**10 conseils pour bien réussir dans le financement participatif ou bien le « crowdfunding »**

1. **Regardez des campagnes de camarade inspirantes.**

Pourquoi réinventer la roue ? Découvrez ce que font certaines des petites organisations les plus innovantes du monde avec leurs campagnes et ajustez certains des détails en fonction des vôtres. Qu'il s'agisse de tester différents publics cibles, d'utiliser des images et des vidéos ou d'ajuster le montant du financement que vous recherchez, copiez ce que font les meilleurs militants. L'imitation est, après tout, la forme de flatterie la plus sincère et peut-être la plus réussie!

1. **Se promouvoir comme un fou**

Votre plateforme de financement participatif ne fera pas tout le marketing et les relations publiques pour vous. En fait, ce sera minime dans la plupart des cas. C'est à vous de présenter votre organisation et / ou projet, idée et campagne. Contactez les journalistes dans les meilleures publications. Recherchez des opportunités de blog invité. Créez vos réseaux sociaux après le lancement de la campagne afin d'être prêt à toucher un groupe plus large de personnes une fois qu'elle aura commencé. Créez également des images à l'avance qui peuvent être utilisées pour inspirer vos publications pendant la campagne.

1. **Créer une vidéo.**

De nombreuses études montrent que les gens (comme vos bailleurs de fonds potentiels) préfèrent de plus en plus des vidéos courtes et de qualité au texte. Assurez-vous d'inclure une vidéo attrayante sur votre page de financement participatif pour attirer les bailleurs de fonds potentiels qui préfèrent la vidéo au texte. Racontez votre histoire et livrez les informations sur le projet de manière convaincante.

1. **Ne démarrez pas trop tôt.**

Il peut y avoir un moment de pointe pour poursuivre le financement participatif, mais c'est différent pour tout le monde, selon le stade de votre organisation. Dans la plupart des cas, il n'y aura probablement pas de « moment parfait », donc vous ne devriez probablement pas en attendre un .

Cela dit, si vous en êtes encore aux toutes premières étapes de votre projet, n’avez pas de document bien développé à montrer aux gens ou entendez simplement votre instinct vous dire : « Pas encore », n’y allez pas. Une campagne de financement participatif ne peut pas être utilisée comme raccourci. Il est préférable de l'utiliser pour des projets et des services suffisamment développés pour inciter les gens à faire partie de quelque chose de plus grand. Plus important encore, la planification, la préparation de toute la documentation et la recherche pertinentes représentent près de la moitié du travail. Une fois que cela est fait correctement, vous êtes prêt à basculer.

1. **Suivez les instructions.**

Cela peut sembler évident, cependant, ce qui peut sembler être une petite omission peut avoir des résultats dévastateurs. Lisez les petits caractères de la plateforme que vous avez choisie. Votre organisation réside-t-elle dans un pays éligible ? Le financement participatif convient-il à ce que vous essayez de financer ? Le respect des règles est une obligation incontournable, mais importante.

La plupart des plateformes contiennent des exemples, des suggestions et des instructions pour vous aider à créer votre microsite. Il y aura des exemples sur la promotion, sur la rédaction de votre dossier de support, sur l'implication de votre réseau et plus encore. Jouez autour de la plate-forme et apprenez des instructions. Ils sont là pour inspirer de l'aide

1. **Ayez un plan d’action après la campagne.**

Vous avez besoin d'un plan d'action, que vous atteigniez votre objectif ou non. Si vous réussissez, comment allez-vous tenir les promesses que vous avez faites et comment pouvez-vous tirer parti de ce succès pour la prochaine étape de mobilisation de ressources ? Comment utiliserez-vous la motivation et les informations des donateurs que vous obtenez de la campagne ? Comment cela aidera-t-il à éclairer les futurs efforts de mobilisation de ressources ?

Si votre campagne ne réussit pas, analysez ce que vous avez appris de l'expérience et comment vous pouvez utiliser ces connaissances pour un itinéraire différent ou pour informer votre mobilisation de ressources. Peut-être que les leçons apprises informeront même une autre tentative de financement participatif au deuxième tour. Les personnes ou organisations qui ont fait (promis de faire) des dons auront également besoin d'informations sur vos prochaines étapes.

1. **Prenez soin de votre projet**

Vous ne pouvez pas simplement publier votre page de financement participatif et la qualifier de bonne. Kickstarter recommande de construire une liste d'adeptes et de supporters que vous pouvez exploiter à des points stratégiques pendant la campagne. De cette façon, vous pouvez prévoir que la campagne est promue de manière appropriée et se développe régulièrement et ne se bloque pas. Rejoignez également une communauté sur votre plate-forme qui partage des idées et des ressources sur ce qui a fonctionné dans le passé. De cette façon, vous aurez quelques trucs dans votre manche au cours de la campagne.

1. **Demandez aux bailleurs de fonds.**

Selon la plateforme de financement participatif que vous utilisez, vous pourrez peut-être contacter directement des bailleurs de fonds bien connus. Découvrez quels autres types de campagnes ils ont financés, ou voyez si la vôtre est différente mais complémentaire. Pensez aux entreprises ou aux trusts et aux fondations donatrices. Et pensez aussi à toute personne ou célébrité riche qui voudrait déposer le premier gros cadeau. Demandez un don de match, où les bailleurs de fonds doubleront tout ce que vous pouvez collecter en ligne. Une touche personnelle peut faire des merveilles.

1. **Embaucher un rédacteur OMR professionnel**

Avez-vous besoin d'un rédacteur professionnel pour créer le contenu de votre ONG ? Bien sûr. Un rédacteur d'Optimisation de Moteur de Recherche serait-il meilleur ? Très probablement. Certaines des plateformes de financement participatif ont un référencement extrêmement puissant, il est donc sûr de dire que votre campagne pourrait être l'un des meilleurs résultats de recherche pour le nom de votre organisation à l'avenir. Si possible, assurez-vous de profiter de cette opportunité en travaillant avec un expert qui peut vous aider à utiliser les bons mots clés dans votre texte et vos titres

Soyez patient (e).

Les réussites du jour au lendemain sont passionnantes, mais rares. Votre plateforme a probablement un calendrier raisonnable mais difficile à suivre. Ne vous attendez pas à des miracles, et rappelez-vous qu'une victoire lente et régulière remporte la course.

Surtout, n'oubliez pas que ce n'est là qu'une des nombreuses possibilités de financement. Ce n'est pas la bonne solution pour chaque projet ou organisation. Trouvez les meilleures plateformes pour vous, planifiez et perfectionnez avant de publier, et rappelez-vous que le timing est tout. De même, comme pour les startups, vous pouvez vous attendre à beaucoup d'échecs avec votre première campagne de financement participatif. C'est un processus d'apprentissage, alors prenez note de ce qui se passe lorsque vous trébuchez. Et apprenez-en. De cette façon, ce n'est jamais une erreur mais une expérience d'apprentissage. Bonne chance!