

J'ANIME LA PHASE DE LANCEMENT

Votre projet est publié sur la plateforme. Menez campagne avec vos élèves pour le faire connaître et pour collecter des fonds dans le délai imparti !

Une fois la page de présentation du projet publiée sur le site, l'objectif est de la diffuser largement pour accumuler les soutiens... en commençant par ceux qui vous connaissent et vous soutiennent déjà !

Comment faire ?

Respecter le bon tempo pour collecter des fonds

Il est nécessaire de créer une dynamique auprès de ceux qui connaissent le projet et souhaitent qu'il se réalise, pour donner envie à des inconnus de vous soutenir. Vos actions de communication doivent s'adresser aux proches des élèves, avant d'être progressivement diffusées plus largement, par vous et par vos soutiens.

A contrario, communiquer trop tôt envers des inconnus peut décrédibiliser votre démarche.

Le jour J

Le jour J, il est important d'envoyer un mail, que vous pouvez personnaliser pour certains destinataires, contenant l'adresse URL de la présentation du projet, une courte description et un appel au soutien. Dès le lancement, il s'agit d'intégrer la collecte dans la vie de l'école ou de l'établissement ; par exemple, grâce à un affichage réalisé par les élèves, qui progressera tout au long de la campagne, et en utilisant l'ENT.

Le début de la collecte

À J+8, répondez avec vos élèves aux commentaires que vous avez reçus, et publiez une première actualité pour remercier vos premiers donateurs, qui la recevront automatiquement par mail.

Vous pouvez les inciter à partager la page du projet sur leurs réseaux sociaux, et vous assurer que des parents d'élèves sont avec vous pour relayer l'information. **Réussir à mobiliser au début de la collecte est crucial : dès que vous atteignez 20 % de votre objectif, vous pouvez solliciter des donateurs plus éloignés.**

Si vous souhaitez partager l'adresse url de votre page de présentation sur les réseaux sociaux, n'oubliez pas de nous mentionner dans votre publication afin que nous puissions relayer sur nos réseaux Facebook, Twitter et LinkedIn à l'aide de notre identifiant @TrousseAProjets

Ressources pour cette étape

BOÎTE À OUTILS

Infos sur la déduction fiscale

Comment lancer la dynamique de collecte sans contribution financière du cercle 1 ?

Modèle de mail de lancement de la campagne

Modèle de courrier pour une entreprise

Ma collecte n'atteint pas les 20 %, que puis-je faire ?

Modèle de présentation de collecte (ppt)

J'ANIME TOUT AU LONG DE LA COLLECTE

Avec vos élèves, votre stratégie de communication vous permet de convaincre différents cercles de contributeurs potentiels : par des mails, des réunions d'information, la presse, les réseaux sociaux, de l'affichage... Sur la page du projet, grâce aux actualités, aux commentaires et aux messages privés, vous pouvez informer et mobiliser la communauté de vos donateurs.

Elargir progressivement la diffusion du projet

Au fur et à mesure, votre public est de plus en plus large : les associations ou entreprises locales peuvent être intéressées par votre projet, tout comme des particuliers éloignés.

Avec vos élèves, diffusez des flyers, organisez une réunion ou un événement pour faire le point sur la campagne.

Comment éditer votre flyers sur votre espace porteur de projet ?

Lien vers la ressource externe : <https://www.loom.com/embed/e176852d9fa1406e90bf6829399d9f72>

Ne vous alarmez pas si vous rencontrez une période creuse : c'est le cas pour (presque) toutes les collectes. Publiez quelques actualités et revenez vers des personnes qui n'ont pas encore donné, pour leur montrer que la collecte évolue.

Publier des actualités

Vous avez la possibilité de publier des actualités : elles sont essentielles dans l'animation d'une collecte. Elles vous permettent de garder vos premiers soutiens impliqués en cultivant le lien qu'ils ont avec le projet. Vos donateurs sont automatiquement avertis par mail à chaque nouveauté. Tenez les informés de l'avancement de la collecte !

En actu, vous pouvez communiquer sur l'avancement de votre projet en développant l'un des axes de la page de présentation ; proposer des témoignages d'élèves, écrits ou filmés ; présenter d'éventuelles associations partenaires du projet ; proposer des articles en lien avec votre projet ou la thématique de votre projet ...

Par ce biais, vous pouvez enfin remercier vos donateurs ainsi que leur proposer de diffuser votre page à leurs amis et connaissances.

Les outils à votre disposition sur la plateforme

Dans la rubrique Info projet de votre projet ci-dessous, vous pouvez :

- Suivre le nombre de vues de votre page, pour évaluer vos actions de communication

- Générer un flyer en quelques clics. Saisissez un texte court personnalisé, puis générez et téléchargez le document : toutes les informations essentielles sur votre collecte y sont inscrites. Vous pouvez l'imprimer, le distribuer ou l'afficher.
- Dans l'onglet donateurs, vous pouvez consulter la liste de vos donateurs, leur écrire un message privé individuel ou collectif (Ecrire à tous), et ils en seront notifiés par mail. Si vous téléchargez la liste, en fichier pdf ou excel, vous accéderez à plus d'informations, comme la contrepartie qu'ils ont choisi.

Ressources pour cette étape

BOÎTE À OUTILS

[Infos sur la déduction fiscale](#)

[Comment mobiliser la presse ?](#)

[Modèle de courrier pour une entreprise](#)

[Ma collecte n'atteint pas les 20 %, que puis-je faire ?](#)

J'ANIME LA DERNIÈRE PARTIE DE LA COLLECTE

À l'approche du terme de la collecte, amplifiez votre présence sur les réseaux sociaux : sur Facebook, vous pouvez publier un post par jour, et sur Twitter jusqu'à 3 ou 4.

Faites le décompte de la fin de campagne dans vos actualités, et motivez par ce biais tous vos donateurs à diffuser la page du projet à leurs contacts : à J-5, on essaie de convaincre 5 personnes de soutenir le projet, et une de plus jusqu'au dernier jour !

Comment relancer des particuliers et des entreprises ?

Revenir vers des personnes pour demander leur soutien après une première sollicitation n'est pas une tâche aisée.

Pour relancer d'éventuels contributeurs, nous vous conseillons de leur donner des nouvelles du projet et de la collecte, par exemple à partir des actualités que vous publiez. En commençant à les associer au développement du projet, vous leur montrerez que, plus que des donateurs, vous souhaitez en faire des partenaires du projet. Dans vos messages de relance, invitez vos interlocuteurs à vous poser des questions sur le projet.

Ressources pour cette étape

BOÎTE À OUTILS

[Infos sur la déduction fiscale](#)

[Comment mobiliser la presse ?](#)

[Modèle de courrier pour une entreprise](#)

[Ma collecte n'atteint pas les 20 %, que puis-je faire ?](#)