



Tipuri de campanii de crowdfunding

Toma Beniamin – expert TIC

Exact așa cum există mai multe variante de finanțări la care companiile pot apela atunci când doresc creșteri de capital clasice, **la fel și campaniile de crowdfunding vor putea diferi.**

Așadar, există următoarele tipuri de programe de kickstarter:

Finanțare prin donații

General vorbind, acest tip de **crowdfunding prin donații** reprezintă un program prin intermediul căruia se strâng bani ce ajută anumite sectoare umanitare.

Spre exemplu, astfel de programe sunt realizate pentru organizații non-profit, companii ce se ocupă cu refacerea unor zone după dezastre naturale sau care ajută la oferirea de tratament medical persoanelor sărace etc.

În urma campaniilor, susținătorii nu au un câștig financiar.

Finanțare cu recompensă

Programele de crowdfunding cu recompensă oferă participanților la campanii anumite bunuri în schimbul banilor investiți, adesea sub forma de produse sau servicii derulate de compania ce plasează anunțul de finanțare.

Chiar dacă cei ce susțin astfel companiile vor primi ceva fizic, din moment ce *finanțatorii nu au un câștig financiar direct pentru banii puși la bătaie*, adesea aceste finanțări sunt privite tot drept crowdfunding prin donație.

Este lesne de înțeles de ce **asemenea programe sunt cele mai căutate de către companii.**



Firmele primesc bani de care se pot folosi, oferind produse sau servicii care oricum există sau vor exista în viitor.

Nu pierd parte din companie (cum se întâmplă în cazul [acțiunilor](#)) și nici nu au de achitat dobânzi lunare (cum se întâmplă atunci când accesează un [credit pentru persoane juridice](#)).

Finanțare cu acțiuni

Spre deosebire de programele de crowdfunding cu recompensă sau prin donație, **cele cu acțiuni le permit susținătorilor să devină co-proprietari ai companiei pe care o finanțează**, prin achiziționarea de acțiuni.

Astfel, ei vor primi recompense financiare sub forma de părți din profitul înregistrat de către societate, echivalente cu numărul de acțiuni deținute.

Așa cum îți poți imagina, **tipul acesta de kickstarter este preferat de către mulți investitori** care adesea caută noi sectoare de investiții, prin intermediul cărora să își diversifice portofoliile deja existente.

Crowdfunding imobiliar

Recent au apărut pe piață diverși antreprenori care au identificat [oportunitatea de a dezvolta sectorul imobiliar apelând la crowdfunding](#).

Acestea sunt de multe ori denumite crowdestate (*unde „estate” vine de la „real estate” – în traducere „imobiliare”*).

Chiar dacă nu există încă un program de kickstarter România de acest gen, **cele internaționale se pare că au o abordare destul de diferită una față de cealaltă**.

Parte din ele preferă să strângă bani pentru a dezvolta complexe imobiliare, în vreme ce altele cumpără locuințe de banii adunați și le închiriază.

Toate, însă, sunt folosite pentru a genera profituri investitorilor.

Kickstarter în capital uman



UNIUNEA EUROPEANĂ



Anul trecut a apărut în Statele Unite ale Americii un nou tip de crowdfunding, **cel dedicat investițiilor în capital uman**.

Ce este acesta mai exact?

Păi să spunem că vrei să te înscrii la una dintre marile universități americane, despre care probabil știi deja că au taxe de școlarizare enorme, ce depășesc lejer 50.000 Dolari pe an.

Poți cere banii respectivi prin astfel de kickstartere, contra unui procent din încasările pe care le vei avea timp de „X” ani de când te angajezi.

Totodată, **un astfel de program poate fi folosit de către atleți de succes**, care au nevoie de bani pentru echipament, antrenament, cantonament, antrenor etc., tot la fel, în schimbul unui procent din încasările pe care le vor avea la următoarele turnee.

Împrumuturi peer to peer

Dacă te gândești puțin, **împrumuturile peer to peer sau P2P**, cum mai sunt ele numite, **sunt tot un fel de crowdfunding**.

Modul lor de funcționare este foarte simplu: un doritor poate să își facă publică datoria, pe o platformă dedicată, care apoi este finanțată de către un număr de „X” creditorii.

În schimbul banilor primiți, **beneficiarul se angajează să achite o dobândă anuală**, ce poate varia între 5 și 15 %, în funcție de diverși parametrii.

Astfel, **finanțatorii pot înregistra randamente foarte bune pentru banii investiți**.

Avantajele unei campanii de crowdfunding

Cu toate că suntem siguri că te-ai gândi și singur deja, din cele citite până acum, cam care ar fi avantajele pe care le-ar avea o finanțare prin crowdfunding, **îți vom enumera și noi în continuare o parte dintre ele:**

Este mult mai eficient față de finanțările tradiționale

Atunci când ești o companie la început de drum, care are ca principal scop clădirea unei idei de business și atragerea de capital pentru investiții, sunt mari șanse să **nu îți permiți să**



investești cantitatea mare de timp, bani și atenție de care este nevoie pentru a apela la metodele tradiționale de finanțare.

Comparând cu aplicarea pentru credite persoane juridice sau căutarea de investitori de unul singur, **campaniile de crowd funding sunt mult mai eficiente în transmiterea mesajului tău către oameni** interesați de domeniul în care activezi.

Prin intermediul unei platforme de succes, vei putea spune povestea afacerii tale, vei crea un video de prezentare, vei seta o recompensă interesantă pentru investitori.

Toate acestea sunt centralizate pe aceeași pagină, unde vor putea fi văzute de către toți potențialii investitori.

Este un loc excelent pentru a crea tracțiune și validare socială

O campanie puternică și foarte vizibilă de crowdfunding România **va putea oferi o validare socială, care este vitală în evaluarea viitorului companiei.**

Atunci când potențiali clienți arată interes față de produsul sau serviciul pe care vrei să îl oferi, automat capeteți încredere că ceea ce faci este bine.

Totodată, de îndată ce vezi că oamenii sunt dispuși să plătească pentru o idee, care de cele mai multe ori până la momentul lansării campaniei nici nu are încă o materializare sigură, este simplu de dedus că și alți clienți vor fi interesați pe viitor de produsul cu care vei veni.

Automat, **cu un kickstarter bine pus la punct vei avea și tracțiune**, grație:

- Numărului mare de susținători
- Al pre-comenzilor pe care oamenii le vor face prin campania de crowdfunding
- Datorită atenției acordate de către presă

Indiferent de unde vine tracțiunea, un lucru este cert: *produsul tău va ajunge să fie cunoscut.*

Este un loc excelent pentru brainstorming

Observi că anumiți potențiali susținători pun întrebări legate de produsul tău pentru care încă nu ai răspuns sau îți arată că anumite aspecte ale planului tău de afaceri nu sunt chiar atât de bine puse la punct?



Acceptă aceste mici critici și ia-le ca un brainstorming gratuit.

De multe ori, companii de renume angajează persoane pe care le plătesc cu mii de lei în fiecare lună, pentru a descoperi vulnerabilitățile pe care le prezintă un nou produs.

Prin crowdfunding, **vei beneficia de acest control al calității gratuit**, dacă asculți feedback-ul pe care ți-l oferă investitorii de pe platformă.

Vei câștiga susținători și fani imediat

Persoanele care îți finanțează proiectul **vor deveni, automat și fani ai acestuia** și, de ce nu, ambasadori ai brandului.

Ei sunt oamenii care cred povestea produsului sau a serviciului pe care îl oferi, atât de mult încât sunt în stare să finanțeze o idee sau un vis. Datorită lor proiectul tău va putea fi unul longeviv

Iar cu siguranță, **tot aceste persoane vor fi printre primele care îți vor face reclamă** la vecini, colegi, prieteni ori familie. Astfel, te vor ajuta să aduni mai mulți clienți.

Funcționează și ca expunere media

Cu siguranță ai văzut cum **unele dintre cele mai bune idei de pe platforme de kickstarter apar la TV**, la radio, pe paginile diverselor publicații etc.

Fie că se va face un reportaj sau se prezintă ca o știre, prin această expunere media produsul tău va deveni cunoscut.

Iar asta nu va face altceva decât să îți aducă mai mulți clienți și, automat, să îți crească veniturile.

Provocările unui program de crowdfunding România

Nu puțini sunt aceia care cred că **printr-un program de crowdfunding România vor putea accesa fonduri foarte ușor și gratuit**, prin intermediul cărora să își dezvolte business-ul.

Din păcate, în țara noastră, încă nu sunt atât de multe platforme disponibile precum în țările vestice, astfel că nici potențialii investitori nu sunt mulți.



Totodată, adevărul este că e nevoie de un foarte mare efort să reușești să pui bazele unui proiect care să fie susținut să investitori.

Succesul nu este garantat și cu cât crowdfunding-ul devine tot mai cunoscut, cu atât și investitorii sunt mai greu de conving că ideea ta este una deosebită și bună.

Pentru a reuși să ai succes prin intermediul unei campanii de kickstarter, **cei mai mulți experți susțin că este nevoie să urmărești următoarele cinci puncte cheie:**

1. Găsirea și implementarea unei strategii foarte bune de marketing înainte, în timpul, dar și după campania de crowdfunding
2. Făurirea unui mesaj prin care să descrii programul de finanțare, care să atragă din prima interesul potențialilor susținători în produsul pe care îl oferi
3. Crearea unui videoclip cât se poate de interesant, care să aibă ca scop descrierea produsului cu care vii și beneficiile lui în fața altor competitori
4. Punerea la punct al unui sistem de recompense, adaptat sumelor pe care le-ar putea investi un potențial susținător
5. Găsirea unei metode de recompensare, care să fie eficientă din punct de vedere a costurilor, dar care să fie și satisfăcătoare pentru investitori

Trebuie precizat faptul că **acestea puncte sunt doar începutul în ceea ce privește provocările** cu care un program de crowdfunding vine. Dar, odată ce ele sunt puse la punct, restul vor putea fi rezolvate pe parcurs, imediat ce apar.