

WiSEED

CONNECT. INVEST. COLLECT.



• GUIDE •

COMMENT RÉUSSIR SA COMMUNICATION DE LA PHASE D'E-VOTE À LA PHASE DE FINANCEMENT ?

www.wiseed.com

RÉUSSIR VOTRE COMMUNICATION

Bravo, vous avez été sélectionné par l'équipe de WiSEED. Nous sommes enthousiastes à l'idée de vous accueillir parmi nous et de proposer votre startup à notre communauté !

Le financement participatif est avant tout une **aventure humaine exceptionnelle**. Vous avez plus que jamais un rôle majeur à jouer pour fédérer et faire avancer votre histoire. Ainsi vous devrez vous impliquer pleinement, le plus gros du travail restant à faire.

La communication est un élément prépondérant à la réussite d'une campagne de levée de fonds. Des actions devront être menées dès la phase d'e-vote. Nous communiquerons conjointement (vous et l'équipe de WiSEED), dans le but de **promouvoir de façon optimale votre startup**.

Pour vous accompagner, **nous vous livrons ce guide qui réunit les meilleurs conseils pour réussir votre campagne de communication lors de l'e-vote et de levée de fonds ***.

[ATTENTION] Ce document est confidentiel et est établi à l'intention exclusive de ses destinataires. Toute reproduction, diffusion ou toute publication totale ou partielle de ce document faite par quelque procédé que ce soit est interdite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L 335-2 et suivants du Code de la Propriété Intellectuelle, sauf autorisation expresse de WiSEED.

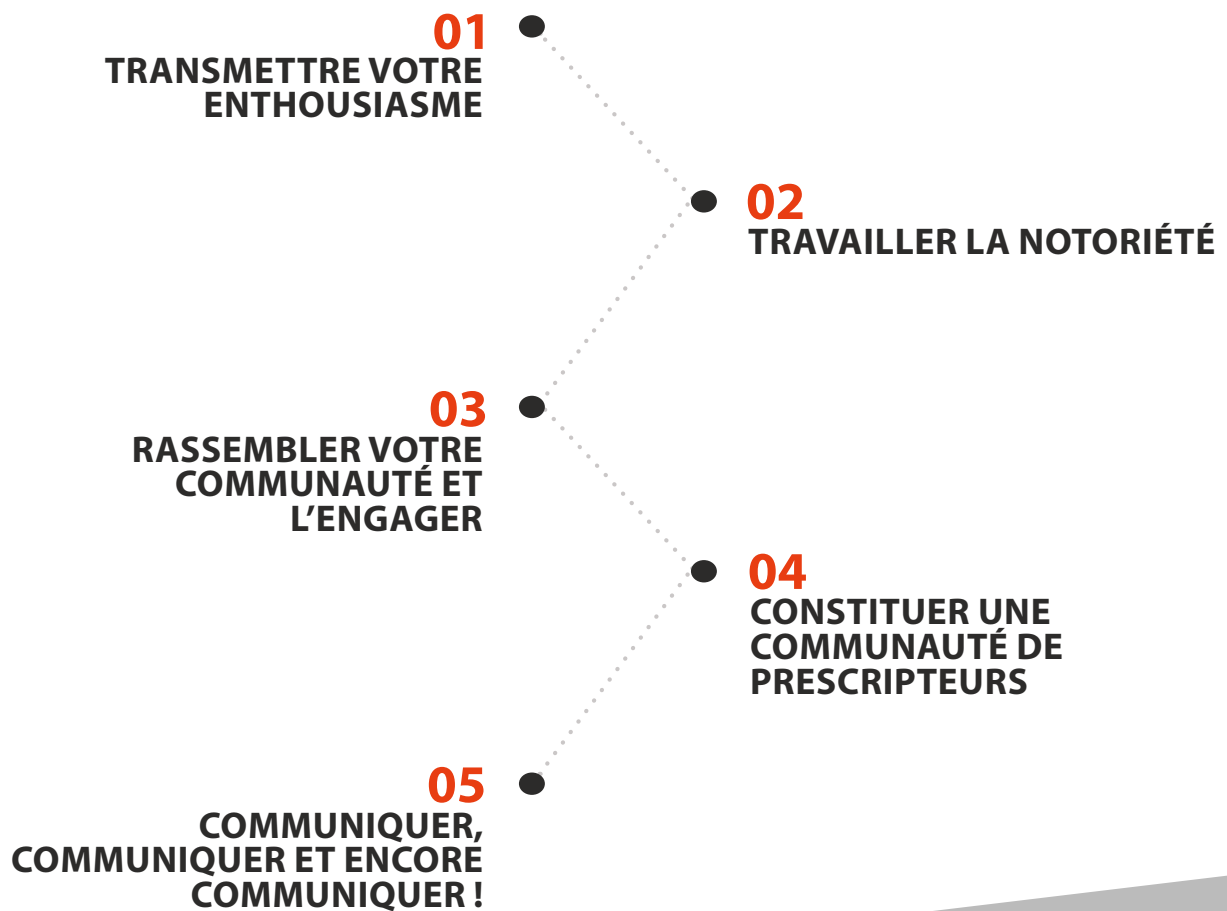
* Seul le retour de l'équipe WiSEED sur la campagne d'e-vote puis la validation de la Due Diligence fixent la poursuite ou non de la collaboration.



01

LES IMPÉRATIFS

RÉUSSIR VOTRE COMMUNICATION

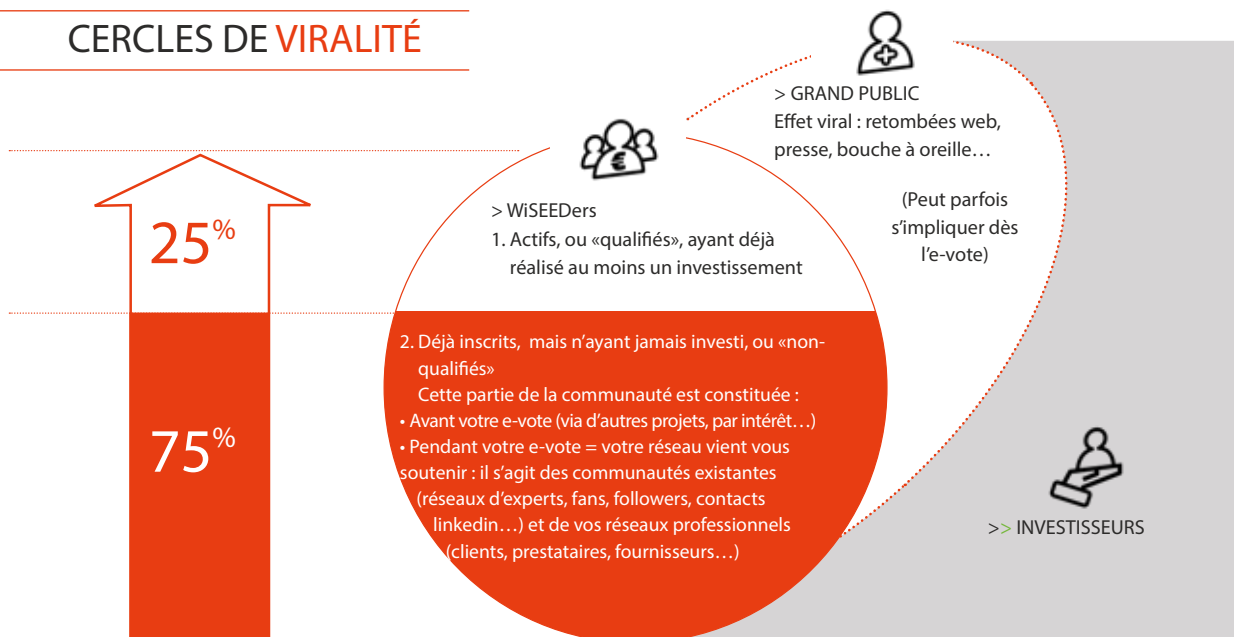


Ces prérequis nécessitent une **implication quotidienne de votre part**. Vous devez **démontrer votre engagement et faire preuve de réactivité** auprès des internautes. Vous êtes **l'ambassadeur de votre entreprise : soyez conscient que le meilleur vecteur de communication, c'est vous !**

Le **crowdfunding** vous permet de lever des fonds, mais il est également un **puissant levier marketing** pour créer et/ou consolider une communauté de clients et de prospects. De plus, la confrontation avec le grand public, surtout durant la phase d'e-vote, sera primordiale car elle vous permettra de connaître l'attractivité de votre startup. Une sorte d'étude de marché finalement, riche en enseignements, quel que soit le résultat du vote.

02 LES CERCLES DE LA VIRALITÉ SUR WISEED

POUR MOBILISER VOTRE COMMUNAUTÉ, VOUS DEVEZ MOBILISER PLUSIEURS CIBLES, ET CE DÈS L'E-VOTE.



OBJECTIF DE L'E-VOTE

Mobiliser les différentes communautés par le vote :

- WiSEEDers
- Amener votre réseau à vous soutenir en devenant WiSEEDers.

Les WiSEEDers actifs convaincus («qualifiés») vont voter et laisser des commentaires entraînant un effet viral auprès des autres cercles.

OBJECTIF DE COLLECTE

Transformation des votants en investisseurs :

- WiSEEDers actifs et «qualifiés»
- WiSEEDers passifs, ou «non-qualifiés» constitués de la communauté pré-existante et enrichis de votre réseau professionnel

Mobilisation de nouvelles communautés :

- Effet viral en dehors des cercles mobilisés pendant le vote.
- Ouverture de la communication à la presse et aux médias professionnel

ATTEINDRE SES CIBLES

1

PROPAGATION

Téléphone,
Mailing personnalisé
Réseaux sociaux,
Relances



2

VIRALE

Fichiers presse et blogs,
Widget WISEED sur votre site,
Articles sur votre blog...



3

Retombées presse,
Marketing viral,
Bouche à oreille...

03

RÉUSSIR SA COMMUNICATION

Ci-après, vous trouverez **2 listes d'actions à mettre en oeuvre.**

Une pour la **phase d'e-vote** et l'autre pour la **phase de financement***. Il est fortement conseillé de respecter les listes ci-après, spécifiques à chaque étape : vote et financement, pour assurer une bonne visibilité ainsi que le passage des étapes de sélection et la collecte.

E-VOTE : 1 MOIS

- Mobiliser votre réseau (vu précédemment)
- Mailing groupé (demande de soutien et vote)
- Communiquer sur les réseaux sociaux.....
- Amener votre réseau à parler de votre e-vote, le faire participer.....
- Intégrer le widget WiSEED sur votre site internet
- Publier une information par semaine (onglet « News » de votre espace dirigeant).....
- Répondre à TOUS les commentaires (1 commentaire = 1 réponse en moins de 24h - y compris les commentaires positifs !)
- Annoncer régulièrement à votre communauté l'avancée des votes

COMMUNIQUEZ LE PLUS SIMPLEMENT POSSIBLE SUR CE QU'EST WiSEED ET CE QUE REPRÉSENTE LA PHASE DE VOTE PAR RAPPORT À VOTRE LEVÉE DE FONDS

À cette étape, le but est de juger de la pertinence et de la cohérence de votre projet. Communiquez que c'est primordial pour être sélectionné pour une collecte mais n'évoquez pas précisément la levée de fonds (valorisation, deal financier...).

D'un point de vue réglementaire, vous ne pouvez pas faire d'appel à investissement (appel public à l'épargne) pendant toute la démarche.

* Le retour de l'équipe WiSEED sur la campagne d'e-vote puis la validation de la Due Diligence sont des pré-requis à une entrée en collecte

03

RÉUSSIR SA COMMUNICATION

FINANCEMENT : 1 À 3 MOIS

- Répondre aux commentaires sur WiSEED (1 commentaire = 1 réponse en moins de 24h)
- Mailing groupé à l'ensemble de votre communauté pour annoncer l'ouverture de la levée de fonds (cf : mail type).....
- Rediffuser la newsletter de WiSEED (ouverture + J-9)
- Faire un communiqué de presse, contacter les journalistes, les relancer
- Sur votre site ou sur votre blog, créer une page explicative dédiée à votre campagne de levée de fonds.....
- Alimenter le flux d'actualité de WiSEED en ajoutant une news sur votre fiche WiSEED (1 information par semaine avec photo, par exemple : Récompense, co-financement, partenariat, clients, parution presse...). WiSEED s'appuiera sur ces informations pour ses newsletters.....
- Contacter, répondre à votre public et le faire participer
- Demander à vos contacts de mobiliser leur communauté
- Parler de votre campagne de crowdfunding PARTOUT et TOUT LE TEMPS (pause déjeuner, conférences, salons, repas entre amis...)
- Communiquer régulièrement sur l'avancée de la levée de fonds
- Remercier, si possible, chaque nouveau souscripteur (par leur prénom) sur les réseaux sociaux (Twitter de préférence)
- Organiser un roadshow dans votre ville et y inviter votre communauté (WiSEED y conviera l'ensemble des WiSEEDers de votre région)
- Mailing personnalisé et relance téléphonique à vos contacts
- Demandez à vos souscripteurs de parler de leur participation sur leur blog et/ou sur leurs réseaux sociaux

04

LES CONSEILS DE WISEED

Les internautes ont besoin d'être à la fois séduits et convaincus par votre projet. Nous vous recommandons fortement de **proposer des supports de communication irréfutables**. N'oubliez pas, les WiSEEDers sont susceptibles d'investir dans votre entreprise, faites donc en sorte de les rassurer en leur apportant tous les éléments nécessaires à leur compréhension.

SOIGNEZ VOTRE IMAGE

- **Profil WiSEED** : choisir une photo de profil professionnelle (visible lorsque vous répondez aux commentaires des internautes).
- **Réseaux sociaux personnels** : mettez à jour les profils LinkedIn
- **Réseaux sociaux, mailing, fil d'actualité WiSEED** : la qualité des photos est ESSENTIELLE !
- **La vidéo** : il s'agit d'un outil fortement recommandé, elle présente votre campagne de levée de fonds sur WiSEED.com, et votre entreprise.

SOYEZ TRANSPARENT ET AUDIBLE

- **Vulgarisez les aspects techniques** de votre projet afin d'être entendu par le plus grand nombre possible de WiSEEDers et pas seulement par les quelques spécialistes de votre domaine !
- Le financement participatif et **la notion de transparence** vont de pair. Il s'agit là d'établir une relation de confiance avec vos investisseurs. Vous devrez donc partager vos éléments financiers aux WiSEEDers.

RACONTEZ UNE HISTOIRE

- **Présentez votre campagne de crowdfunding sous forme d'histoire**, ce qu'on appelle plus communément le « **storytelling** ». Les internautes doivent se sentir touchés et impliqués dans votre projet. N'oubliez jamais qu'au-delà d'un souhait de rendement, les investisseurs désirent aussi participer à une aventure entrepreneuriale riche de sens.

05 WISEED, UN TREMPLIN

WiSEED a permis le financement de sociétés françaises à fort potentiel de croissance depuis 2008 dans les secteurs de l'immobilier, de la transition énergétique et de la santé.

WISEED EN CHIFFRES

+270M€
COLLECTÉS

125M€
REMBOURSÉS

633
PROJETS
FINANCÉS

260
SORTIES
POSITIVES*

WISEED ET VOUS

WiSEED s'engage à vous accompagner durant votre phase d'e-vote et de levée de fonds.

Les éléments qui suivent constituent des indications du plan de communication qui sera mis en place dans le cadre de notre collaboration.

Les délais mentionnés dans ce document sont estimatifs. Des ajustements liés à la spécificité des domaines dans lesquels évolue l'entreprise sont régulièrement appliqués.

BIENVENUE DANS L'AVENTURE WISEED !

** La majorité des sorties positives concernent des projets en obligations.*