

LIFTOFF LAUNCH PARTNERS · CAMPAGNE DE
FINANCEMENT PARTICIPATIF ET LANCEMENT

Lancement de bague connectée

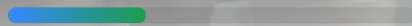
Une campagne de financement participatif tunnel complet
et l'exécution de la semaine de lancement pour la bague
connectée inaugurale de Currentwear.

01

L'opportunité

01

Currentwear Wearables a développé une bague connectée fonctionnelle et une petite liste d'attente, mais n'a ni campagne de financement participatif, ni plan pour la semaine de lancement, ni expérience pour mener l'un ou l'autre. Voici le plan pour transformer cette liste d'attente en une campagne financée et une véritable mise sur le marché.



Pourquoi maintenant

Currentwear Wearables a passé dix-huit mois à développer son produit inaugural — une bague connectée de suivi de santé — et dispose d'un prototype fonctionnel, d'une petite liste d'attente d'accès anticipé de 2 400 adresses e-mail, et d'aucune expérience de financement participatif ou de lancement au sein de l'équipe fondatrice. Le produit est prêt ; la mise sur le marché ne l'est pas.

Liftoff Launch Partners propose un engagement de douze semaines : une campagne de pré-lancement qui fait croître la liste d'attente et suscite l'intérêt de la presse, une campagne de financement participatif entièrement produite avec vidéo, conception de page et soutien médias payants, ainsi qu'une exécution pratique de la semaine de lancement pendant les 72 premières heures, moment où la plupart des campagnes gagnent ou perdent leur élan. Les sections suivantes présentent l'approche, le périmètre, le calendrier et l'investissement.



42 M\$+

FINANCEMENT DES
CONTRIBUTEURS LEVÉ SUR
L'ENSEMBLE DES
CAMPAGNES CLIENTS



165%

ATTEINTE MOYENNE DE
L'OBJECTIF DE
FINANCEMENT EN 72
HEURES



60+

LANCEMENTS DE MATÉRIEL
RÉALISÉS



Le défi

La liste d'attente de 2 400 personnes de Currentwear est un bon point de départ, mais elle ne suffit pas à elle seule à financer une campagne matérielle — la plupart des lancements réussis d'objets connectés convertissent moins de 5 % de leur liste d'attente en contributeurs, et les campagnes qui ne suscitent pas d'élan presse et médias payants avant le jour un stagnent généralement après la poussée initiale de contributeurs.

L'équipe fondatrice n'a jamais mené de campagne de financement participatif ni coordonné une opération presse de semaine de lancement, et dispose d'une capacité limitée pour créer les supports de campagne, gérer la communication avec les contributeurs et piloter les médias payants tout en continuant à livrer le produit.

Notre approche

Nous menons une phase de pré-lancement de quatre semaines qui fait croître la liste d'attente via des médias payants ciblés et des relations presse, puis produisons la campagne complète : vidéo, texte et conception de la page, paliers de récompense et plan médias payants calé sur les 48 premières heures, moment où l'élan de la campagne se joue.

Pendant la semaine de lancement, notre équipe assure la communication avec les contributeurs, le suivi presse et l'optimisation quotidienne des médias payants directement aux côtés des fondateurs de Currentwear, avant de transmettre une liste de contributeurs prête pour l'exécution des commandes et un plan de vente au détail post-campagne.

01

Stratégie de campagne

Objectif de financement, paliers de récompenses et calendrier étalonnés par rapport à des lancements comparables d'objets connectés.

02

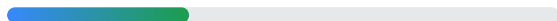
Production vidéo et créative

Une vidéo de campagne produite et une séance photo conçues pour la page de financement participatif.

03

Croissance de la liste d'attente pré-lancement

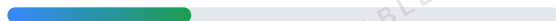
Quatre semaines de médias payants et de relations presse pour développer la liste d'attente avant le jour J.



04

Page de campagne et rédaction

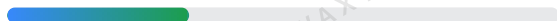
Conception complète de la page, rédaction des paliers de récompenses et FAQ optimisées pour la conversion des contributeurs.



05

Exécution de la semaine de lancement

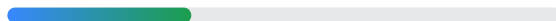
Communications quotidiennes aux contributeurs et suivi presse pendant les 72 premières heures critiques.



06

Gestion des médias payants

Dépenses publicitaires gérées sur l'ensemble des plateformes, optimisées quotidiennement pendant la semaine de lancement.



Liftoff a transformé notre liste d'attente en campagne financée en trois jours. Nous avons atteint notre objectif avant même d'avoir fini de répondre à la presse.

RENEE OKAFOR





CREDENTIALS

STATUT

Immatriculations, couvertures et garanties

HABILITATION	ORGANISME ÉMETTEUR	RÉFÉRENCE	PÉRIMÈTRE	STATUT
Entité enregistrée	Registre des sociétés, États-Unis	Liftoff Launch Partners LLC	Nom commercial et identité juridique	Actif
Immatriculation fiscale	Administration fiscale, États-Unis	EIN 47-2910384	Toutes les prestations facturées	Actif
Assurance responsabilité civile professionnelle	Assureur commercial	Disponible sur demande	Campagne de financement participatif et lancement	Renouvelé chaque année
Assurance responsabilité civile générale	Assureur commercial	Disponible sur demande	Travaux sur site et dans les locaux du client	Renouvelé chaque année

Adhésion à un organisme professionnel	Association professionnelle, États-Unis	Disponible sur demande	Code de déontologie et procédure de réclamation	En règle
---------------------------------------	---	------------------------	---	----------

Les certificats et échéanciers de police sont fournis sur demande et sont réémis à Currentwear Wearables sur demande, à tout moment pendant la mission.

01

SEMAINES 1 À 4 · CROISSANCE DE LA LISTE D'ATTENTE PRÉ-LANCEMENT

Médias payants et relations presse en vue du jour du lancement.

02

SEMAINES 5 À 6 · PRODUCTION DE LA CAMPAGNE

Vidéo, conception de page et texte des paliers de récompense produits et révisés.

03

SEMAINE 7 · RÉVISION FINALE ET PRÉPARATION DU LANCEMENT

Supports de campagne finalisés et embargo presse levé.

04

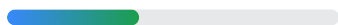
SEMAINES 8 À 9 · SEMAINE DE LANCEMENT

Lancement public et poussée d'élán critique des premières 72 heures.

Essentiels de lancement

\$28,000

- Stratégie de campagne et conception des paliers de récompense
- Conception et rédaction de la page de campagne
- Support de deux semaines pour la semaine de lancement
- Export des données des contributeurs



Lancement complet

\$96,000

- Tout ce qui est inclus dans Essentiels de lancement
- Vidéo de campagne produite
- Quatre semaines de développement de la liste d'attente avant lancement
- Campagne publicitaire payante gérée



Lancement complet + transfert vers le commerce de détail

\$96,000 + \$12,000

- Tout ce qui est inclus dans Lancement complet
- Plan post-campagne de commerce de détail et relations presse
- Rapport des contributeurs prêt pour l'exécution des commandes
- 30 jours de support post-campagne



COMPARISON

MODÈLE ÉCONOMIQUE

Comment se comparent les trois formules

	ESSENTIELS DE LANCEMENT	LANCEMENT COMPLET	LANCEMENT COMPLET + TRANSFERT VERS LE COMMERCE DE DÉTAIL
Prix	\$28,000	\$96,000	\$96,000 + \$12,000

Périmètre principal	Stratégie de campagne et conception des paliers de récompense	Tout ce qui est inclus dans Essentiels de lancement	Tout ce qui est inclus dans Lancement complet
Ce qui est inclus	Conception et rédaction de la page de campagne	Vidéo de campagne produite	Plan post-campagne de commerce de détail et relations presse
Livraison	Support de deux semaines pour la semaine de lancement	Quatre semaines de développement de la liste d'attente avant lancement	Rapport des contributeurs prêt pour l'exécution des commandes
Suivi après livraison	Export des données des contributeurs	Campagne publicitaire payante gérée	30 jours de support post-campagne

Les prix sont indiqués en USD et n'incluent pas la taxe de vente (Californie — services exonérés). Les options peuvent être combinées ou échelonnées ; la recommandation pour Currentwear Wearables est mise en avant dans la section tarifaire.

● LA DEMANDE

Rejoindre le tour de financement

Nous levons des fonds pour financer la feuille de route présentée à la page précédente. Liftoff Launch Partners accueillerait volontiers un entretien de suivi ce trimestre.

Approuvez cette proposition et nous pourrions lancer la phase de pré-lancement la semaine du 2 mars. Répondez à ce document ou écrivez à launch@liftofflaunch.com.

Liftoff Launch Partners

launch@liftofflaunch.com · +1 415 555 0166 · liftofflaunch.com ·
San Francisco, CA 94103