

## CONTENU DE LA PROPOSITION DE SOCIO-FINANCEMENT

### 1. Capsules vidéo ou photo

Réalisez une capsule vidéo de bonne qualité d'une durée maximale de 2 minutes dans laquelle vous expliquez :

- Qui vous êtes?
- Quel est votre projet?
- Combien d'argent vous avez besoin?
- Qu'allez-vous faire avec l'argent?
- Invitez par courriel la personne qui regarde à donner ou à s'impliquer dans votre campagne de sociofinancement (partager sur Facebook, Pinterest, Twitter, LinkedIn, etc.).
- En conclusion, expliquer comment l'implication des donateurs aura une incidence sur vous ou la communauté et remercier le futur contributeur pour son aide

\*La vidéo n'est pas obligatoire (mais fortement recommandée), vous pouvez utiliser une bonne photo.

**Exemple :** Effectuer une recherche sur la campagne Indiegogo de Odile Dupont

### 2. Texte de présentation

Il reprend essentiellement les informations proposées dans la vidéo, mais vous pouvez ajouter plus de détails (sur votre parcours par exemple) et l'agrémenter par des photos, des extraits musicaux ou vidéos, etc.

**3. Liens et référencement vers votre blogue, site web, ou compte Facebook** pour les donateurs qui désirent obtenir des informations complémentaires.

#### **4. Contreparties (plan de reconnaissance)**

En fonction de votre objectif financier, il faut établir les différentes catégories de contributions et leurs contreparties : par ex. : 5\$, 10\$, 20\$, 50\$, 100\$

Ensuite il faut attribuer une récompense pour chaque catégorie de contribution. Plus la valeur du don augmente, plus le nombre ou la valeur des récompenses augmente. Vous devez vous assurer que les récompenses n'engendrent pas des coûts trop importants. Idéalement, les coûts associés aux récompenses doivent être les plus bas possible.

Exemple, vous pouvez choisir de faire une prévente d'album, offrir d'autographier celui-ci, offrir une prestation spéciale à un donateur important.

Exemple : la campagne Indiegogo de Marc-Antoine Larche

Ce sont des récompenses qui demandent de l'organisation, mais qui engendrent en général peu de frais. Faites preuve d'originalité et de créativité dans vos récompenses et pensez à accorder des privilèges en exclusivités à vos donateurs.

#### **5. Plan de promotion**

Une fois votre page créée, il ne suffit pas d'attendre que le temps passe et que les choses se fassent d'elles-mêmes pour arriver à atteindre votre objectif. Il vous faut déterminer :

- Qui sont les personnes de votre réseau sur le web qui sont les plus influentes?
- Ces personnes connaissent-elles également d'autres personnes influentes qui pourraient diffuser l'information sur votre projet et inciter leur réseau à donner?
- Établir la fréquence à laquelle vous effectuerez vos relances et le matériel que vous utiliserez pour attirer l'attention : ex : de nouvelles vidéos ou photos démontrant la progression de votre projet, des nouvelles concernant les démarches que vous avez entreprises, des nouvelles concernant les nouveaux donateurs qui se sont associés au projet, etc. Vous devez alimenter votre page afin de conserver l'attention non seulement de vos donateurs actuels, mais également stimuler l'intérêt de ceux qui le deviendront.
- Vous pouvez cibler certains réseaux sur le web susceptible d'appuyer votre projet partout au Québec : réseau d'artistes, de professionnels de la scène, de diffuseurs, de festivals, conseils régionaux de la culture, conseil des arts, etc.