>
- Le blog d'Ulule : http://chouette.ulule.com/?_ga=1.9438641.526433081.1421232466
- Les statistiques en temps réel d'Ulule : <http://fr.ulule.com/stats/>
- Les badges Ulule où vous pourrez identifier tous les Ululeurs les plus actifs dans les catégories qui vous intéressent : <http://fr.ulule.com/badges/>
- Toutes nos prochaines formations : <http://www.eventbrite.fr/o/ulule-6266096773>

Check List - préparation de campagne

1. Préparer sa communauté

- ✓ **Identifier toutes les parties prenantes et les cibles de votre projet.** Hiérarchisez-les selon les 3 cercles de financement.
- ✓ **Avertissez quelques semaines à l'avance vos proches,** les sensibiliser
- ✓ **Organisez un pot de début de collecte avec votre premier cercle**
- ✓ **Créez une page Facebook ou d'autres réseaux sociaux**
- ✓ **Identifiez aussi les médias** à mobiliser en sélectionnant les plus pertinents selon votre projet (ceux qui s'adressent à vos cibles).
- ✓ **Contacter les blogs et la presse avant le démarrage de la collecte**
- ✓ **Identifier les chefs de fil/prescripteurs et rentrer en contact avec eux avant même le lancement**

2. Rétro-planning de campagne

- ✓ **Listez toutes les actions de communication** que vous pourrez faire avant et pendant la collecte : qui contacterez-vous, quand et comment?

3. Préparer ses contenus

- ✓ **Les différents mails**
- ✓ **Les contenus des news** vidéos, visuels, ou textes
- ✓ **Votre communication sur les réseaux sociaux** contenus post Facebook/Twitter...
- ✓ **Un communiqué de presse**
- ✓ **Anticiper le succès et préparez des paliers en cas d'explosion du budget**

DO & DON'T

DO

- 1) Se préparer (cibles, contenu, rétro-planning)
- 2) Suivre des campagnes et même des contributeurs
- 3) En parler autour de soi avant de se lancer
- 4) Valoriser ses contributeurs
- 5) Avoir une attitude positive et convainquante

DON'T

- 1) Poster la collecte sur les réseaux sociaux avec 0 soutien
- 2) Mettre un objectif exorbitant pour atteindre une somme plus importante
- 3) Faire l'aumône
- 4) Oublier votre projet
- 5) Avoir un discours négatif et défaitiste





Donnez vie aux bonnes idées

www.ulule.com