

Ghidul TeSustin.ro

pentru un proiect de succes

Cuvant inainte

Introducere

Așteaptă-te la neașteptat

Ieși din zona de confort

Zilele secetoase

Mai bine mai târziu decât niciodată

Puterea comunității

Ar trebui să informez publicul despre proiectul meu înainte ca acesta să înceapă?

Cum pot să cresc audiența?

CREAREA PROIECTULUI

Mărimea contează!

Video > Audi (Imaginea bate sunetul)

Recompensă cea mai mare

PROMOVAEA PROIECTULUI!

Cere ceea ce îți dorești (fă-o personal)

Confruntarea față în față!

Presa

Actualizează! Actualizează si gata!

Cuvant inainte

Crowdfundingul are puterea de a schimba lumea. Noi începem cu România, tărâmul oamenilor cu multe idei, dar fără resurse de a le fructifica. Platforma TeSustin.ro e locul în care te poți conecta cu oameni care pot și vor să ajute. Suntem alături de tine la fiecare pas, de la sfaturi, la încurajări, și, desigur, până la implementare și producție.

Potentialul crowdfundingului in Romania este enorm. Fie ca ii spunem fundraising digital sau multifinantare tot despre crowdfunding vorbim. Multi antreprenori, artisti si oameni cu visuri marete au beneficiat de puterea crowdfundingului in lume, iar noi, la TeSustin.ro speram ca si in Romania sa beneficieze la fel de multi oameni si de asemenea si sustinatorii lor. Va punem la dispozitie acest ghid complet de creare a unei campanii de la A la Z pentru a facilita o mai buna invatare despre ce insemna un proiect de crowdfunding.

La baza crowdfundingului este interactiunea. Astfel, ne-ar face mare placere sa ne contactati cu orice intrebare si cu feedback atat pentru acest ghid cat si pentru platforma TeSustin.ro

Mult succes!

Andrei Duma

CEO TeSustin.ro

Introducere

Această prezentare este un ghid asupra felului în care îți poți maximiza șansele de succes. Există 4 puncte cheie de urmărit de-a lungul procesului:

- 1. Construiește-ți audiența**
- 2. Fii implicat**
- 3. Cere ceea ce dorești** (fă-o personal)
- 4. Spune mulțumesc**

Așteaptă-te la neașteptat

Așteaptă-te la neașteptat

Cele mai multe proiecte de crowdfunding urmează un profil predefinit cu trei faze distincte:

Leși din zona de confort

Ești încântat de proiectul tău și îl prezinți prietenilor, familiei și altor membri ai instituției sau organizației din care faci parte. Ei sunt toți, niște oameni minunați care vor transmite și altora ideea proiectului tău (dacă îi rogi) motiv pentru care o incursiune informativă timpurie asupra ce și cum este normală și chiar de dorit. Ar fi minunat să atingi 30% din ceea ce ți-ai propus, în materie de strângere de fonduri (conform datelor noastre proiectele care ating, din faza inițială, cel puțin 23% din obiective se transformă într-unele de succes iar Kickstrater consideră că e nevoie să se atingă, din start, 30% din obiective pentru ca proiectul să aibă 90% șanse de succes*).

Zilele secetoase

Activitatea ar putea să stagneze pe la mijlocul perioadei (motiv pentru care proiectele mai scurte – care își păstrează consecvența în această perioadă de mijloc- tind să fie de succes).

Mai bine mai târziu decât niciodată

La un moment dat te vei apropia de termenul final și vei începe să te panichezi. Îți promovezi proiectul mai intens decât ai făcut-o vreodată punând presiune pe comunitatea ta (toti cunoscutii tai) din cauza deadline-ului. Deseori acesta chiar funcționează! Unii susținători inițiali ar putea chiar să facă o donație suplimentară doar din dorința de a vedea proiectul finalizat cu succes. În crowdfunding majoritatea donațiilor se primesc spre finalul proiectului.

Puterea comunității

Puterea comunității

Ar trebui să informez publicul despre proiectul meu înainte ca acesta să înceapă?

La fiecare creștere (10x) a numărului de prieteni pe Facebook șansele de reușită ale proiectului tău se dublează. Așadar o persoană ce creează un proiect și are 1000 de prieteni pe Facebook are de două ori mai multe șanse de succes decât o altă persoană ce dispune de un număr de doar 100 de prieteni (luând în calcul, bineînțeles, aceleași obiective).

"Campaniile de Kickstarter eșuează atunci când numărul oamenilor care cred în ideea respectivă este prea mic... Kickstarter este ultima etapă nu prima... [este o modalitate] de a-ți organiza și activa audiența" - **Seth Godin**.

La fel și pe Tesuștin.ro. Când ajungi la ideea de crowdfunding lumea deja trebuie să știe de misiunea ta!

Cum pot să cresc audiența?

Când cineva aude pentru prima dată despre proiectul tău s-ar putea să nu fie cel mai potrivit moment să-i ceri susținerea. Cu o lună înainte de începutul proiectului ar trebui să le vorbești prietenilor, familiei, colegilor sau oricarui alt grup despre proiectul tău pentru a te bucura de susținerea lor mai târziu. Aceasta se numește o lansare lentă și poate reprezenta o modalitate extrem de eficientă de caștigare a suportului celor din jur pentru ca momentul lansării să fie cu fast.

Poți să atragi susținători și prin intermediul unui blog sau site media precum Facebook sau Twitter (mai multe detalii despre această etapă găsești la secțiunea de promovare a proiectului tău). Există de asemenea beneficii enorme prin interconectarea tuturor paginilor și profilelor tale cu pagina proiectului.

Sfat:

- **Fii sociabil!**

Setează-ți o pagina de proiect pe Facebook, un profil Instagram și un blog și fă-le interesante!

CREAREA PROIECTULUI.

Fii încântat și implicat!

CREAREA PROIECTULUI.

Fii încântat și implicat!

Mărimea contează!

Cât de sus ar trebui să îmi setez limita pentru strângerea de fonduri?

*"creșterea valorii globale (target-ului) este asociată în mod negativ cu succesul"**

- Prof. Mollick

Deloc surprinzător este faptul că prin setarea unei valori mai mari privitoare la strângerea de fonduri îți reduci șansele de reușită. Dar să nu cazi nici în extrema cealaltă stabilind o valoare mai mică în speranța că vei strânge mai mult- cele mai de succes proiecte nu strâng decât cu aproximativ 10% peste limita superioară stabilită. Există și excepții când proiectele reușesc să adune o valoare dublă față de cea așteptată dar să nu îți faci astfel de speranțe! Stabilește un obiectiv realizabil care să-ți permită să finalizezi proiectul.

"Cum știi dacă managerul proiectului va cheltui banii cu folos?"

Aceasta este o întrebare adresată deseori de către potențiali susținători. Indiferent de obiectivul pe care îl stabilești va trebui să oferi un răspuns la această întrebare. Susținătorii doresc să știe cum vor fi cheltuiți banii lor și dacă pot să aibă încredere în tine. Un plan rezonabil arată susținătorilor că proiectul este fezabil.

SFATURI:

- **Marile așteptări**

Ai grijă să nu ceri prea mult pentru a-ți finaliza proiectul.

- **Timpul este esența**

la în calcul stabilirea termenului limită într-o zi de Duminică - multe donații sunt făcute în weekend, când susținătorilor au mai mult timp liber.

- **Explică!**

Folosește un video sau o prezentare pentru a explica cum vor fi folosite fondurile obținute - crowdfundingul se bazează pe încredere.

Video > Audio

(Imaginea bate sunetul)

De ce să postezi un video?

Pentru început, câteva statistici. Faimoasa platformă de crowdfunding, Kickstarter, a stabilit în urma cercetărilor că proiectele ce includ video-uri au șanse de până la 147% să-și atingă obiectivele.

Metoda de strângere de fonduri intitulată „crowdfunding” este cea mai folosită pentru că le permite susținătorilor să interacționeze cu proiectele și cu cei care le-au creat, intrând în contact cu entuziasmul lor. Un video îți dă șansa să transmiți toate trăirile pe care le implică un astfel de proiect într-un mod eficient și elegant. Îl poți convinge pe susținător că ești extrem de implicat și decis să finalizezi proiectul și să-l faci un succes.

“Video-ul nu trebuie să pară scump dar trebuie să fie eficient și să le ofere celor îndoielnici motive să creadă și să se implice cu entuziasm în proiectul tău (și oricând e posibil folosește-te de umor)” - Justin Kownacki

Ce fac dacă sunt emotiv în fața camerei? *“Chiar dacă nu poți să fii amuzant sau nu vrei să apari „pe sticlă” ajută și simpla prezentarea a unui video cu anumite colaje sau fotografii, în paralel cu vocea ta, explicând ce vei face cu banii și ce recompense sunt disponibile pentru susținători”** - Matt Haughey*

SFATURI:

- **Entuziasmul trebuie să îl transmiți susținătorilor** - deci nu trebuie să-ți fie frică să-l arăți. Iar umorul ajută!
- **Cunoașterea este putere.**
Cine ești? Ce faci și de ce?
- **Lucrurile bune se găsesc în pachete mici.**
Menține lungimea video-ului tău la 1-2 minute și vei avea mai multe vizualizări!
- **Judecă cartea după copertă!**
Selectarea unei imagini peste care să suprapui un mesaj de impact s-ar putea să te ajute să obții mai mulți susținători.
- **Postează pe canalele cele mai vizualizate!**
Dacă video-ul tău este postat pe un canal precum **YouTube** sau **Vimeo** asigură-te că postezi link-ul către proiectul tău.

Recompensă cea mai mare

Cât de importante sunt recompensele?

Foarte! Cele mai de succes proiecte implică MULȚI susținători care donează sume mici. Din acest motiv este important să asiguri recompense pentru sume sub 100-150 RON. Proiectele cu recompense pentru sume mai mici de 100 RON au 83% șanse de reușită în comparație proiectele care nu oferă nici un fel de recompense (comparativ cu Kickstarter). Media unei donații în crowdfunding este în jurul a 100 RON.

Ce recompense ar trebui să ofer?

Întreabă-te ce ți-ai dori tu? Diferite suveniruri sau amintirea experiențelor legate de proiect sunt cele mai populare recompense și pe bună dreptate. Dacă, în timpul proiectului tău se creează ceva ar trebui să oferi o parte din acel ceva drept recompensă. De exemplu haine sau diferite kit-uri, broșuri, fotografiile sau diferite înregistrări. Experiențele legate de proiect pot să se materializeze prin invitații la un spectacol sau implicarea efectivă în proiect.

Cum să stabilesc valoarea recompenselor?

Crowdfunding nu înseamnă caritate deci menținerea recompenselor la un nivel ridicat este cea mai bună metodă de a atrage donații. Gruparea unor recompense de valoare mai scăzută cu unele de valoare mai mare este o metodă perfectă ca să-l determini pe sponsor să dea puțin mai mult. De exemplu, include prima recompensă în cea de-a doua și pe ambele în cea de-a treia etc.

SFATURI:

- **Toate obiectele mici reprezintă recompense ideale.**

- **Prețul sa fie pe măsură.**

Alege recompensele prin obiecte de o valoare ridicată.

- **Care este relevanța valorii?... onoarea ta.**

Cele mai bune recompense sunt cele legate de proiectul tău adică ceea ce se produce în timpul acestuia sau după finalizarea proiectului.

PROMOVAEA PROIECTULUI!

Cere ceea ce îți dorești (fă-o personal)

PROMOVAEA PROIECTULUI!

Cere ceea ce îți dorești (fă-o personal)

Unde pot să îmi găsesc primii susținători?

Chiar dacă ți-ai format sau nu comunitatea (vezi capitolul Puterea comunității), cea mai bună metodă de a obține donații în perioada incipientă este folosirea rețelei personale: familia și prietenii tăi. Odată ce ai obținut câteva donații proiectul tău va fi mult mai credibil în ochii altor susținători.

Nu contează metoda de comunicare pe care o folosești: fie ca este vorba despre telefon, text, mail, tweeter sau de mesaje pe Facebook- mesajul trebuie să fie unul PERSONAL.

Pe cine altcineva mai pot să contactez?

Când vine vorba de crowdfunding se vor găsi întotdeauna organizații sau instituții care se regăsesc în ideea proiectului tău și sunt dispuse să o transmită sau chiar să contribuie cu o donație generoasă. Un exemplu de astfel de instituții ar fi cele educaționale, sau ONG-urile.

O întâlnire cu reprezentanții unor astfel de instituții ar fi un mare câștig pentru tine! Facekook și LinkedIn au site-uri bine organizate unde poți să găsești grupuri sau organizații de profil.

Toată promovarea ar trebui să fie online?

Nu! Interesează-te dacă poți să stabilești întâlniri locale cu anumite grupuri. Ia datele de contact ale oricui manifestă interes față de proiectul tău și contactează-i ulterior telefonic. Printarea de postere și broșuri ar putea să te ajute, de asemenea, în procesul de promovare.

SFATURI:

- **Prieteni pentru totdeauna:**

Contactează-ți familia și prietenii imediat. Planifică transmiterea de mesaje tot la două săptămâni.

- **Cu cât mai mulți cu atât mai bine.**

Meditează bine la lista de persoane sau organizații care ar putea manifesta interes față de proiectul tău. Folosește Facebook și LinkedIn ca să-i găsești.

- **Trăim într-o lume materială. Vorbește cu persoanele cărora le pasă de proiect.**

Pune-le la dispoziție broșuri și ia-le cartea de vizită!

- **Contact personal: Fă-ți timp să vorbești PERSONAL cu toate persoanele de contact.**

- **Fii recunoscător!**

Spune mulțumesc și cere ajutor în transmiterea mesajului proiectului tau.

Confruntarea față în față!

Cum ar trebui să folosesc Facebook?

Facebook este o modalitate extraordinară de a găsi persoane care să fie interesate de proiectul tău dar simpla postare a mesajului pe anumite pagini sau grupuri NU se va transforma automat în succes. Ca să primești donații trebuie să interacționezi cu anumite persoane cărora să le trezești interesul față de proiectul tău. Crowdfundingul social este un succes atunci când susținătorilor intră în contact atât cu proiectele cât și cu persoanele care le-au inițiat. *„Este foarte important să pui bazele unui anumit tip de relație înainte de a cere bani unei persoane străine”* - Ben Hamilton

Unde ar trebui să caut și cum ar trebui să interacționez cu aceste persoane? Caută pagini care au o oarecare legătura cu proiectul tău. Gândește-te de asemenea la orice instituție sau organizație care ar putea manifesta interes. Adresând întrebări și implicându-te în discuții este un mod minunat de a trezi interesul celor din jur.

Ce fac cu pagina mea de Facebook?

Pe măsură ce numărul de persoane care-ți apreciază pagina (dau „like”) crește trebuie să-i ții informați. Postează link-uri și informează-i cu privire la fiecare etapă (mai multe în capitolul Actualizează! Actualizează și gata). Ori de câte ori este posibil folosește și o imagine cu un mesaj alăturat- aceasta asigură un impact mai puternic! Obiectivul tău este să fii atât de interesant încât oamenii să-ți dea „like” la postări și să le preia pe paginile lor. Identifică, prin opțiunea „tag”, orice persoane sau grupuri care pot să genereze trafic pe pagina ta și implicit interes pentru proiect!

Dacă nu ceri nu primești!

Care este soluția pentru a obține donații?

În mod ideal, susținătorii nu vor fi persoane complet străine pentru că, probabil, ai urmat sfaturile din capitolul „*Confruntarea față în față!*” și ai construit o oarecare relație cu potențiali susținători. Oricum ar fi, există o singură modalitate de obține ceea ce dorești și anume prin a CERE!

*„formulează-ți postările și mesajele dintr-o perspectivă din care să nu reiasă că doar ceri bani. Subliniază ceva special (poate o recompensă) sau un extras din proiectul tău”** - Ben Hamilton

Trebuie să înveți să ceri donații persoanelor din jurul tău, fie că sunt parte din familie, cunoștințe Facebook sau directori de firmă pe care-i întâlnești în cadrul întâlnirilor stabilite. Amintește-ți că tu nu cerșești- dai înapoi susținătorilor ceva de valoare... recompense!

SFATURI:

- **Întotdeauna. CERE donații!**

Și adoptă o poziție strategică.

- **Perseverența dă roade: Trimite mesaje tot la două săptămâni.**

- **Răspândește mesajul.**

Roagă-i pe cei cu care interacționezi să distribuie pe paginile lor mesajul proiectului tău.

Presa!

Proiectul meu este demn de o știre?

Crowdfundingul este un concept relativ nou așa că presa locală ar putea să fie interesată de ceea ce faci. Dacă le trimiți un comunicat de presă, contactează-i și telefonic imediat pentru a-i informa despre proiect și pentru a vedea cum se poate transforma în material de știre. Ar putea chiar să scrie un articol care să cuprindă un link către proiectul tău.

În orice articol sau interviu nu uita să spui oamenilor de ce proiectul tău este relevant pentru ei și ce pot să obțină în urma implicării lor (recompense!). Aceasta este cheia prin care îi poți implica în proiectul tău.

Prin ce alte modalități pot să interacționez cu comunitatea locală?

Poți să contactezi deținătorii blog-urilor, stațiile radio sau chiar canalele de stiri. Poveștile grozave sunt adesea transmise acestor canale pentru o expunere mai mare. Dar această acțiune nu trebuie să fie mare consumatoare de timp - telefoane sau mesaje scurte sunt ceea ce ai nevoie ca să le atragi atenția. Sunt în compania cea bună.

Oare companiile vor face donații?

Da, dar trebuie să le oferi un beneficiu (unic dacă se poate). Datorită donațiilor de valoare mică care se fac, în mod normal, în crowdfunding, tipurile de companii care vor dona sunt cele care au același profil ca și proiectul tău și sunt și de dimensiuni apropiate. Trebuie să oferi recompense care sunt potrivite pentru astfel de susținători.

Cum ar trebui să contactez companiile?

În cazul în care trimiți un mail nu vrei să-i copleșești cu informații. Scrie 3 puncte mici la începutul mail-ului. Este o metodă eficientă care indică:

- Ce faci
- Cine ești
- Cum îi ajută aceasta pe ei

Actualizează! Actualizează si gata!

Ar trebui să mă folosesc de actualizări?

TeSustin.ro îți permite să faci actualizări la proiect. Este un aspect extrem de important în campaniile de strângere de fonduri. Susținătorii care au făcut donații vor dori să știe cum evoluează proiectul - făcând actualizări vei facilita promovarea proiectului către alte persoane. Potențialii susținători vor analiza activitatea și își vor da seama că ești o persoană motivată.

Ce ar trebui să postez ca actualizare?

Orice are legătură cu proiectul tău și cu evoluția acestuia. Dar scrie postări interesante- folosește imagini care să dea viața actualizărilor tale! Poți, să-i rogi pe susținători să-ți promoveze proiectul pe site-urile și paginile lor de internet sau să-ți transmită detalii privitoare la alte persoane de contact care s-ar putea transforma în susținători.

SFATURI:

- **Postează frecvent actualizări despre proiectul tău.**

- O imagine face cât o mie de cuvinte.

Folosește imagini!

- **Cere ajutor.**

Să nu-ți fie teamă să ceri mai mult ajutor de la susținătorii tăi - ei vor ca tu să reușești!

DUPĂ FINALIZAREA PROIECTULUI, spune mulțumesc

Mulțumesc mult pentru ajutor

Proiectul este finalizat. Ce fac acum?

Chiar dacă proiectul a fost un succes sau nu, este important să mulțumești susținătorilor care au avut încredere în tine. Poți să o faci postând o actualizare pe pagina proiectului dar este, la fel de important, să trimiți și mail-uri. Este plăcut pentru susținători să afle cum au decurs lucrurile mai târziu.

Trimiterea recompenselor

Ca parte din mesajul tău de mulțumire ai grijă să-i informezi pe susținători de modalitatea prin care vor intra în posesia recompenselor. Întârzieri apar dar susținători nu vor fi deranjați de acest aspect dacă ai grijă să îi informezi. Pentru aceasta, este indicat să folosești email-ul mai degrabă decât postările pentru că astfel poți să te asiguri că mesajul chiar ajunge la persoanele implicate. Un scurt "mulțumesc" scris de mână care să însoțească fiecare mail este un mod extrem de plăcut de a încheia campania ta de crowdfunding.

Mult noroc!

