

Étape 1 : Le financement participatif est-il adapté à votre organisation ?

Le financement participatif peut constituer un moyen efficace de trouver de nouvelles sources de revenus. Il vous permet d'atteindre un public plus large, tout en réduisant le temps, les coûts et les efforts habituellement nécessaires à la collecte de fonds. Il attire non seulement des donateurs, mais peut également vous aider à recruter davantage de bénévoles. Dans de nombreux cas, vous utiliserez un site web de financement participatif qui effectuera une grande partie du travail à votre place, disposera d'une nouvelle base de donateurs pour votre organisation et utilisera différents réseaux sociaux pour faire passer le message.

Cela semble intéressant, n'est-ce pas ? Cependant, une campagne de financement participatif ne se met pas en place du jour au lendemain. Toute campagne réussie nécessite une planification, des images, une bonne vidéo et un plan de suivi bien pensé. Pour savoir si la collecte de fonds pourrait convenir à votre organisation, il peut être utile de réfléchir d'abord aux avantages et aux risques potentiels.

Liste de contrôle

Vous trouverez ci-dessous une liste de contrôle pour déterminer si votre organisation remplit les conditions requises pour mettre en place une campagne de financement participatif. Si vous cochez plus de 5 cases, le financement participatif pourrait vous convenir !

<input type="checkbox"/>	Nous avons un projet unique en son genre : il ne ressemble à aucune autre initiative existant déjà dans notre région.
<input type="checkbox"/>	Nous savons que notre projet répond à un besoin de la communauté, car nous avons consulté les bénéficiaires et ce sont eux qui ont proposé cette solution ou cette idée.
<input type="checkbox"/>	Notre plan de projet est suffisamment élaboré pour être partagé avec le monde entier : nous connaissons le groupe cible, les fonds nécessaires à notre projet et les résultats escomptés.
<input type="checkbox"/>	Il reste encore six mois avant le lancement du projet, ce qui nous laisse suffisamment de temps pour planifier et mener à bien une campagne réussie.
<input type="checkbox"/>	Nous disposons des ressources nécessaires (par exemple, 0,5 ETP ou 2 à 3 jours par semaine) pour travailler sur la campagne de financement participatif pendant les mois de préparation et de mise en œuvre de celle-ci.
<input type="checkbox"/>	La campagne de financement participatif s'inscrit dans le cadre d'une stratégie plus large de collecte de fonds pour ce projet.
<input type="checkbox"/>	Nous disposons de suffisamment de supports visuels et promotionnels pour donner un aperçu clair du projet avant le lancement de la campagne.
<input type="checkbox"/>	Nous privilégions une communication positive, avec des messages et des récits inspirants.
<input type="checkbox"/>	Nous avons la capacité de promouvoir nous-mêmes notre initiative en ligne et hors ligne.
<input type="checkbox"/>	Nous avons la capacité de remercier et d'informer les donateurs.