

PROJET IF36 - Visualisation de données

Analyse des données de KICKSTARTER

Florian BONELLI

Eyvan FAURE

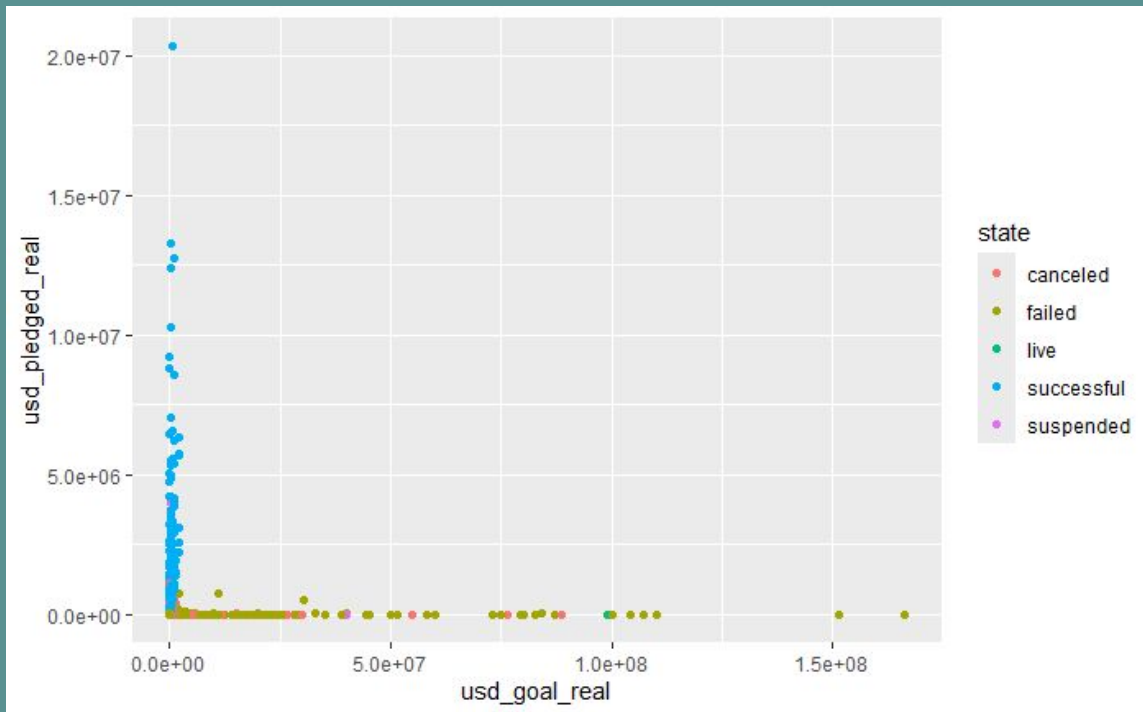
Ryan OUYED

Lucas SAURON

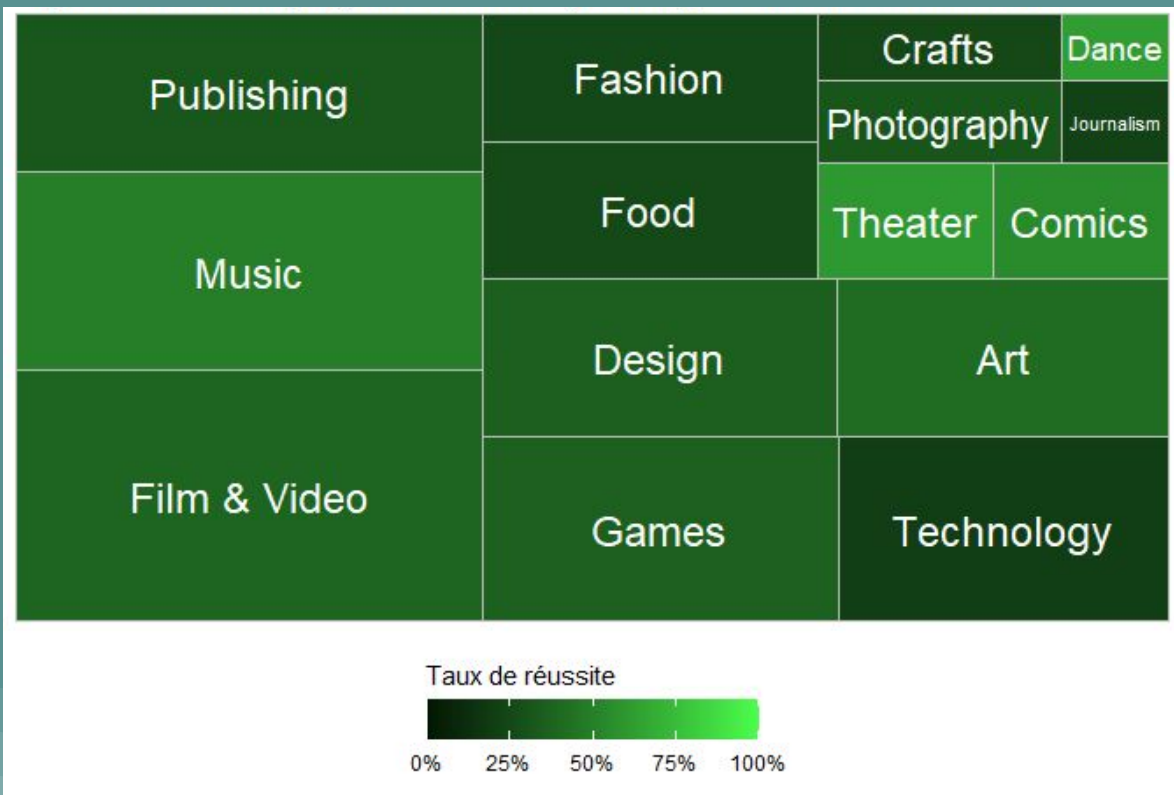
Printemps 2025

Analyse exploratoire

Montant récolté en
fonction de l'objectif



Quels sont les taux de réussite des campagnes en fonction des catégories ?



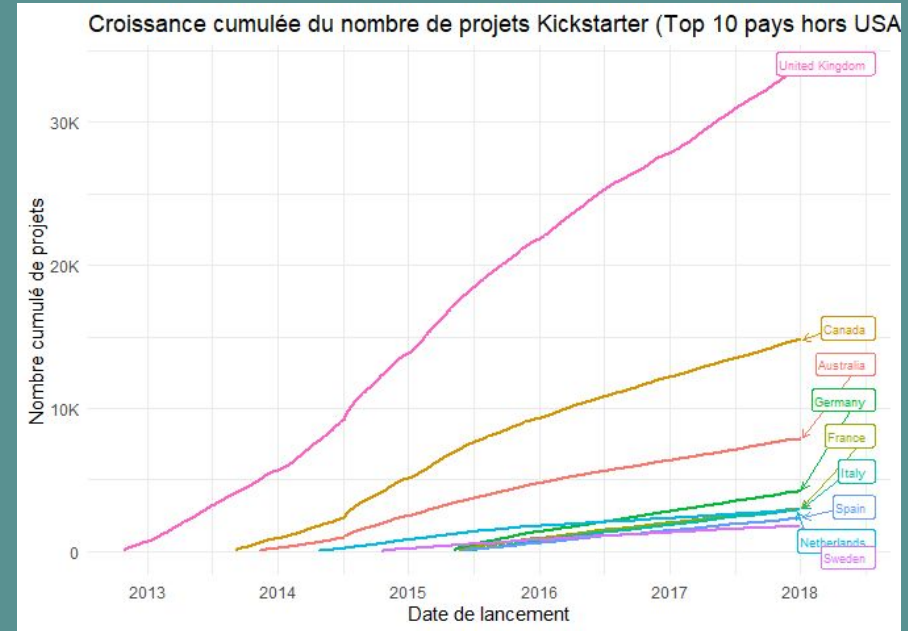
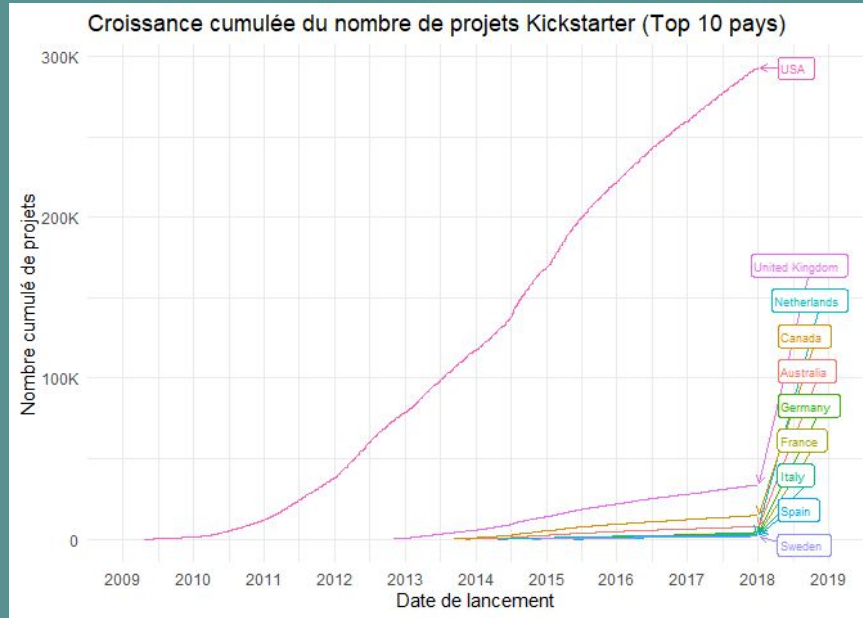
Répartition des projets par catégorie et leur taux de réussite

Quels sont les taux de réussite des campagnes en fonction des catégories ?

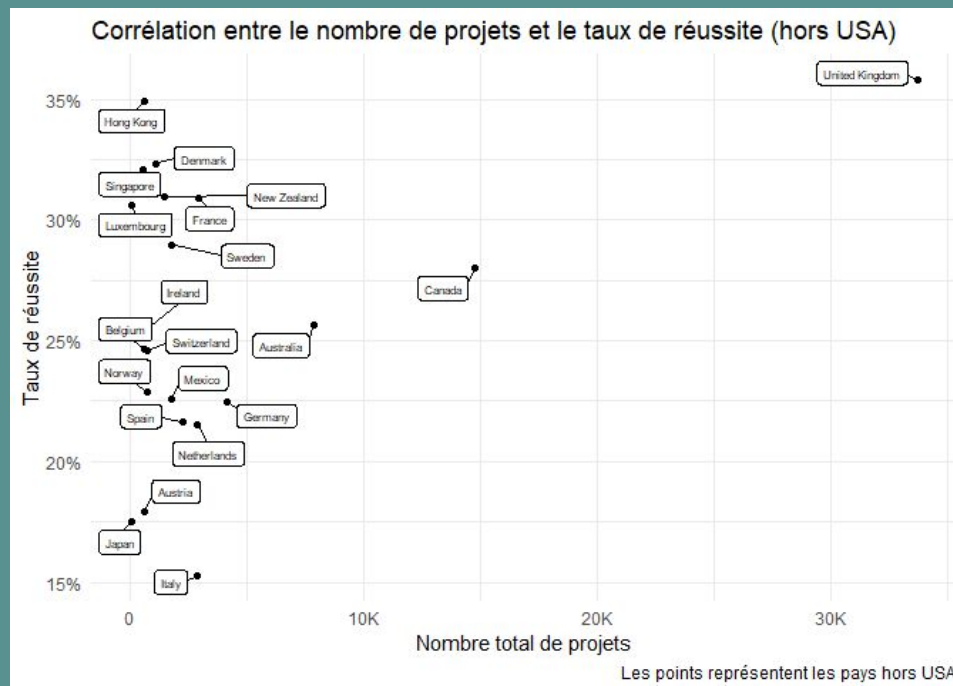
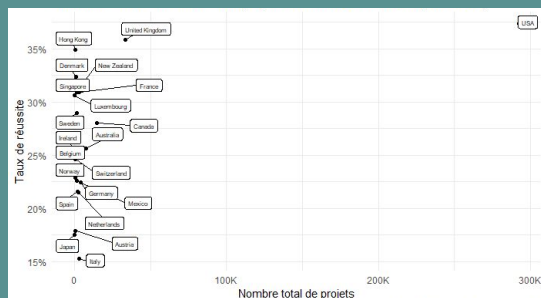


Répartition des
projets par catégorie
et montant demandé

Combien de projets ont été lancés par pays?

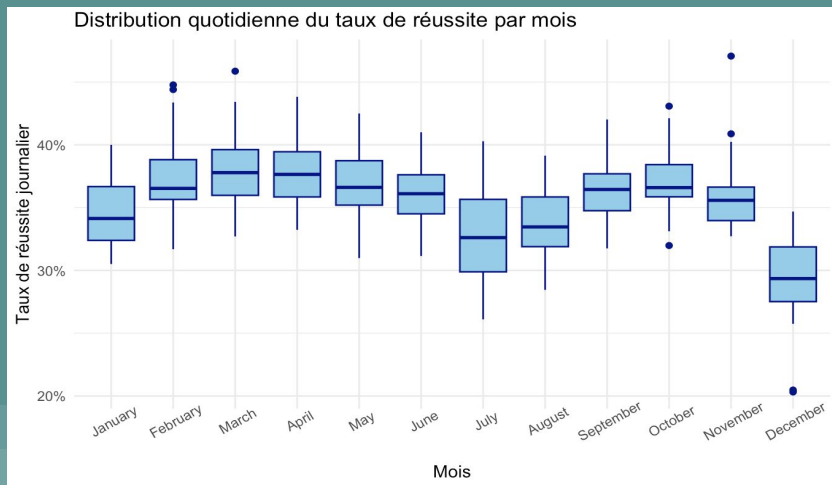


Quels pays ont les meilleurs taux de réussite? Y'a-t-il un lien avec la quantité de projets?

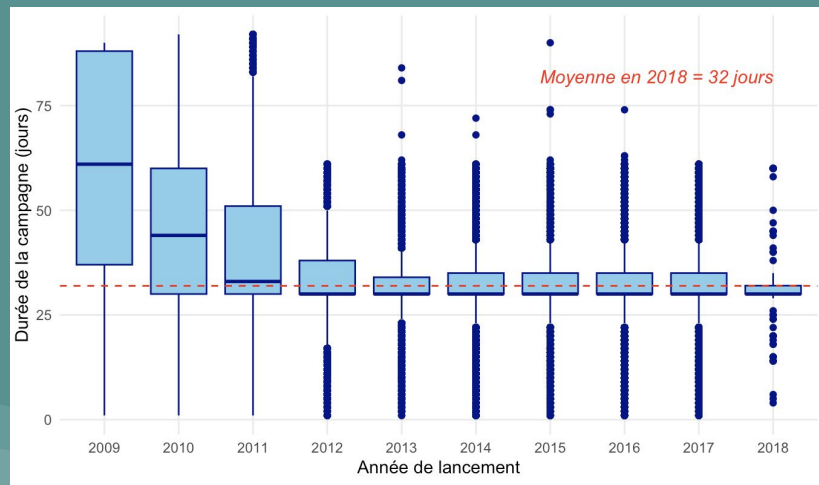


Existe-t-il des périodes de l'année où les campagnes ont plus de chances de réussir ?

Distribution
quotidienne du taux
de réussite par mois

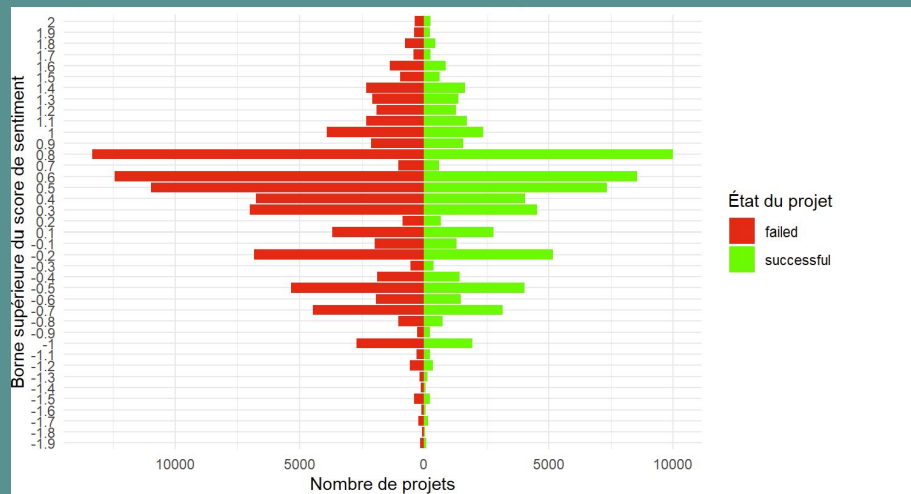


Évolution de la durée
des campagnes
Kickstarter par année

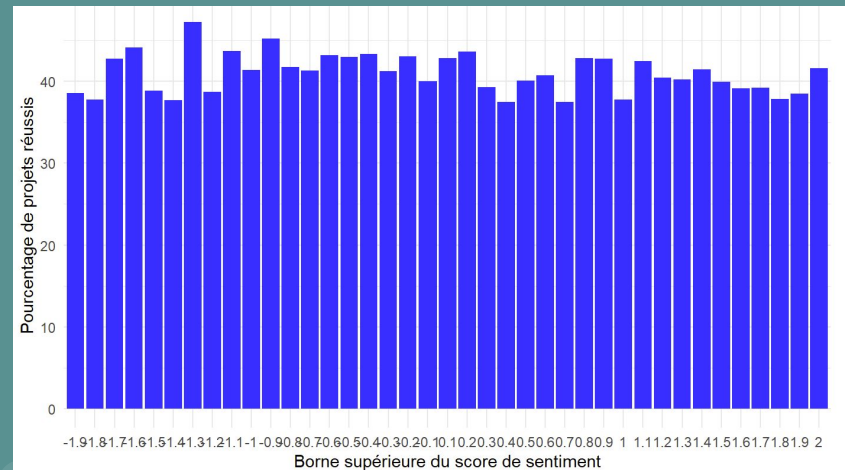


L'utilisation de mots émotionnels ou marketing dans le titre est-elle corrélée avec un meilleur taux de succès ?

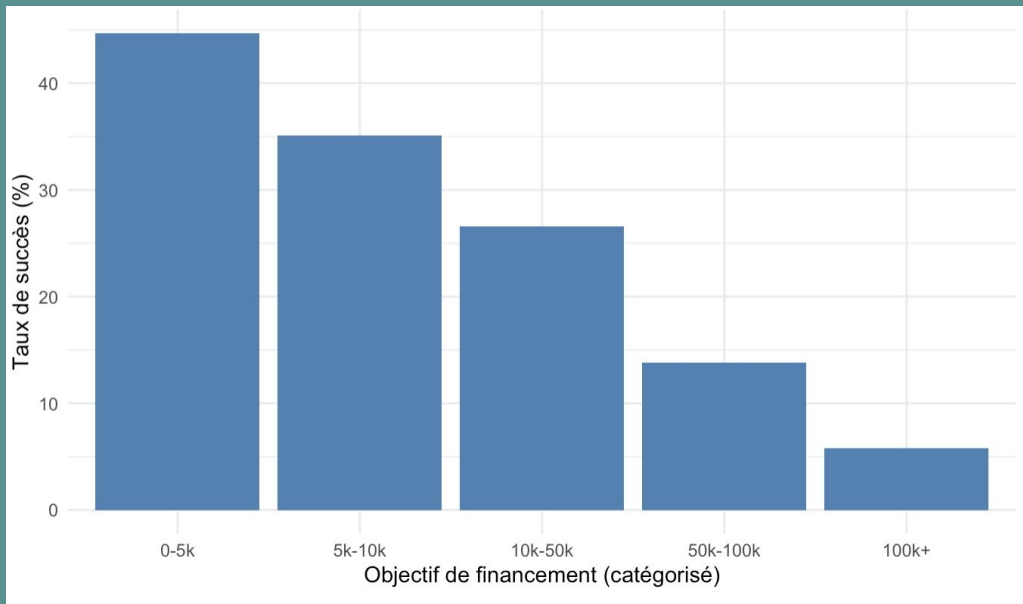
Nombre de projet échoué / réussi



Proportion de projet réussi

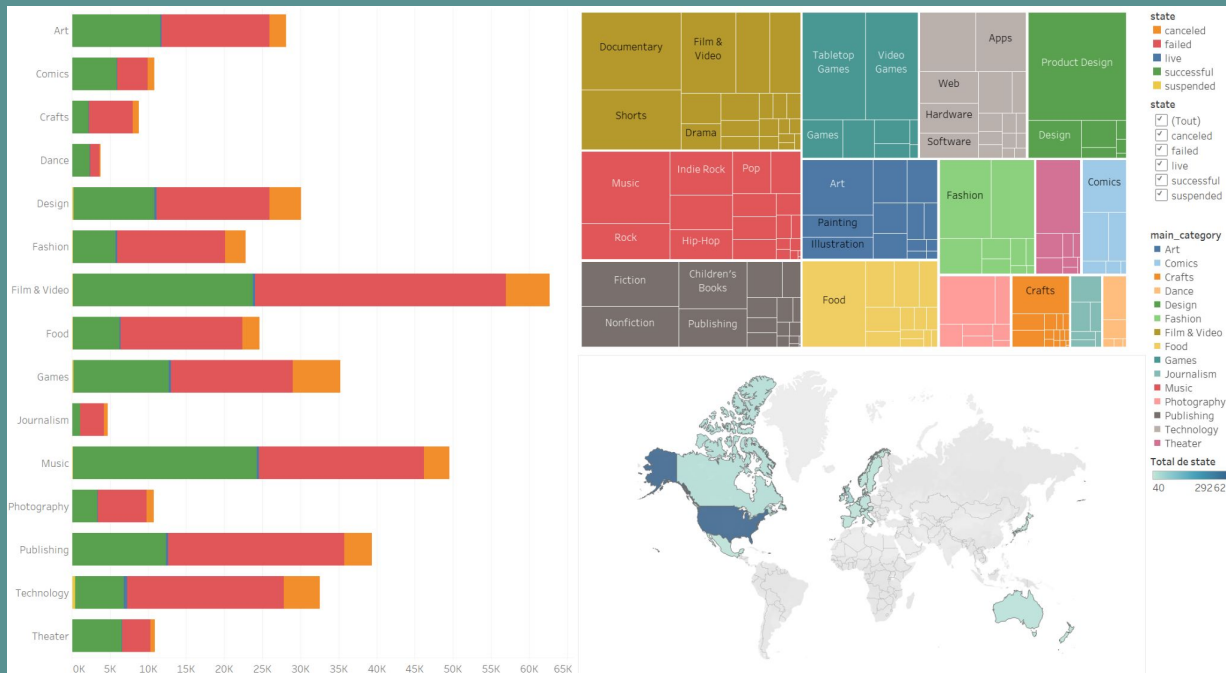


Dans quelle mesure le montant de l'objectif influence-t-il la probabilité de succès d'une campagne ?



Taux de succès des
campagnes par objectif

Tableau



Avantages :

- Facile à utiliser pour quelqu'un qui ne sait pas coder
- Visualisations claires et professionnelles

Inconvénients :

- Logiciel payant
- Paramètres parfois peu intuitifs

Conclusion

Ces visualisations nous permettent de tirer certaines conclusions pour réussir sa campagne Kickstarter :

- **Ne pas demander une trop grosse somme** (Si le projet coûte cher, il vaut mieux créer des objectifs annexes que mettre son objectif de départ trop haut).
- Trois catégories se démarquent en termes de chances de succès : **la danse, le théâtre et la BD**.
- Si on est domicilié en dehors des **États-Unis ou du Royaume-Uni ou Hong Kong**, il existe peut-être une autre plate-forme plus adaptée.
- Il faut éviter de lancer son projet pendant les **vacances d'été ou les vacances de Noël**, où les gens dépensent déjà beaucoup d'argent sur d'autres activités.
- Les campagnes ont eu tendance à se raccourcir à **30 jours**, il faut éviter de faire une campagne trop longue.