



UNIUNEA EUROPEANĂ



Sfaturi pentru o campanie de crowdfunding de succes

Toma Benjamin – expert TIC

Fie că abia ai lansat un start-up sau deții un business de succes, pentru care ai nevoie de o finanțare suplimentară, campaniile de crowd founding îți oferă posibilitatea de a aduce o infuzie de capital **fără să îți faci datoriile sau să trebuiască să renunți la acțiuni din companie.**

Nu este nici un secret că programele de kickstarter au devenit în ultimii ani **principalele surse de venit pentru firmele nou înființate și inovative.** Dar pentru a lansa cu succes o astfel de campanie, trebuie să te pregătești foarte bine.

Tocmai pentru a te ajuta în cazul în care te gândești și tu să aplici pentru obținerea de astfel de fonduri, **îți vom prezenta în continuare 18 sfaturi** pe care le-am obținut de la mai mulți experți în crowdfunding, care cu siguranță îți vor fi foarte utile.

1. Creează-ți o rețea de oameni interesați înainte de a se lansa campania

Noțiunea de crowdfunding ar putea părea puțin înșelătoare, la o primă vedere.

Cu toate că mulți se așteaptă ca banii rezultați în urma unei campanii de kickstarter să le vină de la persoane necunoscute, adevărul este că **majoritatea fondurilor inițiale sunt oferite de către prieteni, rude și cunoștințe** directe ale celui care are de gând să lanseze viitoarea afacere.

Mulți dintre cei care au avut succes apelând la crowdfunding au început o campanie proprie de strângere a unei comunități interesate de produsul sau serviciul pe care urmau să îl lanseze, cu mai bine de un an înainte de a da drumul campaniei pe site-uri de specialitate, .

Așa că, fă-ți curaj și **mergi să îți prezinți ideea cât mai multor oameni**, cu mult înainte de a apărea pe platforme de crowdfunding.



Obține numerele de telefon și adresele de e-mail ale celor ce par interesați și ține-i la curent cu stadiul în care se regăsește produsul tău.

2. Găsește-ți publicul țintă

Nu este suficient doar să mergi să vorbești despre ideea pe care o ai.

Este imperios necesar **să și găsești oameni care sunt interesați de produsul sau serviciul oferit**, dacă vrei să ai o campanie de crowdfunding încununată de succes.

În publicul țintă **ideal ar fi să incluzi și câțiva influenceri**, cum ar fi persoane care lucrează la diverse reviste, bloggeri, celebrități, vloggeri etc.

Dacă nu găsești suficienți oameni cărora să le placă ideea afacerii ce urmează să fie lansată, nu o lansa. Șansele de reușită sunt foarte reduse.

3. Găsește platforma de crowdfunding potrivită

Nu toate platformele specializate în kickstarter vor fi potrivite profilului tău.

Unele poate preferă mai degrabă start-upuri care vin cu anumite idei de servicii, în vreme ce altele aleg să le promoveze pe cele care scot pe piață produse noi.

Interesează-te din timp ce platformă ar fi mai bună pentru afacerea ta.

În același timp, este important să le prezinți celor care au declarat că vor să îți susțină start-upul modul de funcționare al platformei pe care urmează să o folosești, înainte de lansare.

Oamenii vor vrea să știe pe ce site trebuie să intre și care sunt pașii ce trebuie urmați pentru a-ți putea finanța ideea.

4. Creează un site de promovare a ideii

Chiar dacă platformele de crowdfunding te vor ajuta să îți faci un pitch grozav, nu strică sau chiar din contră, **te ajută să ai și un site propriu**, unde să îți prezinți mai amplu ideea pe care o ai.

Astfel, oamenii vor căpăta mai multă încredere în produsul tău.



În același timp, **calitatea site-ului este foarte importantă**. Amintește-ți de câte ori nu s-a întâmplat să fii interesat de un produs, dar să renunți în a-l achiziționa pentru simplul fapt că site-ul de prezentare al firmei nu arăta deloc profesionist.

La fel poți păți și tu dacă faci rabat de la calitate în ceea ce privește site-ul dedicat start-upului tău.

5. Fă-ți o pagină pe rețelele de socializare

Rețelele de socializare sunt accesate în fiecare lună de miliarde de oameni la nivel mondial. Facebook, spre exemplu, a declarat pentru anul trecut o medie lunară de 1.86 miliarde utilizatori activi.

Prin intermediul unor astfel de site-uri, oamenii caută mai multe informații despre produsele de care sunt interesați sau pot descoperi servicii noi, despre care nici nu știau. *Ar fi păcat să nu speculezi și o astfel de piață, nu?*

Răspunde tuturor întrebărilor pe care vizitatorii paginilor de pe rețelele de socializare le-ar putea avea. Este foarte important și timpul de răspuns, pentru că în funcție de acesta, vei fi clasat mai bine sau mai rău comparativ cu competitorii de pe același segment.

6. Creează un videoclip în care să îți prezinți produsul

Există destul de multe studii recente care arată faptul că **persoanele preferă să vadă prezentarea unui produs nou printr-un videoclip de calitate și scurt**, în detrimentul textelor lungi și interminabile.

Așadar, dacă vrei să atragi potențiali investitori care să finanțeze ideea ta de afaceri pe platforme de crowdfunding, atunci te sfătuim neapărat să adaugi și un film descrierii produsului cu care ieși pe piață.

Spune-ți povestea, cum ai ajuns la concluzia că serviciul pe care urmează să îl oferi este unul revoluționar și prezintă **de ce ar trebui oamenii să investească în ideea ta**.



7. Nu te grăbi în lansarea campaniei

Cu siguranță există un moment perfect în care ar trebui să apelezi la crowdfunding. Dar problema este că acest punct diferă de la o companie la alta și de la caz la caz.

Așteptarea momentului ideal se poate să te coste și să nu fie productiv în majoritatea situațiilor.

Acestea fiind zise, **există așa ceva ca lansarea în grabă a campaniei de crowdfunding.**

Dacă ideea ta de afaceri este încă doar la stadiul de idee, nu ai un plan de afaceri solid sau un prototip pentru produsul pe care urmează să îl lansezi, atunci poate că ar fi bine să mai aștepți puțin și să pui mai bine lucrurile la punct.

8. Urmează instrucțiunile

Știm că acest sfat poate părea unul destul de evident, nu? Ei bine, ceea ce ar putea părea drept o mică scăpare la început, **poate avea rezultate devastatoare asupra campaniei tale de crowdfunding.**

Ai vârsta minimă solicitată pentru aplicare? Ești rezidentul uneia dintre țările acceptate de către program? Este finanțat domeniul din care face parte afacerea pe care dorești să o lansezi?

Urmarea regulilor este extrem de importantă, atunci când vrei să primești finanțare pe platformele de kickstarter. Dacă observi că efectiv nu ai cum să îndeplinești una dintre condiții, atunci **încearcă să cauți un alt site sau o nouă sursă de crowdfunding.**

9. Recompensele sunt importante

Ar fi ideal ca înainte să setezi recompense pentru cei care donează pentru cauza ta, **să faci puțin research și să vezi cam ce ar prefera oamenii.**

Iar aici nu ne referim la recompensele de genul mesajelor „Mulțumim pentru participarea la programul nostru”, pe care le vor primi cei care donează sume mici, ci la acele stimulente dedicate susținătorilor ce investesc sume ceva mai serioase.

Setează niște limite peste care donatorii să primească anumite reduceri. Iată un exemplu:



- Pentru sume cuprinse între 100 și 200 dolari vei primi o reducere de 30 % la achiziția produsului, după lansarea afacerii
- Pentru sume cuprinse între 200 și 500 dolari vei primi o reducere de 60 % la achiziția produsului, după lansarea afacerii
- Cei care donează peste 500 dolari în primele 24 ore vor primi gratuit produsul în cauză

10. Recompense mai mari pentru cei care donează la început

Așa-numitele **donății early-bird ar trebui să primească drept recompensă niște bonusuri**. Cu cât compania ta de crowdfunding capătă o tracțiune mai bună, cu atât va acumula mai mulți susținători și recunoaștere media.

Iată de ce ar fi important ca cei care îți susțin ideea în primele 72 de ore, să zicem, de la lansare să fie încurajați cu niște bonusuri ceva mai atractive.

11. Ține oamenii informați

Antreprenorii trebuie să fie conștienți și realiști cu faptul că **95 % din donății vor veni de la rude, prieteni apropiați sau prieteni ai acestora**.

Iată de ce este bine să pregătești lumea din timp, înainte de a se lansa campania de crowdfunding, postând cu regularitate pe paginile de socializare sau cea oficială a firmei tale stadiul în care se află proiectul.

În felul acesta, de îndată ce se lansează spre finanțare proiectul tău, toți cei interesați vor ști și vei reuși să capeți tracțiune încă de la început.

12. Învăță sau angajează un scriitor SEO

Este foarte important ca mesajul tău să ajungă să fie vizualizat de cât mai multe persoane. **Iar pentru asta, va trebui să folosești câteva tehnici de SEO**.

Acestea se pot învăța sau, dacă nu dispui de timpul necesar, poți angaja o persoană abilitată care să se ocupe de tot conținutul site-ului și paginilor tale.



13. Dedică-te cât poți de mult în primele trei zile de crowdfunding

Odată ce se lansează campanie pe platformele de crowdfunding, **dedică-ți primele trei zile complet acestui proiect.**

Ideile kickstarter sunt precum filmele la Hollywood: singurul lucru după care se evaluează succesul unui film este weekendul de lansare. La fel și cu o campanie de crowdfunding – cele mai importante sunt primele 24 – 72 de ore.

Indiferent de lungimea campaniei (iar ca sfat, cu cât este mai scurtă, cu atât va fi mai atrăgătoare pentru investitori), **comportă-te ca și cum ai avea doar una – trei zile pentru a-ți finanța ideea.**

Lansează reclame pe pagini de socializare, sună-ți toți prietenii, roagă persoane să distribuie povestea ta etc.

14. Campania de crowdfunding va fi abordată ca un job full-time

După ce au trecut primele trei zile de campanie, **alocă-ți 30 – 40 de ore pe săptămână în care să te ocupi de ea.** Este exact echivalentul unui program normal pe care l-ai avea la un job full-time.

Va trebui să răspunzi întrebărilor pe care diverse persoane interesate le-ar putea avea, vei căuta oportunități de promovare, vei contacta potențiali investitori etc. Va fi ca un sprint derulat pe o perioadă de 30 de zile.

15. Pregătește-te pentru un drum cu suișuri și coborâșuri

Odată ce freacă și entuziasmul lansării trece, atenția potențialilor investitori va fi atrasă de către alte proiecte mai noi, iar donațiile vor începe să se domolească – **în general asta se întâmplă spre mijlocul campaniei de finanțare.**

Atunci te vei trezi întrebându-te: „*De ce anumiți prieteni sau cunoștințe nu te susțin? Oare ideea nu era chiar una atât de bună? Sigur ai făcut ceea ce trebuie?*”.

Ei bine, **antreprenorii trebuie să învețe să treacă și peste aceste momente de cumpănă și să aibă încredere în campania pe care abia au lansat-o.**



16. Mulțumește-le oamenilor

Lăsând la o parte recompensele despre care am discutat, **nu uita să mulțumești fiecărui investitor în parte.**

Poți crea un mail standard, pe care să îl adaptezi în funcție de suma și de numele celui care a donat. Lumea se va simți foarte bine știind că le-a fost apreciat efortul depus.

17. Pregătește-ți un plan de acțiune

Pregătește-ți un plan de acțiune, indiferent care va fi rezultatul programului de crowdfunding.

Dacă se dovedește a fi un succes, cum îți vei respecta angajamentele față de investitori? Cum vei utiliza informațiile acumulate din timpul campaniei? Cum îți vei direcționa marketing-ul de acum încolo?

Dacă nu reușești să aduni fondurile necesare, **încearcă să privești obiectiv toată experiența.**

Amintește-ți tot ceea ce ai învățat și aplică toate sfaturile pe care cel mai probabil le-ai primit din partea persoanelor interesate de ideea ta. *Unde ai greșit și la ce ai putea lucra pentru a-ți îmbunătății pitch-ul?*

Poate data viitoare când aplici pentru un program de kickstarter vei fi mai bine pregătit în felul acesta.

18. Ține-te de cuvânt

Atunci când campania ta are succes, **nu uita toate promisiunile făcute persoanelor care au avut încredere în ideea ta.**

Pentru mulți, lucrul acesta înseamnă să lucreze la capacitate maximă și poate că nici atunci nu își vor putea atinge în intervalul de timp stabilit toate comenzile.

Dacă se întâmplă asta, contactează-ți investitorii și explică-le care este motivul întârzierii. Mulți vor înțelege.