

MENER UNE CAMPAGNE DE CROWDFUNDING POUR DIVERSIFIER LE FINANCEMENT DE PROJET

DESTINATAIRE(S)	Module 1 Responsables marketing, webmasters, toute personne en charge de la communication et de la gestion de projet.
OBJECTIF(S)	<ul style="list-style-type: none">■ Comprendre les grands principes du financement participatif : contexte, définition, cadre réglementaire et fiscal, les différents modèles de plateformes d'intermédiation.■ Identifier les projets éligibles à une campagne de crowdfunding■ Sélectionner les plateformes incontournables et les plus adaptées au financement de projet de territoire.■ Comprendre comment intégrer le crowdfunding dans le plan de financement d'un projet : besoin en financement, coûts...■ Maîtriser les grandes étapes stratégiques en amont et pendant une campagne de financement participatif.■ Les moyens à consacrer (humains, temps, coûts...)■ Conduire une campagne : clefs de succès et écueils, sélection de la plateforme...■ Présenter le projet pour solliciter l'intérêt : stratégie de communication, mobilisation des communautés...■ Mise en pratique à partir du cas éventuel des participants.■ Comment mobiliser son réseau pour réussir une campagne de crowdfunding■ Utiliser les leviers des réseaux sociaux et du community management dans le cadre du crowdfunding.
PRÉREQUIS	Module 1 : Toute personne susceptible de créer un projet dans le domaine du tourisme, des loisirs de la culture et innovant, qu'elle œuvre dans le secteur privé, dans le domaine, ou dans le secteur public des collectivités locales qui accompagne des porteurs de projets privés.
APPROCHE PÉDAGOGIQUE ET TECHNIQUE	Formation présentielle en salle informatique équipée d'ordinateurs connectés à internet Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques. Travaux de réflexion en groupe, échanges d'expériences. Remise de supports de cours Projection d'un support de cours + tutoriel vidéo Questionnaire d'évaluation de 20 questions

CV INTERVENANT**Arnaud LESNY**

Diplômé d'un diplôme de commerce, Arnaud LESNY a un parcours et des expériences professionnelles variés en webmarketing. Il propose avec sa société Geminoos des formations sur le webmarketing, le référencement SEO et sur les pratiques des réseaux sociaux sur son site web www.geminoos.fr. Depuis 2002, autodidacte dans le domaine d'internet il a travaillé de manière transversale et pluridisciplinaire chez des annonceurs ainsi qu'en agences de marketing et communication pour réaliser de nombreuses campagnes de marketing (digital, traditionnel et événementiel). Depuis 2012, son activité de Consultant Formateur lui permet d'intervenir en formation webmarketing et du conseil en Entreprise afin faciliter la maîtrise des outils du web2.0 (médias sociaux, site Mobile etc...) pour développer son activité. Depuis 2015, il développe à son propre compte la plateforme de crowdfunding www.rezogo.fr et propose des formations pédagogiques sur le financement participatif.

**OBJECTIFS
PEDAGOGIQUES**

- Etre en capacité de déterminer les principales étapes
- Savoir mettre en place les moyens nécessaires
- Identifier les leviers de communication et les aspects juridiques du crowdfunding.

Comprendre la logique du crowdfunding

- Les grands principes.
- Les acteurs et leurs enjeux.
- Le principe de la contrepartie.
- Les étapes de la collecte de fonds

Rendre attractif votre projet

- Identifier les atouts.
- Débusquer l'originalité.
- Synthétiser le discours.
- Choisir des images pertinentes et fédératrices.
- Concevoir des récompenses attrayantes.

Maîtriser les aspects économiques

- Fixer un objectif de collecte rationnel.
- Différencier des niveaux de contreparties.
- Mesurer le coût des contreparties.
- Identifier le coût des services des plateformes

Appréhender les aspects juridiques et fiscaux

- Déterminer le statut fiscal des recettes.
- Connaître l'évolution de la législation.
- Identifier les garanties présentées par les plateformes.

Bâtir une stratégie sur les réseaux sociaux pour élargir le cercle de financeurs potentiels

- Mobiliser la communauté.
- Créer du buzz sur les réseaux sociaux.
- Nourrir l'actualité du projet.
- Scénariser la collecte
- Les mécaniques pour créer du buzz en communiquant auprès des communautés existantes
- Identifier les « influenceurs » pertinents pour votre projet
- Comment les aborder et les impliquer concrètement dans votre stratégie ?

Les étapes dans la construction d'une campagne de crowdfunding

- Détecter les points forts et faibles
- Etape avant la campagne
- Etapes durant la campagne
- Etape après la campagne

Mesurer l'impact de son marketing communautaire en crowdfunding

- Actions et outils
- Quizz sur les bonnes pratiques du crowdfunding
- Questionnaire de satisfaction en fin de formation

**MODALITÉS
D'ÉVALUATION**

MODALITÉS PRATIQUES

- DURÉE* ■ 2 jours Module 1
- Supports* ■ supports de cours
■ Projection d'un support de cours
■ tutoriel vidéo
■ Questionnaire d'évaluation de 20 questions
- HORAIRES* ■ 9h – 12h30 | 13h30 – 17h
- Les pratiques du crowdfunding (Module 1)**
- DATE(S)* ■ Année 2016
- Prix* ■ 500 euros HT / jour module (tout frais inclus)
- Type* ■ Formation collective
- LIEU* ■ Centre de formation