

Un mois avant

Campagne

- Créer une page vitrine
- Identifier les influenceurs
- Créer un brouillon de la page projet
- Lister et contacter les potentiels sponsors
- Choisir une plateforme de crowdfunding
- Définir le montant. Les 25 % doivent être atteint la première semaine

Contenu

- Écrire la description du projet
- Définir les personnas et le message marketing
- Identifier les besoins (photos, vidéos, infographies)

Réseaux sociaux

- Préparation des contenus (photos - vidéos - posts de lancement)

Mailing

- Constituer des listes d'emails
- Lister et contacter les partenaires possibles

Vidéo

- Première bande annonce

Deux semaines avant

Campagne

- Créer une FAQ
- Créer une identité visuelle
- Rédiger le texte de la fiche projet
- Définir palier des contreparties

Contenu

- Rassembler les éléments sur un drive
- Rédiger un communiqué de presse

Réseaux sociaux

- Annoncer le crowdfunding
- Rechercher des événements en relation
- Créer les posts pour les réseaux sociaux
- Créer un groupe facebook privé pour fédérer les ambassadeurs

Mailing

- Préparer les mails de remerciements
- Envoyer un mail pour son premier cercle
- Tester les brouillons de mails auprès proches

Vidéo

- Storyboard entre 1m 30 et 2 min

Durée de campagne : 35 jours

Première semaine

Lundi

- Lancement privée de la campagne
- Objectif 30 %

Mardi

- Répondre aux commentaires
- Envoyer un mail de remerciement

Mercredi

- Contrôler le taux d'ouverture des mails du premier cercle

Jeudi

- Lancement public de la campagne avec 30 % de l'objectif déjà atteint
- Post les réseaux sociaux (annonce)

Vendredi

- Relance du premier cercle
- Nouvelle newsletter avec les palliers

Samedi

- Contacter dix influenceurs du secteur Impliquer les premiers soutiens

Deuxième semaine

Lundi

- Objectif d'atteindre entre 40 et 50 %
- Réponse aux commentaires et mails de remerciements

Mardi

- Post mis à jour réseaux sociaux
- Si entre 40 et 50 %, communiqué de presse pour médias locaux et blogs spécialisés
- Actualités sur la fiche projet

Mercredi

- Rechercher de contributeurs pour les grandes contreparties
- Contrôler les métriques de la campagne

Jeudi

- Rechercher des partenaires institutionnelles ou entreprise
- Post sur l'état de la campagne

Vendredi

- Envoyer un mail à la presse locale :
 - Annoncer les chiffres de la campagne
 - Annoncer la date de fin de campagne

Samedi

- Publication de nouvelles photos sur les réseaux sociaux

Troisième semaine

Lundi

- Objectif 75 %
- Impliquer les premiers soutiens
- Réponse aux commentaires et mails de remerciements

Mardi

- Lancer une nouvelle récompense
- Contrôler les chiffres et améliorer les canaux

Mercredi

- Post de nouvelles photos et d'articles de presse sur la campagne
- Contrôler les chiffres et améliorer les canaux

Jeudi

- Post sur les réseaux sociaux
- Participer à des événements autour de la thématique.
- Envoyer des messages à des groupes ciblés.

Vendredi

- Lancer une nouvelle contrepartie
- Réponse sur la page et sur les réseaux sociaux

Samedi

- Réponse aux commentaires et mails de remerciements
- News sur la fiche projet

Quatrième semaine

Lundi

- Relance du premier cercle et second cercle avec les premiers objectifs atteints

Mardi

- Post sur réseaux sociaux
- Réponse aux commentaires et mails de remerciements

Mercredi

- Post mis à jour réseaux sociaux
- Réponse aux commentaires et mails de remerciements
- News sur la fiche projet

Jeudi

- Post sur les réseaux sociaux
- Réponse aux commentaires et mails de remerciement

Vendredi

- Post sur les réseaux sociaux
- Réponse aux commentaires et mails de remerciement

Samedi

- Rechercher de contributeurs pour les grandes contreparties

Cinquième semaine

Lundi

- Réponse aux commentaires et mail de remerciement

Mardi

- Dernière phase de la campagne :
- Communication guerilla et personnalisation

Mercredi

- Fin de la campagne et mail de remerciement à tous

Jeudi

- Envoyer un mail à tous les contacts :
- Il reste 48 H et news sur la fiche projet

Vendredi

- Envoyer un mail à votre premier cercle : il reste 24 H et news sur fiche projet

Samedi

- Événement de fin de campagne :
- remerciements et annonce des futurs actions après-campagne

