



Guide pour réussir votre campagne sur MyAnnona.com

Vous vous préparez à présenter votre projet d'entreprise sur MyAnnona.com et à mobiliser tout votre réseau pour collecter l'argent nécessaire à son succès. Ce guide est fait pour vous accompagner et vous donner le maximum de conseils et solutions pour atteindre et même dépasser vos objectifs.

Ce guide sera amené à évoluer en fonction de nos partages d'expériences

Etape 1 – Déposez votre projet

Construisez votre page projet

Cette page projet est le cœur de votre campagne. Elle est votre vitrine autant que la scène sur laquelle vous pouvez exprimer votre ambition et convaincre les donateurs potentiels.

Dans tous les cas, le contenu du projet est le vôtre ! il doit vous ressembler, vous animer, vous faire vibrer.

Votre page comprend 4 espaces :

- Une vidéo de présentation générale et un texte de 140 signes ;
- Un cadre « L'essentiel » vous permettant de présenter votre projet de manière claire et synthétique ;
- Un cadre « Ma valeur ajoutée » pour donner plus d'éléments et me montrer l'impact de votre entreprise ;
- Un cadre « Contreparties » pour mobiliser et remercier les donateurs.

Astuce MyAnnona

*Il va vous falloir vous mettre en avant,
pour vous ce n'est pas inné mais pour votre réussite, c'est INDISPENSABLE !
Racontez une belle histoire, les internautes adorent !*



Vidéo de présentation

Tous les éléments de votre page projet sont importants. Mais la vidéo occupe une place à part. C'est le premier moment de contact direct avec vos donateurs potentiels. C'est le seul élément vivant de votre présentation et c'est celui par lequel l'émotion, l'enthousiasme et votre détermination vont le plus facilement s'exprimer. Elle doit Vous mettre en scène car c'est vous qui incarnez votre projet et le représentez le mieux. Enfin, et c'est certainement le plus important, soyez sincère et enthousiaste.

Astuce MyAnnona

Une vidéo courte – en général pas plus de 2 mn pour conserver l'attention du donateur.

Soignez l'ambiance, le décor, la musique.

Ecrivez un mini scénario et testez le auprès de votre entourage, vous verrez si l'accroche est satisfaisante.

Soyez impliquée : « mon projet est ... » « cela va marcher parce que », etc.

En bref, vous avez deux minutes pour expliquer : Quoi ? Qui ? Pourquoi ? Comment ? Quel usage de vos dons. Et bien sûr, Merci !

En soutien à la vidéo, un espace de 140 caractères est à votre disposition pour délivrer un message fort et impactant. Ne cherchez pas à tout dire en si peu de mots. Nommez votre projet et cherchez à faire comprendre ou ressentir votre ambition et à donner envie de vous soutenir...et aussi d'en savoir plus ! Attention, près de la moitié des internautes ne lisent que les titres ou les chapô...et ne vont pas plus loin ! Captez leur attention dès le départ !

En plus de la vidéo, vous devez montrer quelques images, de vous même, de votre entreprise. Ces images sont indispensables pour le profil de votre projet, sur MyAnnona.com, mais aussi pour vous et votre projet sur les réseaux sociaux. Insérez y un nom, un slogan, un message pour qu'elles deviennent un ambassadeur graphique de votre campagne. Le mot et l'image sont indissociables !

Astuce MyAnnona

Choisissez l'image qui symbolise le mieux votre projet – une belle bien sur !

Si vous avez déjà un logo de votre entreprise, intégrez-le également (sans pour autant réduire vos images à ce logo)

L'essentiel

Les donateurs vont en savoir plus en découvrant le cadre « l'essentiel ». Vous avez là quelques phrases, quelques accroches à faire apparaître pour rendre plus concret encore ce que votre vidéo aura présenté. Reformulez la nature de votre projet. Indiquer les livrables, les étapes, le marché et les cibles que vous allez toucher. Donnez des premiers chiffres, rappelez l'usage des fonds que vous allez collecter et ouvrez des perspectives concrètes. N'hésitez pas à indiquer à quoi va servir la collecte si vous dépassez votre objectif initial ! Et bien entendu, partagez votre motivation et votre ambition.



Ma valeur ajoutée

C'est ici que vous allez entrer dans le détail. C'est à vous de structurer cet espace. Rappelez la genèse du projet, ce qui vous a amené à vous lancer. Donnez des exemples et illustrez au maximum ce que vous allez réaliser. Vous avez certainement déjà tout dans votre business plan...il s'agit là de le transformer en un véritable outil de communication attractif, simple et impactant. L'équilibre entre texte, chiffres, graphiques et images est important. C'est à vous de le

définir en fonction de la nature de votre projet. Mais gardez à l'esprit que les donateurs, s'ils sont exigeants, sont aussi bienveillants, puisqu'ils sont déjà sur votre page. Il s'agit de montrer le sérieux de votre entreprise, de bien expliquer l'impact de leur don sur la réussite concrète de votre projet, mais également de les emporter dans votre ambition et de les impliquer dans sa réussite.

Astuce MyAnnona

Vous pouvez intégrer des images à l'intérieur de ce chapitre, des graphiques, des tableaux, tout un arsenal pour soutenir et illustrer votre message. Vous serez soutenue si vous exposez tout le sérieux et la détermination qui vous animent mais aussi si vous faites partager l'émotion, le plaisir et la fierté de s'engager avec vous dans cette aventure...

Vos contreparties

Les contreparties que vous proposez sont l'expression de votre gratitude et du lien que vous voulez construire avec vos donateurs. Elles doivent être originales, elles doivent vous ressembler et ressembler à votre projet.

Si ce n'est pas la contrepartie qui motive en premier le donateur, elle est cependant très importante pour le distinguer et lui permettre de voir son geste valorisé. Vous soutenir c'est participer à votre aventure et avoir une marque de reconnaissance de cet engagement. Elle doit donc être à la hauteur du soutien, autant symboliquement que par sa valeur propre.

Les contreparties que vous choisissez sont fonctions des paliers de don que vous avez définis. Voyez large et étalez les paliers suffisamment pour que chaque donateur potentiel puisse contribuer en fonction de ses moyens. Vous pouvez commencer à 5 euros et progresser en 6 ou 7 étapes jusqu'à 100, puis jusqu'à 1000, voire plus. Dans la mesure du possible, faites s'additionner les contreparties d'un palier à l'autre.

Nous attirons votre attention sur la nécessité de vérifier le régime fiscal applicable à vos contreparties avec un conseil spécialisé.

En bref : soyez vous-même ! Laissez libre votre imagination ! Allez vous inspirer auprès des autres !

Astuce MyAnnona

Pensez à la meilleure manière de dire un MERCI amical et bienveillant à une personne qui a exprimé son soutien. Idée à suivre : la 2^e contrepartie est égale à la 1^{ère} + 1 nouveauté N'oubliez pas que ce n'est pas plus la valeur réelle de la contrepartie que sa valeur symbolique qui la rend attrayante...



Définissez l'objectif financier et la durée de votre campagne

Vous avez besoin de trouver des fonds pour lancer votre entreprise, débiter l'activité ou faire grandir, évoluer votre société ou votre commerce. Le montant que vous recherchez correspond à des postes de dépenses précis que vous avez déjà identifiés.

Exemples : *Les six premiers mois de loyer de votre boutique, le coût de la première mise en fabrication de votre produit, le coût de recherche et développement de votre prototype, la fabrication de vos outils de démarchage commercial...ou même une partie du salaire du premier emploi que vous créez...*

Quelle que soit la nature de l'action que vous avez à financer pour réaliser votre projet, l'important est de bien évaluer son montant, au plus près de vos besoins : demandez le minimum vital, mais demandez ce qui est nécessaire. MyAnnona.com fonctionne selon une logique de tout ou rien : le montant que vous fixez est un minimum, pas un maximum. Si vous ne l'atteignez pas, vous ne bénéficierez pas des dons collectes. En revanche, si vous le dépassez, vous pourrez être encore plus ambitieuse pour votre projet !

Astuce MyAnnona

Soyez précise et transparente comme vous aimeriez qu'une autre porteuse de projet le soit si elle vous demandait de l'argent !

Donnez vous un objectif de durée. Entre 40 et 90 jours, c'est vous qui fixez la durée de votre campagne (une fois la durée déterminée, vous ne pourrez pas la modifier). La durée n'est pas forcément un critère de succès. Imaginez déjà les actions que vous allez mener pour animer votre campagne tout au long de la période. à vous de définir une durée optimale, prenant en compte votre plan d'animation de votre communauté.

Astuce MyAnnona

*Gardez à l'esprit que ce sont en général les périodes de début et de fin de campagne qui sont les plus efficaces.
Le sentiment d'urgence est un facteur important de motivation des donateurs...*

Etape 2 - Faites la promotion de votre campagne

Vous venez d'activer votre page projet sur MyAnnona.com. En fait, vous avez maintenant deux projets à mener en parallèle : la création ou le développement de votre entreprise vous occupaient déjà, et désormais vous avez également à faire la promotion de votre campagne de crowdfunding. C'est un projet en soi et vous devez le gérer comme tel ! Vous avez un objectif financier à atteindre dans une période donnée, c'est un excellent cadre de départ ! Vous avez besoin d'un plan d'action pour atteindre, voire dépasser votre objectif, dans le délai imparti. C'est parti !



Deux éléments avant de rentrer dans les détails

D'abord, n'oubliez pas que les périodes de début et de fin de collecte sont habituellement les plus efficaces. Ne manquez pas le début, ni la fin de votre campagne !

. le taux de réussite augmente à partir d'un certain seuil de collecte. Plus de 80% de réussite une fois passée la barre des 20% collectés, plus de 95% une fois passés les 40% d'objectif. Donc ne relâchez pas l'effort tout au long de la campagne !

Voici un bon repère pour envisager le : Si vous cherchez 10000 €, le don moyen s'établissant à 50€, il vous faudra au moins 200 donateurs Faites ce calcul en fonction de votre objectif cela vous aidera à dimensionner votre effort de collecte et à garder un objectif concret à l'esprit.

Maintenant, c'est à vous d'animer votre campagne, de mobiliser votre communauté et de la faire grandir. Deux questions, qui et comment ?

Astuce MyAnnona

Gardez à l'esprit que ce sont en général les périodes de début et de fin de campagne qui sont les plus efficaces.

L'attrait de la nouveauté au début et le sentiment d'urgence en fin de collecte sont des facteurs importants pour remplir l'objectif

Le taux de réussite sur la plupart des sites de crowdfunding est de 55%

Le don moyen est de 50€

Votre communauté

L'objectif est bien de mobiliser le plus de monde possible, famille, amis, proches, amis d'amis, inconnus...En clair, partir de votre cercle le plus proche et mobiliser le plus grand nombre au delà de ce premier cercle.

Il faut commencer dans l'ordre :

Votre premier cercle, constitué de votre famille, vos amis, vos collègues, tous ceux et celles avec qui vous pouvez être en contact directement, sans intermédiaire. En général, ce cercle contribue pour 40% à la collecte. Mais comme nous sommes des femmes entrepreneures, nous avons également la chance de pouvoir mobiliser un grand nombre de réseaux, à la fois féminin, à la fois soutenant l'entreprenariat ! Ensuite, les relais d'influence, c'est à dire les amis de vos amis, les amis de votre famille, en bref, le premier cercle de chacun de vos proches et amis.

Vous ne les toucherez pas directement, car vous ne les connaissez pas directement. Aussi, lorsque vous mobiliserez votre premier cercle, sollicitez le pour vous soutenir directement mais aussi pour vous aider à diffuser votre campagne.

Donc, vous avez deux messages à diffuser à vos amis : « soutenez moi et diffusez autour de vous mon appel ». Et eux mêmes auront deux messages à diffuser à leurs contacts : « soutenez la campagne de mon amis et diffusez autour de vous ! ». Il ne s'agit pas uniquement de faire circuler un lien vers votre page projet MyAnnona.com, il faut aussi faire circuler votre histoire, vos messages.

Astuce MyAnnona

Vous faites peut-être partie de réseaux soit féminins soit soutenant l'entreprenariat féminin : c'est le moment ou jamais de les activer.

Proposez à vos amis des messages déjà préparés pour les aider à relayer votre info..

N'attendez pas le début de votre campagne pour commencer à mobiliser votre communauté



Enfin, si vous mobilisez bien ces deux premiers cercles, votre campagne devrait commencer à vous échapper un peu et atteindre le grand public, sur le web et ailleurs. C'est le mieux qui puisse vous arriver. Ce sont alors les personnes qui partagent vos passions, et sont sensibles à la thématique de votre entreprise qui vous rejoindront.

Préparez vous quelques jours avant la date d'ouverture de votre campagne, faites monter la pression ! Cela signifie que vous devez vous même êtes prête à diffuser vos messages dès le jour J ; en un mot, anticipez !

Vos outils

Bien sûr beaucoup de choses vont se passer sur le web, mais Parlez aussi de votre projet autour de vous, lors de réunion des réseaux féminins et d'entrepreneurs, chez vos amis, au café, utilisez le téléphone...Contactez aussi la presse locale qui peut jouer un rôle important et aimera mettre en avant votre initiative. Faites le buzz offline !

Sur le web, c'est le moment d'utiliser tout le potentiel de Facebook, Twitter, LinkedIn, et des autres réseaux sociaux sur lesquels vous êtes. C'est le moment de devenir une pro des réseaux. Pour vous aider consulter ces liens :

Facebook : <https://www.facebook.com/business/overview>,

Twitter : <https://support.twitter.com/articles/314982-demarrer-sur-twitter>, www.wefollow.com,

LinkedIn : <http://business.linkedin.com/marketing-solutions/company-pages.html>.

Votre campagne est une histoire, avec un objectif, un début, un milieu et une fin ; c'est le cadre idéal pour raconter une histoire, celle de votre projet mais aussi l'histoire de votre campagne. Faites partager votre ambition, mettez en scène l'avancement de votre projet d'entreprise lui même, mais aussi l'avancement de votre collecte. Créez l'événement une ou deux fois par semaine : un don important, une étape franchie, même petite, dans votre projet, un article sur la thématique de votre entreprise, beaucoup de petits événements peuvent devenir prétexte à mobiliser votre communauté. Et faites également chaque semaine le bilan et vos actions et de vos soutiens, gardez le rythme !

Astuce MyAnnona

Ne limitez pas votre campagne de promotion au web et aux réseaux sociaux.

Pour chaque réseau, organisez une mini campagne et planifier vos posts

Utilisez l'onglet « News » de votre page projet

Répondez à toutes les personnes qui s'intéressent à votre projet

N'oubliez pas la diffusion directe par email et mobilisez également les bloggeuses et bloggeurs actifs sur votre secteur d'activité et l'entreprenariat féminin.

Chaque info que vous postez dans l'onglet « News » de votre page projet est reçue par tous ceux qui suivent votre projet, même s'ils n'ont pas encore donné. Cela entretiendra la relation et aidera à développer le don !

. Répondez rapidement aux messages reçus pour montrer votre attention et l'importance que vous accordez à leur soutien. Votre réactivité, votre spontanéité traduiront votre motivation et votre professionnalisme.



Entretenez la relation et envoyez vos contreparties

Une fois votre campagne réussie, c'est le moment d'envoyer vos contreparties.

C'est important d'abord parce qu'il s'agit d'un engagement que vous avez pris et de la reconnaissance que vous exprimez auprès de vos soutiens.

Mais c'est aussi l'occasion d'enrichir votre relation. Vous aurez certainement besoin de partager plus que l'envoi de la contrepartie et envie de conserver et entretenir le lien. C'est à ce moment que vous pouvez le faire. Mobiliser des donateurs pour votre collecte est une étape décisive pour votre entreprise. Mais cela peut aussi être le début d'une histoire. Ils seront peut être vos futurs clients, partenaires ou également vos futurs porte parole pour vous aider le moment venu à faire grandir votre entreprise. Vous avez investi sur eux pendant toute la durée de la campagne, remerciez les et prolongez leur engagement !

