



FELICITĂRI

Ești pe cale să începi călătoria ta de crowdfunding. Există 2 părți distincte ale fiecărei campanii de crowdfunding:

1. Crearea
2. Promovarea

În cele ce urmează subliniem câteva idei pentru promovarea proiectului tău în diferite stagii ale campaniei. Trebuie să fii conștient că pentru reușita proiectului trebuie să aloți o bună parte din timp promovării acestuia și informării constante a susținătorilor, de-a lungul întregii campanii.

COMUNITATEA DIN JURUL TAU

Cel mai important aspect al campaniei tale este să-ți construiești grupul de susținători.

ECHIPE, SOCIETĂȚI, GRUPURI

Dacă ești parte a unei echipe, ONG-uri sau orice fel de grupuri asigură-te că toți membrii sunt bine informați și implicați activ încă din faza de pre-lansare, cunoscând faptul că promovarea proiectului este un efort de echipă.

În ziua lansării roagă-i pe toți membrii să distribuie proiectul pe paginile lor de internet. Roagă colegii de echipă să scrie un mail personal unui grup de 5- 10 persoane din rețeaua lor pentru a solicita ajutorul acestora în distribuirea mesajului sau, de ce nu, printr-o donație. Acest sprijin inițial va contribui la stimularea campaniei.

FOLOSEȘTE MIND MAPPING PENTRU A GĂSI SOLUȚII „PE REȚEA”.

Gândește-te la cine vei apela (tu și echipa ta): prieteni, familie, studenți și presă locală, absolvenți de universități, comunitate locală, instituții și organizații interesate de subiectul campaniei tale.

O scurta listă cu un grup de oameni pe care te poți baza în timpul campaniei ar fi de mare ajutor. Informează acest grup despre campanie încă din faza de pre-lansare și cere-le ajutorul pentru promovarea proiectului.

UNDE?

Identifică canalele pe care le vei folosi pentru distribuirea mesajului:

- Prin transmitere directă
- Mail-uri personale
- Canalele sociale: Twitter, Facebook, Vine, Instagram, WhatsApp, TeSustin, Pinterest, LinkedIn (e.g. grupuri de interes)
- Presa: studentească, locală, națională
- Evenimente și întâlniri.

ACTUALIZĂRI & PLANUL DE ȘTIRI

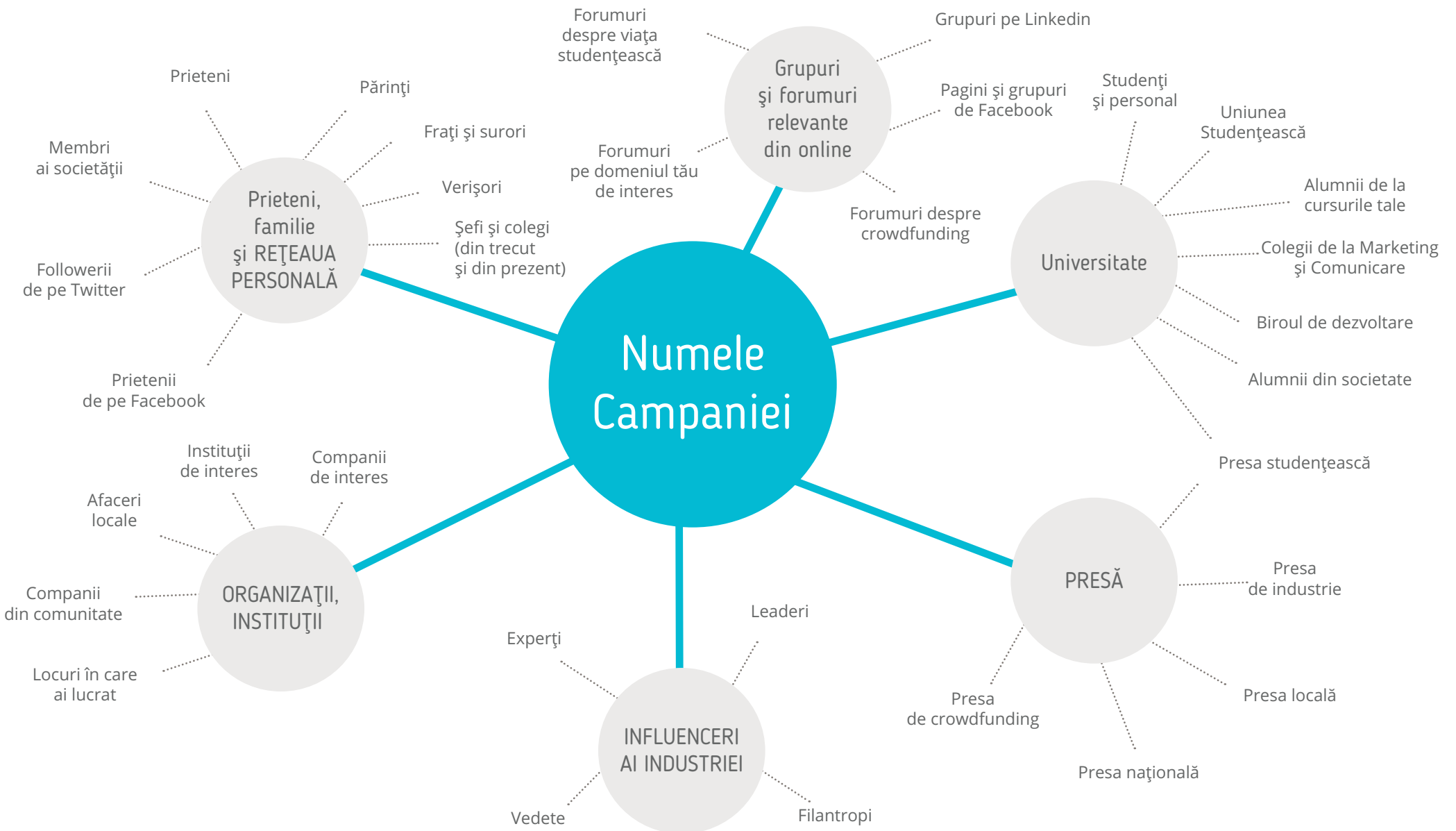
Ce actualizări interesante vei distribui în timpul campaniei?

- Mărturii e.g. “Clubul de șah a fost punctul culminant al vieții mele universitare, mi-ar face mare plăcere să-l susțin”,
- Informații interesante despre proiect
- Video și poze din “spatele scenei”
- Informează oamenii când ai ajuns la un anumit procentaj e.g. am ajuns la 25% din obiective, am atins minimul de necesar, al 20-lea sponsor... etc

CHECKLIST

- Folosește mind map pentru a găsi soluții pe rețea
- Care sunt canalele de care îți vei lega rețeaua?
- Vrei să setezi mai multe conturi pe canalele sociale ca să ajungi la un public mai larg?
Twitter este folosit doar pentru a atinge publicul pe o anumită nișă
- Crează-ți lista cu grupul de oameni pe care să te poți baza și informează-i despre debutul campaniei.
- Identifică idei pentru actualizări și știri pe care să le postezi în timpul campaniei.
- Colecționează poze, mărturii și clipuri video pe care să le folosești în timpul campaniei.
- Pregătește mail-uri și postări pentru rețelele sociale pe care să le folosești în ziua lansării.

MIND MAP



MESAJELE

Mind mapping te-a ajutat să-ți identifici exact rețeaua de prieteni. Pornind de la această hartă poți să îți creezi o lista de contacte. Ar fi util și să-ti reorganizezi lista în grupuri pentru a le trimite mesaje țintă.

PERSONAL:

Nu contează dacă suni, trimiți mesaje, email-uri sau comunicii pe twitter și facebook-mesajele trebuie să fie PERSONALE.

VOLUNTARII:

adună câți mai mulți voluntari și roagă-i să distribuie campania pe conturile și paginile lor și cere-le să se implice. Promovare intensă!

VIDEO:

Toată lumea iubește video-urile! Nu trebuie să fii și tu la fel. Folosește aplicațiile mobile - Vine, Instagram... etc

CHECKLIST

- Organizează o mică petrecere de lansare și invită potențialii donatori
- Fii creativ: poți să organizezi un flash mob sau orice altă manifestare care să atragă atenția asupra campaniei tale
- Modifică-ți semnătura de mail care să includă informații precum și un link către proiectul tău.
- Trimite mail-uri personale familiei și prietenilor
- Actualizează-ți profilurile personale de pe rețelele sociale cu informații și un link către proiectul tău
- Distribuie campania pe toate canalele pe care le-ai identificat
- Distribuie campania pe pagina de Facebook a TeSustin, pe pagina universității tale, precum și în alte grupuri relevante, Facebook, Instagram... etc
- Multumește sponsorilor menționând cât de importantă este susținerea și implicarea lor

FRUNTEA SUS, MOMENTELE DE CRIZA SUNT NORMALE!

Declinul pe la mijlocul campaniei este un aspect normal în crowdfunding. Nu te panica, aceasta nu înseamnă că proiectul tău eșuează. Există multe de făcut ca să-ți menții campania interesantă și pe linia de plutire.

ACTUALIZĂRILE

Intensifică actualizările. Când agitația de la lansare se calmează, poți menține pulsul campaniei cu fapte interesante, cu imagini și clipuri video, etc. Nu lăsa interesul oamenilor să se piardă! Menține mesajul campaniei tale dar amplifică comunicarea prin adăugarea unor știri despre tine, despre companie sau despre echipă și mai ales despre campanie, pentru a retrezi interesul oamenilor. Ai grijă ca toate canalele de comunicare să fie actualizate frecvent.

PRESA

Există vreo chestie de care să te poți agața? Există vreun aspect al

campaniei tale care să fie un subiect controversat sau știre de actualitate? Contactează presa locala ca să acorde atenție campaniei tale. Fă o lista cu 10 jurnaliști locali și naționali pe care să-i contactezi în eventualitatea în care ar fi interesați de campania ta. Află informații despre ei pe Twitter și solicită-le adresele de mail ca să le trimiți detalii despre campania ta.

MAIL-URI PERSONALE

Continuă-ti acțiunea de promovare cu email-uri individuale axate pe anumite aspecte ale proiectului, care crezi tu că ar prezenta importanță pentru fiecare persoană.

CHECKLIST

- Crează și distribuie informații care să păstreze interesul publicului față de campanie.
- Sărbătorește fiecare procentaj atins prin intermediul canalelor sociale e.g. Tocmai am atins 10% din obiective – mulțumim tuturor celor care s-au implicat! Sunteți cei mai tari!
- Arată recunoștință, mulțumește sponsorilor prin intermediul rețelelor sociale
- Cere sponsorilor ajutorul lor, în continuare, prin distribuirea mesajului campaniei sau prin implicare directă
- Contactează presa pentru a le spune povestea ta
- Apelează la medelele tale personale adresându-le o rugămintă de ajutor
- Pregatește mesaje pentru zilele finale ale campaniei- email-uri, postări, comunicate de presa, mesaje.

NUMARATOAREA FINALĂ

Timpul tace și trece. Hai să obținem și ultimele donații!

În ultimele zile ale campaniei este important să transmiți sentimentul de urgență. Contactează-i din nou, pentru o ultima tentativă, pe cei cu care ai avut discuții și întâlniri. De multe ori oamenii au intenția de a face donații dar o lasă pe ultima sută de metri. Informează-i că mai au doar câteva zile la dispoziție ca să obțină o recompensă și să-ți asigure implicit sprijinul lor.

CREEAZĂ PROMOVARE INTENSĂ!

Au mai rămas doar câteva zile pentru a mai obține niște fonduri. Acum este momentul să le multumești susținătorilor pentru ajutorul lor și să faci totul pentru expunere maximă. Roagă-i pe susținători să aloce cinci minute pentru a identifica alte persoane din jurul lor care ar putea manifesta interes față de campania ta. Roagă-i să trimită un mesaj personal acestor persoane și să distribuie campania pe rețelele sociale.

BROȘURI

Printează broșuri cu 'AMR (au mai rămas) ...x...zile' care să conțină și informații despre campanie. Aceste broșuri pot să fie extrem de simple, să cuprindă doar text negru pe foaie albă sau poți, în același timp, să ceri ajutorul unui prieten artist. S-ar putea să ai nevoie de o singură broșură ca să obții o donație care să te ajute să treci învingător linia de sosire.

Ai trecut deja de limita stabilită prin fondurile strânse?

Informează-i pe oameni ce vei face cu suma de bani stransă peste limita stabilită în proiect.

CHECKLIST

- Scrie un mail tuturor celor pe care i-ai contactat la începutul campaniei formulând un mesaj clar e.g. vă rog să postați pe Facebook, ați putea să atasați și acest link (include linkul către proiectul tău!)
- Explică cât de important este să se atingă toate obiectivele și cât de mult ai aprecia ajutorul lor în aceste ultime zile.
- Actualizează toate vizualurile pe rețelele sociale, poza de profil Facebook cu o imagine care să transmită "ultimele zile din campania noastră de crowdfunding" și include un link către campania ta
- Transmite sentimentul de urgență pe toate rețelele de comunicare – rețelele de socializare, în discuțiile directe și prin email-uri. e.g. "mai ai 3 zile ca să obții o invitație la Campionatul Internațional de Karate"
- Pregătește broșuri pe care să le distribuie printre prieteni și la cafenelele locale, precum și în campusurile universitare.
- Multumește tuturor sponsorilor