

Conseils à suivre avant votre lancement sur Kickstarter

Un lancement de projet Kickstarter, ça se prépare. Un moment stimulant qui représente aussi beaucoup de travail. Voici quelques astuces et points à retenir pour un lancement réussi.



Les ressources disponibles en français qui sont listées dans ce document portent la mention « disponible en français ! ». Les autres ressources ne sont proposées qu'en anglais pour le moment.

Les premières étapes indispensables

Soutenez un projet sur Kickstarter

Si vous ne l'avez pas déjà fait, soutenez le projet d'un autre créateur Kickstarter pour vous faire une idée de l'expérience du contributeur. Que recherche le contributeur lorsqu'il lit une page de projet ? Quels sont les éléments qui retiennent son attention ? Quels sont les informations essentielles et les points moins importants ? Quelles récompenses vous semblent les plus intéressantes ?

En soutenant le projet Kickstarter d'un autre créateur, vous vous familiariserez avec les étapes suivies par les contributeurs, mais aussi avec le processus de paiement. Vous verrez aussi les e-mails que Kickstarter envoie aux contributeurs pour confirmer leur engagement et les tenir informés.

Configuration de compte

Après avoir cliqué sur le bouton Démarrer sur le site de Kickstarter, vous êtes dans ce que nous appelons la phase de « Construction de projet ». Passez directement à l'onglet [Votre compte](#). C'est ici que vous pourrez paramétrer votre [vérification d'identité](#) et vos [coordonnées bancaires](#). Vous aurez peut-être des questions sur ce processus, ou des problèmes pourraient survenir. Nous vous conseillons donc de vous occuper de cette étape le plus tôt possible pour éviter qu'elle ne retarde le lancement de votre projet.

Faites vos recherches

Il existe de nombreuses ressources pour vous aider à bien planifier votre projet et à réussir votre campagne sur Kickstarter. Vous retrouverez de nombreux liens vers nos ressources préférées tout au long de ce document. Avant de lancer votre projet, prenez le temps d'en lire quelques unes et d'apprendre des expériences des autres.

Consultez les sections [Premiers pas](#) et [Notions de base](#) de notre Centre d'aide pour une vue d'ensemble des notions de base sur Kickstarter. Ces ressources vous aideront non seulement à construire et à lancer votre projet, mais aussi à accompagner vos contributeurs en cas de problèmes ou de questions. Notre [Manuel du créateur](#) (disponible en français !) est aussi une excellente ressource pour les créateurs qui lancent leur premier projet.

Une fois la construction de votre projet démarrée, vous pouvez accéder au [Campus](#), un espace réservé aux créateurs Kickstarter qui souhaitent échanger des trucs et astuces et parler de leur expérience.

Votre histoire

Une histoire incroyable se cache derrière chaque projet Kickstarter réussi. À vous de clarifier les contours de votre histoire à chaque étape de la construction de votre projet et lors de votre campagne.

Est-ce que vous créez quelque chose d'entièrement nouveau ? Cherchez-vous à financer la phase finale d'une idée sur laquelle vous travaillez depuis longtemps ? Racontez-vous une histoire ou un récit inédit ? Votre projet est-il sérieux, fantaisiste ou tout simplement magique ?

Les plus grosses erreurs que nous voyons sur Kickstarter se produisent quand les créateurs ne prennent pas le temps de raconter une histoire personnelle ou spécifique et se contentent d'un argumentaire générique pour annoncer qu'ils cherchent à financer quelque chose sur Kickstarter et inviter le public à consulter leur page. Des milliers de personnes s'engagent à soutenir des projets Kickstarter tous les jours. Les argumentaires génériques ne retiennent pas l'attention et sont souvent ignorés.

Ne faites pas la même erreur. Prenez le temps de rédiger quelques points pour présenter le caractère original et unique de votre projet. Choisissez un style qui vous ressemble et ciblez le public qui sera intéressé par votre travail.

Ce texte vous permettra de présenter votre idée sur votre page de projet, dans vos e-mails envoyés à votre liste de diffusion, à la presse ou encore sur les réseaux sociaux.

Pour approfondir : Pour plus d'astuces sur comment rédiger une histoire personnelle, regardez ces vidéos courtes sur les médias et sur votre public : « [Getting Press](#) » et « [Knowing your Audience](#) ». Google propose aussi [Primer](#), une application gratuite s'adressant à ceux qui font leurs premiers pas dans l'univers du marketing. Une autre ressource utile pour mettre en avant le caractère unique de votre histoire.

Votre budget et votre objectif de financement

Comment fixe-t-on un objectif de financement ? C'est la question qui revient le plus souvent et il n'y a pas de réponse facile. Posez-vous les questions suivantes pour mettre le doigt sur le bon chiffre.

Quel est l'objectif de votre projet Kickstarter ?

Certains projets Kickstarter se limitent à la réalisation d'un projet : imprimer un livre, terminer un film ou enregistrer un album. Si votre objectif est de réaliser un projet créatif unique, il conviendra de fixer un objectif de financement qui couvrira toutes vos dépenses.

Certains créateurs se servent de Kickstarter pour créer une entreprise ou atteindre un objectif à plus long terme. Dans ces cas, l'objectif de financement représentera les dépenses nécessaires pour franchir un obstacle majeur dans la réalisation du projet. Par exemple, vous avez peut-être besoin d'argent pour produire un moule de qualité, pour effectuer votre cycle de production initial ou pour la postproduction de votre film. Si votre projet Kickstarter ne représente qu'une étape du cycle de vie de votre projet et que d'autres occasions pour faire rentrer de l'argent ou attirer de nouveaux clients se présenteront, peut-être que cette somme suffira.

De combien avez-vous besoin pour que votre idée voie le jour ?

Prenez le temps de lister toutes les dépenses qui pourraient être nécessaires pour votre projet. Le chiffre obtenu sera peut-être énorme, mais ce n'est pas grave. Réfléchissez ensuite à comment créer une version simplifiée de votre projet. Peut-être que financer une phase seulement suffit. Certains créateurs n'utilisent Kickstarter que pour le financement de la dernière phrase d'un projet. D'autres collectent des fonds pour une partie seulement des dépenses nécessaires pour réaliser leur projet. Ces situations sont tout à fait acceptables tant que vous avez d'autres ressources pour financer votre projet et que vous faites preuve de transparence à cet égard.

Le plus important est d'avoir une bonne visibilité du coût de votre projet et de ce que représenteront les fonds collectés sur Kickstarter par rapport aux dépenses totales.

De quelle taille est votre communauté et quelle est la portée potentielle de votre projet ?

Vous avez produit un budget complet et vous savez que vous avez besoin d'une somme à six chiffres (voire sept !) pour réaliser votre projet. C'est un très gros projet ! Êtes-vous entouré d'une communauté prête à soutenir votre idée ? Êtes-vous capable de susciter l'intérêt de suffisamment de personnes pour atteindre votre objectif ? Avez-vous les ressources dont vous avez besoin pour séduire un public aussi large ?

Avant de lancer un projet d'une telle envergure, n'oubliez pas que les contributeurs Kickstarter s'engagent généralement à hauteur de 22 € et que la moyenne se situe à 70 € environ. Faites quelques calculs sur le dos d'une serviette en papier : divisez votre objectif de financement par l'engagement moyen que vous pensez obtenir. Le résultat représente le nombre de contributeurs dont vous aurez besoin pour atteindre la ligne d'arrivée. Si ce chiffre vous semble trop élevé, il vous faudra peut-être revoir votre projet à la baisse ou élaborer une stratégie qui vous permettra d'étendre le public de votre projet et atteindre votre objectif initial. Le cas échéant, réfléchissez à d'autres sources de financement pour compléter votre collecte Kickstarter.

Quels sont les frais associés avec la création et l'expédition de vos récompenses dans le monde entier ?

Une question essentielle qui est à l'origine de bien des faux pas. En plus des dépenses liées à la réalisation de votre projet, il vous faudra peut-être calculer le coût de la création, de l'emballage et de l'expédition de vos récompenses.

Essayez de produire une maquette de vos récompenses pour ensuite choisir le bon emballage. Calculez les frais de port nationaux et internationaux. Les services de poste de votre pays proposent très certainement un calculateur de tarif gratuit en ligne. Vous pouvez aussi vous rendre dans le bureau de poste le plus proche avec votre maquette sous le bras pour vous faire aider dans le choix du meilleur emballage.

Pour approfondir : Un [aperçu de notre outil de gestion des livraisons](#), un [guide exhaustif sur les envois internationaux](#) par un créateur de jeu de société, un calcul de [répartition des frais de port](#) rédigé par un créateur au Royaume-Uni, et un aperçu de la [méthode de calcul des coûts des récompenses et de frais de port](#) d'un créateur Kickstarter.

Les membres de votre communauté

Le fait de mettre en place une stratégie de promotion et de publicité avant le lancement de votre campagne est un facteur essentiel de la réussite de votre projet. Cette stratégie comprendra notamment une liste de personnes à contacter, des ressources et contenus à diffuser pour atteindre et mobiliser votre public et des messages clés pour raconter votre histoire de manière originale et intéressante.

La majeure partie des engagements d'un projet Kickstarter typique provient de recommandations personnelles : les personnes que vous avez contactées directement ou les personnes qui ont été invitées à contribuer à votre campagne par quelqu'un qu'elles connaissent. Si une bonne couverture médiatique peut donner lieu à un pic de trafic sur votre page, elle ne se traduira pas forcément par une hausse des engagements. Par conséquent, une campagne solide par e-mail et sur les réseaux sociaux est tout aussi fondamentale que les communiqués de presse.

Votre réseau : Pensez à vos supporters les plus fidèles, à vos amis, aux membres de votre famille et aux personnes qui soutiendront votre projet quoi qu'il arrive. Encouragez-les à être vos premiers contributeurs et à s'engager dès le lancement de votre projet. La dynamique que vous créez à ce moment-là est extrêmement importante. Vous pouvez même opter pour un « lancement discret » : vous donnez à votre premier cercle de contributeurs la possibilité de s'engager pendant les premières heures de votre campagne, avant de contacter la presse et de mobiliser d'autres personnes une fois que votre projet a commencé à décoller.

Les réseaux sociaux : Il vous faut une stratégie de communication sur les réseaux sociaux. Où est-ce que vos fans se réunissent en ligne ? Facebook ? Twitter ? C'est là que vous devrez présenter votre campagne. Ils sont tous sur Instagram ? Suscitez leur intérêt avec un compte à rebours illustré de jolies images de votre produit dans les jours qui précèdent votre lancement. Peu importe où se trouvent vos fans, diffusez un message qui retiendra leur attention. Si vous mettez en avant les récompenses qui les attendent ou si vous publiez de belles photos, vous capterez un public beaucoup plus large que si vous vous contentez d'une campagne de type « Donnez-nous de l'argent, merci pour les RT ».

Une touche personnelle : Au-delà des réseaux sociaux, les messages personnels sont un élément indispensable de votre campagne. Contactez chaque personne individuellement pour lui demander de soutenir votre projet ou de diffuser votre message. Face aux messages génériques envoyés à toute une liste de diffusion, un petit mot sincère et personnel sera d'une efficacité redoutable. Nous avons constaté que le taux de réussite des créateurs qui suivent ce conseil est bien plus élevé.

Les médias : Une bonne couverture médiatique peut aussi vous aider à diffuser votre message. Contactez les blogs, newsletters, journaux ou autres types de médias qui pourraient s'intéresser à votre projet. Contactez la presse locale et la presse spécialisée. N'oubliez pas que les médias ne s'intéresseront à votre histoire que si vous avez quelque chose à dire, donc réfléchissez bien à ce qui fait de votre projet un bon sujet de presse et élaborer votre argumentaire en fonction.

Pour approfondir : Lisez cet [excellent billet de blog](#) sur un lancement de projet reposant sur une stratégie de communication qui vise les membres de la communauté du créateur. [Hacking Kickstarter](#) propose des idées pour une planification soignée et des suggestions formulées à partir d'un ensemble de données pour aller à la rencontre du meilleur public possible.

Votre page de projet

En plus d'accueillir les engagements de vos contributeurs, votre page de projet constitue le dossier de presse de votre vision créative. Elle comprend : le nom de votre projet, une description courte, une image et une vidéo, vos récompenses et une zone de texte vide qui vous permet de décrire votre projet à votre façon.

À savoir

Vous pouvez modifier la plupart des éléments de votre page de projet jusqu'à la fin de votre campagne. Cela dit, une fois votre projet lancé, vous ne pourrez plus modifier votre nom de profil Kickstarter, votre identité vérifiée, votre objectif de financement, votre compte bancaire ou votre date de fin de campagne. Vos récompenses restent modifiables tant qu'elles n'ont pas été choisies par un contributeur.

À la fin de votre projet, vous pouvez personnaliser votre page de projet [Spotlight](#). À ce stade, les détails de votre campagne (la page contenant la description de votre projet, vos récompenses et détails de financement) seront verrouillés.

Aperçu du projet

Une fois que vous avez terminé votre ébauche de projet Kickstarter, vous pouvez activer un lien d'aperçu qui vous permet de partager votre page avec quelques amis et collègues de confiance et recueillir leurs commentaires. Demandez-leur de vous donner leur avis sur l'histoire de votre projet, vos idées de récompense et la valeur monétaire qui s'y rattache, votre vidéo, etc. Dites-leur de vous indiquer les éventuelles coquilles ou formulations peu claires.

Une fois votre projet lancé, les utilisateurs qui cliquent sur votre lien d'aperçu sont redirigés vers votre page de projet.

Nom et description courte du projet

Le moteur de recherche de Kickstarter ne voit que les noms des projets, les descriptions courtes et les noms des créateurs. Par conséquent, si vous souhaitez que votre projet s'affiche dans les résultats de recherche des utilisateurs qui saisissent un terme en particulier, assurez-vous d'inclure ce terme dans le nom ou la description courte de votre projet.

Image du projet

La qualité de votre image a beaucoup d'importance ; ne la sous-estimez pas. Votre image vous représente dans l'ensemble du site Web de Kickstarter. Elle sera probablement reprise par la presse ou par d'autres types d'organismes médiatiques qui parleront de votre projet. Votre image de projet présente votre vision créative. Elle est suffisamment simple pour retenir l'attention, peu importe sa taille.

L'équipe Design de Kickstarter a préparé un [guide simple](#) pour la création d'images qui se démarquent, et le site Comixtribe propose dans son article [7 Design Tips for Your Project Image](#) sept astuces pour une image de projet réussie.

Vidéo de projet

Les créateurs sont souvent angoissés à l'idée de tourner une vidéo de projet. Ils s'inquiètent du temps que cela va prendre, du budget ou de leur apparence. Il y a autant de façons de réussir une vidéo de projet qu'il y a de créateurs, mais l'essentiel est d'être vous-même.

En parlant des vidéos de projet avec nos créateurs et nos contributeurs, nous avons appris que le plus important est de préserver le caractère personnel, de faire court (1 à 3 minutes) et de bien réfléchir à l'éclairage et au son. Certains créateurs ont tourné des vidéos de projet qui nous ont beaucoup plu [en une seule prise avec un iPhone](#). Si, si ! Donc, ne vous en faites pas. Voici un [aperçu intéressant](#) de toute une série de vidéos que nous avons eu le plaisir de voir sur Kickstarter.

Récompenses

Vos récompenses vous permettent de partager votre projet avec vos fans et les personnes qui y ont contribué.

Il existe quatre types de récompenses :

| Type de récompense | Description |
|--------------------|--|
| Un objet | Un exemplaire de ce que vous créez. |
| Une expérience | Une récompense qui permet au contributeur de participer au processus créatif ou au projet final. |
| Une mention | Vous mentionnez ou remerciez le contributeur (par exemple, dans le générique de votre documentaire). |
| Un souvenir | Vous remettez au contributeur un objet qui célèbre votre projet créatif. |

La plupart des contributeurs s'engagent à hauteur de 23 €. Si un produit est proposé en récompense, la plupart des contributeurs vont vouloir le recevoir.

Les créateurs fixent souvent le premier niveau de récompense à 1 € pour inviter les contributeurs qui souhaitent simplement suivre le déroulement du projet. Les personnes qui s'engagent à hauteur d'1 € décident parfois de remonter leur contribution avant la fin de la campagne, donc ne vous privez pas de cette opportunité.

Ne perdez pas le contrôle de vos récompenses. Certains créateurs proposent trop de récompenses qui coûtent cher en temps et en argent et qui finissent par nuire au bon déroulement du projet. C'est une erreur que nous voyons régulièrement. Les souvenirs sont toujours appréciés, mais méfiez-vous du coût de leur création et des frais de port pour les envoyer aux contributeurs.

Lisez notre billet de blog intitulé [96 Great Reward Ideas](#) pour un peu d'inspiration.

Description du projet

Cet espace s'utilise de différentes façons. Voici quelques conseils d'ordre général :

- **Vous n'avez pas besoin d'une description complète.** De manière générale, les gens veulent savoir qui vous êtes, ce que vous faites et comment vous comptez réaliser votre projet (vous pouvez par exemple opter pour une chronologie). Ils veulent aussi savoir comment les fonds seront utilisés, qui sont les personnes qui travailleront sur votre projet, quelles sont les qualifications de vos collègues et l'état d'avancement actuel de votre projet.
- **Ajoutez des photos, des graphiques et d'autres types de médias** pour illustrer votre projet et vos récompenses.
- **Ajoutez une section sur les récompenses** pour les décrire. Vous pouvez même ajouter un graphique ou un tableau permettant aux contributeurs de mieux comprendre ce que vous proposez.

Nous avons interviewé six créateurs de projets à succès qui nous ont donné [leurs meilleurs conseils pour une page de projet réussie](#).

Votre checklist lancement

Une liste de tout ce que vous devez faire avant de cliquer sur le gros bouton vert.

Onglet « Votre compte » : Assurez-vous d'ajouter vos coordonnées bancaires et de terminer le processus de vérification d'identité bien avant votre lancement.

Votre vidéo de projet : N'attendez pas pour charger votre vidéo de projet sur votre page. Assurez-vous que l'encodage que vous utilisez est compatible avec notre système et que la vidéo s'affiche correctement.

Lancement de campagne : Élaborez un plan de lancement qui comprend une date de lancement, une liste qui couvre votre stratégie de communication et de promotion initiale et qui décrit clairement les responsabilités de chacun.

Date et heure de fin de campagne : Quand vous choisissez votre date de fin, l'heure de fin est réglée automatiquement et correspond à l'heure à laquelle vous avez lancé votre projet. Si vous souhaitez choisir une heure de fin différente, sélectionnez l'option « Date/heure limite » sous « Durée de campagne », puis spécifiez l'heure à laquelle vous souhaitez que votre campagne se termine dans la case « Heure ».

Nom et description courte du projet : Assurez-vous d'utiliser les mots-clés que les contributeurs potentiels utiliseront pour rechercher votre projet sur Kickstarter dans son nom et sa description courte. Évitez les caractères spéciaux.

Objectif de financement : Vérifiez bien votre objectif de financement. Vous ne pourrez plus le modifier une fois votre projet lancé.

Révision du contenu : Relisez votre page de projet pour vous assurer qu'il n'y a pas de coquilles et qu'il ne manque rien. Vérifier bien vos niveaux de récompense, car vous ne pourrez plus les modifier à partir du moment où ils ont été sélectionnés par vos contributeurs.

Vérifiez vos liens : Passez en revue la description de votre projet et cliquez sur vos liens pour vous assurer qu'ils fonctionnent tous.

Aperçu : Partagez votre projet à l'aide de la fonction Lien d'aperçu pour demander l'avis de vos proches et peaufiner votre projet avant de le lancer.

URL finale : Vous ne connaîtrez pas votre URL de projet avant de le lancer. Vous pouvez créer un lien court depuis votre lien d'aperçu. Ce lien redirigera les utilisateurs vers votre campagne une fois votre projet lancé.

Livraison des récompenses : Les options de livraison internationales sont parfois compliquées à gérer. Prenez le temps de vérifier les paramètres de chaque niveau de récompense. Nous vous conseillons d'inclure les frais de port dans votre option de livraison domestique ; vérifiez bien que l'option correspondante a été sélectionnée. Vous trouverez plus d'infos [ici](#).

Image du projet : Vérifiez que tout s'affiche bien derrière le bouton Lecture, y compris avec différentes dimensions d'affichage.

Bouton Continuer : Notre site Web comprend [un algorithme](#) qui examine les projets et permet à certains d'entre eux d'être lancés sans passer par l'étape d'autorisation. Pour

éviter que votre projet ne soit retenu dans notre liste de projets à examiner, cliquez sur le bouton vert « Continuer » au moins deux jours ouvrables avant votre date de lancement. Si vous êtes placé dans la file d'attente de projets à examiner, écrivez à votre contact Kickstarter pour l'informer. Vous pourrez encore modifier votre projet une fois qu'il a été approuvé.

FAQ : Vous ne pouvez pas ajouter de FAQ à votre projet avant votre lancement. Préparez-les en avance pour les ajouter à votre page une fois votre projet lancé.

Ressources complémentaires

Les notions de base :

- [Kickstarter, qu'est-ce que c'est ?](#) (disponible en français !) : une description simple et facile à lire de Kickstarter.
- [Les règles de Kickstarter](#) (disponible en français !) : il y a trois règles de base à respecter sur Kickstarter. Nous avons aussi une liste d'articles interdits. Familiarisez-vous avec cette liste avant de lancer votre projet.
- [Le Centre d'aide Kickstarter](#) : vous avez une question de base à propos de Kickstarter ? Vous trouverez probablement la réponse ici. *À l'heure actuelle, le Centre d'aide n'est disponible qu'en anglais, mais vous pouvez nous écrire en français et un membre de notre équipe vous répondra en français.*

Astuces de Kickstarter :

- La catégorie « Astuces » de notre blog [Tips on Kickstarter Blog](#) : des billets d'invités rédigés par d'anciens créateurs, des listes de réponses à des questions fréquemment posées et bien plus encore.
- [Kickstarter Tips](#) : retrouvez conseils et astuces qui s'adressent spécifiquement aux créateurs de projets sur notre fil Twitter.
- [Le Manuel du créateur](#) (disponible en français !) : un guide complet pour réussir votre projet Kickstarter.
- [Creator Basics](#) : une série de vidéos courtes pleines de conseils sur les questions les plus courantes à propos des projets Kickstarter.

Ressources proposées par les membres de notre communauté :

- [Lessons from Two Successful Kickstarter Campaigns](#)
 - [10 Tips I Wish I knew Before I Launched My Kickstarter Campaign](#)
 - [How To Kickstarter](#) : Un billet de blog détaillé qui revient sur presque tous les aspects de Kickstarter par Studio Neat, une entreprise qui a réussi cinq campagnes sur notre plateforme.
 - [Q&A w successful Kickstarter creators on Shopify](#) : Une synthèse utile de tout ce qu'il faut faire (et ne pas faire) tirée de l'expérience des plus grands projets Kickstarter. S'adresse aux entrepreneurs et créateurs qui ont une idée de produit destiné à la vente au détail.
-