

# FORMATION REUSSIR SA CAMPAGNE DE CROWDFUNDING CROW

## **Public Visé**

Conseillers en création, transmission, reprise d'entreprise : TPE, entreprises innovantes, start-up, auto-entrepreneurs, dirigeant etc.

## **Durée**

**7.00** Heures en présentiel en présentiel  
**1** Jour

## **Pré Requis**

Aucun.

## Parcours pédagogique

### Introduction : historique et évolution du crowdfunding, éléments de contexte

- Bref historique du crowdfunding à travers le monde : les évolutions, les enjeux, le potentiel
- Panorama rapide des différentes plateformes de crowdfunding, en France et à l'international
- Le principe et les « règles » du crowdfunding

*Jeu « le saviez-vous ? » : Les marques célèbres qui se sont lancées sur une plateforme de crowdfunding*

### Préparer son dossier

- Définir son projet : à quel stade d'avancement en est-on (test de prototype, développement d'activité, stade de la recherche, entreprise en création ou déjà créée ...) ? Quels sont les objectifs de la campagne ? À quoi les fonds collectés vont-ils servir ?
- Monter son budget : chiffrer ses besoins, estimer les coûts de la campagne (communication, déplacements, événements, impression, expéditions ...), chiffrer les montants des contreparties (coûts de fabrication, d'emballage, d'expédition, coûts de revient ...)
- Créer un rétroplanning des 3 phases de la campagne : en amont, pendant, et après la campagne

*Exercice : À partir d'un cas fictif, estimer l'objectif chiffré (montant de collecte à atteindre) d'une campagne. À partir d'un cas fictif, créer un rétroplanning en 3 phases*

### Choisir une plateforme de crowdfunding

- Choisir la plateforme la plus adaptée à son projet en fonction de l'offre proposée par les acteurs du marché, de la teneur du projet, de ses cibles.
- Déterminer la durée de la campagne

*Exercice : À partir de 3 projets réels, déterminer la plateforme idéale*

### Réussir sa campagne de crowdfunding

- Bien rédiger sa campagne : Travailler son « pitch » ou son accroche, synthétiser / « vulgariser » son discours
- Construire le plan de la campagne : organiser les idées
- Bien présenter sa campagne : mise en page, scénarisation et storytelling
- Sectoriser son audience / sa communauté : cercle(s) proche(s) (amis, familles), réseaux personnels et professionnels, médias, ambassadeurs, influenceurs ...
- Communiquer autour de la campagne : Adapter le message aux cibles (approche technique ou simplifiée du projet, etc.) Utiliser les différents canaux de communication (mailing, sms, événements, communiqués, réseaux sociaux, etc.)

*Cas pratique : à partir d'un cas réel ou fictif, rédiger le plan d'une campagne, identifier les cibles de communication et choisir les canaux de communication les plus adaptés*

## Objectifs pédagogiques

- Comprendre l'écosystème du crowdfunding

ASFO GRAND SUD - Numéro de déclaration d'activité (ne vaut pas agrément de l'état) : 76310897031

Version : CROW-20240223

- Conseiller le porteur de projet dans ce type d'approche
- Etre capable de déterminer quand cette solution est envisageable

## Méthodes et moyens pédagogiques

Remise de fiches synthétiques :

- Fiche synthétique des différentes plateformes de crowdfunding
- Modèle de planning de communication dans le cadre d'une campagne de crowdfunding

## Qualification Intervenant(e)s

Formateur spécialisé dans le domaine, expérimenté

## Méthodes et modalités d'évaluation

QCM, tour de table, observation

## Modalités d'Accessibilité

Accessible PMR