

PRÉPARÉ POUR CURRENTWEAR WEARABLES

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	En bref	2
02	Périmètre, calendrier & honoraires	3
03	Aperçu et objectifs	4
04	Contexte et objectifs	4
05	Livrables	5
06	Volets de travail	5
07	Spécification du flux de travail	6
08	Calendrier	7
09	Critères d'acceptation	7
10	Détail des honoraires	8
11	Récapitulatif des coûts	9
12	Échéancier de paiement	9
13	Acceptation	10



SCROLL THE JOURNEY

EN BREF

CAHIER DES CHARGES

BROUILLON

SOW-2026-0344

PRÉPARÉ POUR

Currentwear
Wearables —
Jordan Ames,
Cofondateur
et PDG

PRÉPARÉ PAR

Liftoff Launch
Partners, San
Francisco

NUMÉRO DU CAHIER
DES CHARGES

SOW-2026-
0344

DATE DE DÉBUT

2 mars 2026

DURÉE

Campagne de
financement
participatif et
lancement

STATUT

Brouillon —
pour révision

● EN BREF

✕ Périimètre, calendrier et honoraires

01 FLUX DE TRAVAIL

**Campagne de
financement
participatif et
lancement**

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

02 DÉBUT

2 mars 2026

À la contresignature

03 DURÉE

12 moisÉchelonné selon le calendrier
ci-dessous

04 HONORAIRES

\$96,000\$96,000 plus taxe de vente
(ca — services exonérés)

05 ACCEPTÉ PAR

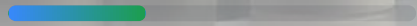
Jordan AmesCo-fondatrice et
directrice générale

01

Aperçu et objectifs

01

Une campagne de financement participatif et un lancement commercial de douze semaines pour le premier produit de Currentwear Wearables, la bague connectée Currentwear — de la liste d'attente avant lancement à la campagne financée jusqu'au transfert de la logistique.



Contexte et objectifs

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.

○ Livrables

01

STRATÉGIE

Stratégie de campagne et objectif de financement

Structure des paliers de récompense, objectif de financement et calendrier de campagne étalonnés par rapport à des lancements de produits connectés comparables.

02

PRODUCTION

Vidéo de campagne

Une vidéo de campagne produite de 90 secondes présentant le produit, l'histoire et l'argumentaire porté par le fondateur.

03

PRODUCTION

Conception et rédaction de la page de campagne

Conception complète de la page de financement participatif, textes des paliers de récompense et FAQ conçus pour la conversion.

04

AVANT-LANCEMENT

Croissance de la liste d'attente et relations presse

Quatre semaines de médias payants et de démarchage presse pour développer la liste d'attente avant le jour du lancement.

05

LANCEMENT

Exécution de la semaine de lancement

Communications quotidiennes avec les contributeurs, optimisation des médias payants et suivi presse pendant les premières 72 heures.

HORS PÉRIMÈTRE



- Fabrication de produits et logistique de traitement du matériel
- Conformité import/export et gestion douanière
- Dépenses médias payantes elles-mêmes (budget publicitaire facturé séparément, directement à la plateforme)
- Support client après campagne au-delà des 30 premiers jours

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.

SPECIFICATION

SPÉCIFICATION

Spécification du flux de travail

RÉF.	ÉLÉMENT	SPÉCIFICATION	CHARGE	DÉLAI TRAVAIL	PRIX UNITAI
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-05	Exécution de la semaine de lancement	Communication contributeurs, suivi presse, premières 72 heures	2	2 sem.	\$11,000 / 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

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.

05

SEMAINES 10-12 · CLÔTURE ET TRANSFERT

Clôture de la campagne, export des contributeurs et livraison du plan de vente au détail post-campagne.

○ Critères d'acceptation

● REQUIREMENTS

RÉF.	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

LEDGER

FLUX DE TRAVAIL

SEMAINES

TAUX

MONTANT

Stratégie de campagne et conception des paliers de récompense

Objectif de financement, paliers de récompense et calendrier

1

\$9,500

\$9,500

Production de la vidéo de campagne

Vidéo de campagne produite de 90 secondes

1

\$22,000

\$22,000

Conception et rédaction de la page de campagne

Conception de page, texte des paliers de récompense, FAQ

1

\$14,500

\$14,500

Croissance de la liste d'attente pré-lancement

Médias payants et relations presse, 4 semaines

4

\$4,250 / wk

\$17,000

Exécution de la semaine de lancement

Communication contributeurs, suivi presse, premières 72 heures

2

\$11,000 / wk

\$22,000

Sous-total des honoraires\$96,000

Honoraires\$96,000

Taxe de vente (Californie — services exonérés)\$0

Total\$96,000

TOTAL\$96,000

Tous les montants sont en USD et hors taxes applicables.
Les honoraires sont facturés en trois jalons : 40 % à la signature, 30 % au début de la réalisation, 30 % à la mise en production.

LEDGER

ÉCHÉANCIER DE PAIEMENT

Échéance de chaque versement

N°	JALON	DÉCLENCHEUR	PART	MONTANT
01	Semaines 1 à 4 · Croissance de la liste d'attente pré-lancement	2 mars 2026	40%	\$38,400
02	Semaines 5 à 6 · Production de la campagne	Au démarrage de la livraison	30%	\$28,800
03	Semaine 7 · Révision finale et préparation du lancement	À l'acceptation du jalon	30%	\$28,800
Total (HT)			100%	\$96,000

excluent taxe de vente (ca — services exonérés).

La contresignature ci-dessous entérine le périmètre, le calendrier, les critères d'acceptation et les honoraires définis dans ce cahier des charges, et autorise le début des travaux à la date de début indiquée.

01

POUR CURRENTWEAR WEARABLES

Jordan Ames

Co-fondatrice et directrice générale

Date

02

POUR LIFTOFF LAUNCH PARTNERS

Liftoff Launch Partners

Signataire autorisé

Date

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