

Dix conseils pour optimiser les résultats de votre campagne de financement participatif :

1. Observez les campagnes inspirantes menées par d'autres.

Pourquoi réinventer la roue ? Découvrez ce que font certaines des petites organisations les plus innovantes à travers le monde avec leurs campagnes et adaptez certains détails à votre propre campagne. Qu'il s'agisse de tester différents bailleurs de fonds, d'utiliser des images et des vidéos ou d'ajuster le montant du financement que vous recherchez, inspirez-vous de ce que font les meilleurs campagneurs. Après tout, l'imitation est la forme d'admiration la plus sincère et peut-être la plus efficace.

2. Faites votre propre promotion de manière intensive.

Votre plateforme de financement participatif ne se chargera pas de l'ensemble du marketing et des relations publiques à votre place. En réalité, dans la plupart des cas, son implication sera minimale. Il vous incombe de présenter votre organisation et/ou votre projet, votre idée et votre campagne. Contactez les journalistes des principales publications. Recherchez des opportunités de blogs invités. Développez votre audience sur les réseaux sociaux avant le lancement de la campagne afin d'être prêt à toucher un public plus large une fois celle-ci lancée. Créez également à l'avance des images qui pourront être utilisées pour vos publications pendant la campagne.

3. Réalisez une vidéo.

De nombreuses études montrent que les gens (comme vos bailleurs de fonds potentiels) préfèrent de plus en plus les vidéos courtes et de qualité au texte. Veillez à inclure une vidéo attrayante sur votre page de financement participatif afin d'attirer les bailleurs de fonds potentiels qui préfèrent la vidéo au texte. Racontez votre histoire et présentez les informations relatives au projet de manière convaincante.

4. Ne commencez pas trop tôt.

Il existe peut-être un moment idéal pour se lancer dans le financement participatif, mais il est différent pour chacun, en fonction du stade de développement de votre organisation. Dans la plupart des cas, il n'y a probablement pas de 'moment idéal', vous ne devriez donc pas l'attendre.

Cela dit, si votre projet en est encore à ses débuts, si vous ne disposez pas d'un document suffisamment élaboré à présenter ou si votre intuition vous indique que ce n'est pas encore le moment, il est préférable de ne pas vous lancer. Une campagne de financement participatif ne doit pas être considérée comme un raccourci. Elle est particulièrement adaptée aux projets et services suffisamment développés pour inciter les gens à s'engager dans une cause plus large.

5. Veuillez suivre les instructions.

Cela peut sembler évident, mais ce qui peut paraître comme un petit oubli peut avoir des conséquences désastreuses. Lisez attentivement les conditions générales de la plateforme que vous avez choisie. Votre organisation est-elle établie dans un pays éligible ? Le financement participatif est-il adapté à ce que vous essayez de financer ? Il est essentiel de respecter les règles, c'est une condition fondamentale.

6. Prévoyez un plan d'action pour l'après-campagne.

Vous avez besoin d'un plan d'action, si vous atteignez votre objectif ou non. Si vous réussissez, comment tiendrez-vous les promesses que vous avez faites et comment tirerez-vous parti de cette réussite pour la prochaine étape ?

Comment utiliserez-vous les informations sur les donateurs obtenues lors de la campagne ? Comment cela vous aidera-t-il à orienter vos futurs efforts de collecte de fonds ?

Si votre campagne n'aboutit pas, évaluez les enseignements tirés de cette expérience et la manière dont vous pouvez utiliser ces connaissances pour emprunter une autre voie, peut-être même tenter une deuxième fois le financement participatif. Les personnes ou organisations qui se sont engagées à faire un don auront également besoin d'informations sur vos prochaines étapes.

7. Prenez soin de votre projet.

Il ne suffit pas de publier votre page de financement participatif et de considérer que le travail est terminé. Kickstarter recommande de constituer une liste d'adeptes et de sympathisants auxquels vous pourrez faire appel à des moments stratégiques de la campagne. De cette manière, vous pouvez planifier une croissance régulière de la campagne et éviter qu'elle ne s'essouffle. Rejoignez également une communauté qui partage des idées et des ressources sur ce qui a fonctionné dans le passé. Vous disposerez ainsi de quelques astuces pendant la campagne.

8. Consultez les bailleurs de fonds.

Selon la plateforme de financement participatif que vous utilisez, vous pourriez être en mesure de contacter directement des bailleurs de fonds réputés. Examinez les types de campagnes qu'ils ont financées auparavant, ou évaluez si la vôtre est différente mais complémentaire. Envisagez de solliciter un financement jumelé, où les bailleurs de fonds s'engagent à doubler tout montant que vous parvenez à collecter en ligne. Une approche personnalisée peut s'avérer très efficace.

9. Engagez un rédacteur SEO professionnel.

Avez-vous besoin d'un rédacteur professionnel pour créer le contenu de votre ONG ? Bien sûr. Un rédacteur spécialisé dans l'optimisation pour les moteurs de recherche serait-il plus approprié ? C'est fort probable. Certaines plateformes de financement participatif ont un référencement naturel extrêmement puissant, on peut donc affirmer sans risque que votre campagne figurera parmi les premiers résultats de recherche pour le nom de votre organisation à l'avenir. Si possible, assurez-vous de tirer parti de cette opportunité en collaborant avec un expert qui pourra vous aider à utiliser les bons mots-clés dans vos textes et vos titres.

10. Soyez patient.

Les réussites instantanées sont passionnantes, mais rares. Votre plateforme dispose probablement d'un calendrier raisonnable mais ambitieux que vous pouvez suivre. Ne vous attendez pas à des miracles et rappelez-vous que c'est en avançant lentement mais sûrement que l'on gagne la course.

Surtout, n'oubliez pas qu'il ne s'agit là que d'une possibilité parmi tant d'autres pour obtenir un financement. Elle ne convient pas à tous les projets ou à toutes les organisations. Trouvez les plateformes qui vous conviennent le mieux, planifiez et perfectionnez votre projet avant de le publier, et n'oubliez pas que le timing est essentiel. De plus, comme pour les start-ups, vous pouvez vous attendre à de nombreux échecs lors de votre première campagne de financement participatif. Il s'agit d'un processus d'apprentissage, alors prenez note de ce qui se passe lorsque vous rencontrez des difficultés.