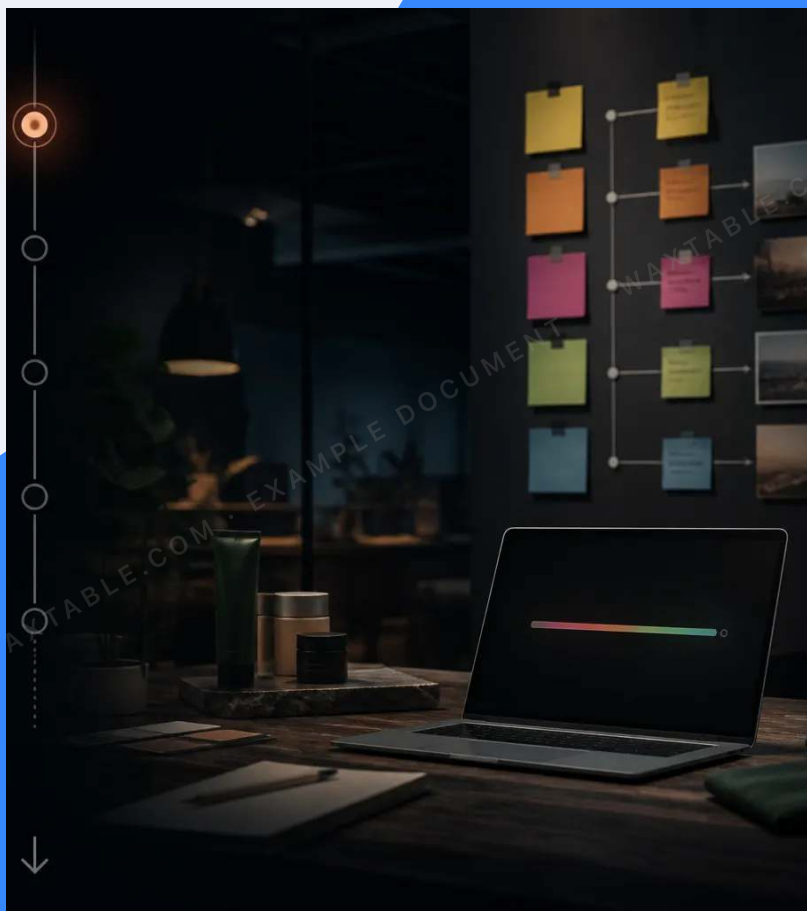


LIFTOFF LAUNCH PARTNERS — CAMPAGNE DE FINANCEMENT  
PARTICIPATIF ET LANCEMENT

# Cahier des charges

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



## Sommaire

|    |                                        |   |
|----|----------------------------------------|---|
| 01 | Contrôle documentaire                  | 2 |
| 02 | Introduction et périmètre              | 3 |
| 03 | Objet et public visé                   | 3 |
| 04 | Exigences fonctionnelles               | 3 |
| 05 | Exigences non fonctionnelles           | 4 |
| 06 | Modules du produit                     | 5 |
| 07 | Spécification des composants           | 6 |
| 08 | Hypothèses, contraintes et dépendances | 7 |
| 09 | Phases de mise en production           | 7 |



SCROLL THE JOURNEY

### EN BREF

## Contrôle documentaire

#### 01 SPÉCIFICATION

**REQ-2026-0344**

Émis le 9 février 2026

#### 02 PRÉPARÉ PAR

**Liftoff Launch Partners**

San Francisco, CA 94103

#### 03 PROPRIÉTAIRE

**Jordan Ames**Cofondateur et PDG,  
Currentwear Wearables

#### 04 STATUT

**Pour révision**Version de référence figée à  
l'approbation

#### 05 EXIGENCES

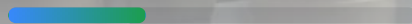
**9**Fonctionnelles et non  
fonctionnelles

01

01

## Introduction et périmètre

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.



### Objet et public visé

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.

### Exigences fonctionnelles

#### REQUIREMENTS

| ID   | EXIGENCE                                                                               | PRIORITÉ    |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| R-01 | Vidéo et page de campagne en ligne et revues par Currentwear avant le lancement public | OBLIGATOIRE |

|      |                                                                                                                                 |             |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| R-02 | Objectif de financement fixé pour couvrir les minimums de fabrication confirmés par le partenaire industriel de Currentwear     | OBLIGATOIRE |
| R-03 | Communications avec les contributeurs traitées dans les 24 heures pendant la semaine de lancement                               | OBLIGATOIRE |
| R-04 | Dépenses médias payantes approuvées par Currentwear avant chaque augmentation hebdomadaire du budget                            | OBLIGATOIRE |
| R-05 | Relations presse débutant au moins trois semaines avant le lancement public                                                     | SOUHAITABLE |
| R-06 | Paliers de récompenses examinés par rapport à au moins trois campagnes comparables de produits connectés                        | SOUHAITABLE |
| R-07 | Contenu optionnel d'objectif bonus préparé avant d'atteindre 150 % du financement                                               | SOUHAITABLE |
| R-08 | Export final des contributeurs et des paliers de récompenses livré dans les cinq jours ouvrés suivant la clôture de la campagne | OBLIGATOIRE |

## REFERENCE

| ID   | PRIORITÉ    | EXIGENCE                                                                               |
|------|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| R-01 | Obligatoire | Vidéo et page de campagne en ligne et revues par Currentwear avant le lancement public |

R-03

Obligatoire

Communications avec les contributeurs traitées dans les 24 heures pendant la semaine de lancement

R-04

Obligatoire

Dépenses médias payantes approuvées par Currentwear avant chaque augmentation hebdomadaire du budget

R-05

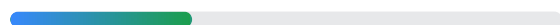
Souhaitable

**Relations presse débutant au moins trois semaines avant le lancement public**

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

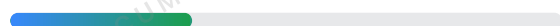
Une vidéo de campagne produite et une séance photo conçues pour la page de financement participatif.



03

### Croissance de la liste d'attente pré-lancement

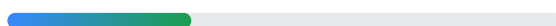
Quatre semaines de médias payants et de relations presse pour développer la liste d'attente avant le jour J.



04

### Page de campagne et rédaction

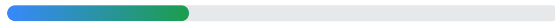
Conception complète de la page, rédaction des paliers de récompenses et FAQ optimisées pour la conversion des contributeurs.



05

### Exécution de la semaine de lancement

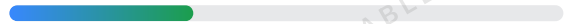
Communications quotidiennes aux contributeurs et suivi presse pendant les 72 premières heures critiques.



06

### Gestion des médias payants

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



## SPECIFICATION

## SPÉCIFICATION

# Spécification des composants

| RÉF.   | ÉLÉMENT                                                       | SPÉCIFICATION                                                | UNITÉS | DÉLAI         | PRIX UNITAIRE |
|--------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|--------|---------------|---------------|
| SPC-01 | Stratégie de campagne et conception des paliers de récompense | Objectif de financement, paliers de récompense et calendrier | 1      | 17 avril 2026 | \$9,500       |
| SPC-02 | Production de la vidéo de campagne                            | Vidéo de campagne produite de 90 secondes                    | 1      | 17 avril 2026 | \$22,000      |
| SPC-03 | Conception et rédaction de la page de campagne                | Conception de page, texte des paliers de récompense, FAQ     | 1      | 17 avril 2026 | \$14,500      |
| SPC-04 | Croissance de la liste d'attente pré-lancement                | Médias payants et relations presse, 4 semaines               | 4      | 4 sem.        | \$4,250 / wk  |

|        |                            |                                               |   |        |              |
|--------|----------------------------|-----------------------------------------------|---|--------|--------------|
| SPC-06 | Gestion des médias payants | Optimisation gérée des dépenses publicitaires | 2 | 2 sem. | \$5,500 / wk |
|--------|----------------------------|-----------------------------------------------|---|--------|--------------|

Les spécifications sont fixées à l'acceptation ; tout changement est traité selon la procédure de contrôle des modifications définie dans le présent document.

01

### De l'élan dès le premier jour

Croissance de la liste d'attente avant lancement et démarchage presse pour que la campagne se finance rapidement dans les 72 premières heures.

02

### Conçu pour convertir

Vidéo, page et paliers de récompense conçus selon ce qui a réellement fonctionné pour des campagnes matérielles comparables.

03

### Accompagnement de bout en bout jusqu'au lancement

Communications quotidiennes avec les contributeurs et optimisation des médias payants menées aux côtés de votre équipe, jamais déléguées.

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'élan critique des premières 72 heures.

# Liftoff Launch Partners

600 Townsend St, San Francisco, CA 94103, États-Unis

launch@liftofflaunch.com · +1 415 555 0166

· liftofflaunch.com

Liftoff Launch Partners LLC · EIN 47-2910384