

CROWDFUNDING

Проект: «Краудфандинг»
Руководитель проекта: Храмов Руслан

Краудфандинг — это способ коллективного финансирования проектов, при котором деньги на создание нового продукта поступают от пользователей, получающих взамен какие-либо товары или услуги, в том числе, итоговый продукт.

Крауд-проект — идея, которую планируется реализовать на средства, полученные с помощью краудфандинга.

Краудфандинговая платформа — специализированный интернет-ресурс, на котором размещаются крауд-проекты.

Автор проекта — лицо, представляющее свою идею на крауд-платформе.

Акции — бонусы, которые автор предлагает пользователям в качестве вознаграждения за вклад в проект.

ЗАДАЧИ

КРАУДФАНДИНГА



Поиск
финансирования

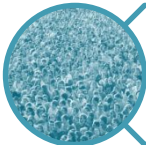


PR



Проверка
идеи на прочность

ПРИВЛЕКАЕМЫЕ АУДИТОРИИ



ОТЛИЧИЕ КРАУДФАНДИНГА ОТ ДРУГИХ ТИПОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Краудфандинг \neq

благотворительные
пожертвования

кредит

грант

инвестиции

Предполагает конкретное вознаграждение за вклад в проект, которое не подразумевается при благотворительных пожертвованиях

Тысячи людей определяют, стоит ли дать денег на реализацию вашей идеи, что повышает шансы на поддержку. Краудфандинг дает возможность установить комфортный для вас срок выдачи бонусов

В краудфандинге создатель проекта устанавливает правила игры и сроки сбора средств. Автор презентует такую идею, какую считает нужной, не подстраиваясь под пожелания грантодателя

Не предполагает вмешательства акционеров в творческие или бизнес-процессы, не предусматривает передачи в другие руки доли компании или отчислений процентов с продаж будущего продукта.

ОТЛИЧИЕ КРАУДФАНДИНГА ОТ ДРУГИХ ТИПОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ

ОСОБЕННОСТИ ТИПОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ	ЧАСТНЫЕ ПОЖЕРТВООВАНИЯ	КРЕДИТ	ГРАНТ/СУБСИДИЯ	ИНВЕСТИЦИИ	КРАУДФАНДИНГ
Влияние на сроки получения средств		✓			✓
Только автор может вносить изменения в задумку	✓	✓			✓
Лимит запрашиваемой суммы определяет автор идеи					✓
Финансирование + PR-задачи	✓				✓
Финансирование + маркетинг					✓
Подготовка большого количества документов	✓	✓	✓	✓	
Полученные средства необходимо возвращать		✓		✓	

ВЫБОР ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ ЗАПУСКА ПРОЕКТА

Собственный
сайт/социальные сети

- отсутствие комиссии платформы



Краудфандинговые
платформы

- расширяет аудиторию проекта
- расширенные возможности оплаты
- встроенная система сбора статистики и информации
- гарантия надежности

ОТЛИЧИЯ РОССИЙСКИХ И ЗАПАДНЫХ ПЛАТФОРМ

Российская платформа



- Закрепление за проектом личного куратора, который консультирует автора по возникающим вопросам
- Дополнительную информационную поддержку
- Упоминание проекта в еженедельной рассылке, новости в социальных сетях, а также размещение проекта на главной странице ресурса
- Продвижение в СМИ осуществляется проще

Западные платформы



- Санкционные ограничения
- Личная коммуникация с сотрудниками платформы не практикуется
- Информационная поддержка проектов
- Трудности перевода и продвижения в медиа (спецагентства)
- Логистика за рубеж сложнее и дороже

ОТЛИЧИЯ РОССИЙСКИХ И ЗАПАДНЫХ ПЛАТФОРМ

Российская платформа



Западные платформы




KICKSTARTER

INDIE GOGO

ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ЗАПУСКА КРАУД-ПРОЕКТОВ

- Народное финансирование – это возможность воплощения в жизнь творческих и социальных инициатив, бизнес-идей, технологических разработок, игр, а также благотворительных проектов.
- Крауд-кампании с личными, политическими, религиозными и противозаконными целями Planeta.ru не запускает.
- Запуск проекта на Planeta.ru полностью бесплатен. В случае успешного завершения проекта платформа и платежные системы взимают сервисные комиссии.



Таким образом, вы можете протестировать краудфандинг без риска для своего бюджета.

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

- выбирайте ту, на которую требуется меньше всего денег
- расставьте приоритеты: предпочтите идею, после реализации которой вы сможете воплотить прочие задумки
- выберите ту идею, которая будет максимально интересна вашей аудитории
- используйте **принцип отложенных целей** (Автор изначально заявляет в качестве цели (как финансовой, так и цели проекта) базовый этап, без которого идея просто не сможет жить)



ФИНАНСОВАЯ ЦЕЛЬ

Главная рекомендация при составлении финансовой цели вашего первого проекта – это минимизация заявленного бюджета

Большие финансовые цели достижимы, если в вашем проекте сочетаются хотя бы два из указанных пунктов:

- для повторных проектов (второй и последующие крауд-проекты автора)
- в случае наличия у автора значительного количества лояльных поклонников / клиентов, заинтересованных в реализации задумки
- для резонансных, актуальных проектов с мощной информационной кампанией



РАСЧЕТ ФИНАНСОВОЙ ЦЕЛИ. УСЛОВИЯ ГРУДНИЧЕСТВА С КРАУД-ПЛАТФОРМОЙ И НАЛОГ

Четыре слагаемых финансовой цели:

1. Сумма, требуемая для реализации идеи
2. Комиссия краудфандинговой платформы и платежных систем
3. Налоги
4. Затраты на изготовление и отправку акций



СРОК ПРОЕКТА

Пример:

Каждый год в ноябре и декабре мы наблюдаем всплеск числа проектов с календарями и ежедневниками. Причем, несмотря на их изобилие, почти все проекты успешно привлекают средства. И это неудивительно. Запуск аналогичных проектов, например, весной не имеет смысла. Однако в преддверии Нового Года аудитория заинтересована в смене своих календарей и активно поддерживает сезонные инициативы.

A man in a white shirt and blue pants is jumping joyfully with his arms raised, holding a large check. The check is for 492300 rubles and is titled "Календарь «Ремесло коллекция» 2016". The background is a stylized illustration of a wooden building with colorful windows and decorative elements.

Календарь «Ремесло коллекция» 2016
492300.
401 5599

ИВАН ХАФИЗОВ

Фотограф, основатель «Виртуального музея резных наличников». Автор четырех проектов на Planeta.ru.

Рекомендовано
устанавливать срок
действия проекта в
интервале **30-60 дней**

Максимально
возможный на
Planeta.ru период
активности проекта –
100 дней

ТЕКСТОВОЕ ОПИСАНИЕ

1. Название проекта

На заголовок проекта выделяется 29 символов, поэтому он должен максимально емко и ясно отражать содержание кампании.

2. Краткое описание и картинка для витрины

Постарайтесь выбрать такую иллюстрацию, которая привлечет внимание и отразит суть проекта (например, продемонстрирует макет будущего продукта).

3. Подробное описание проекта

- a) Презентация героя.
- b) Демонстрация развития сюжета, которое привело к появлению идеи проекта.
- c) Суть идеи, а значит, решение описанной выше проблемы.
- d) Финансовая цель сбора.
- e) Призыв к действию.

ИНСТРУМЕНТЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ

- Необычные формы видеообращения
- Милые животные или события в кадре
- Обаятельные люди, лидеры, а также известные персоны
- Веселые видео – это всегда здорово
- Красивые девушки
- Мощная, красивая картинка особенно важна для проектов из категорий «Кино» и «Видео»



ТИПЫ АКЦИЙ

Акция «Любая сумма» (добавляется в каждый проект автоматически)

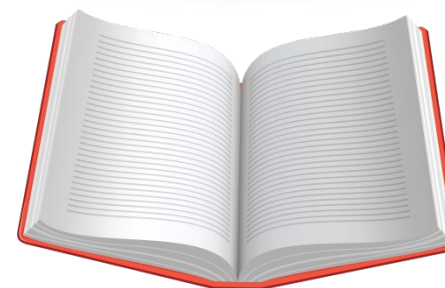
□ Безвозмездные акции



□ Нематериальные акции



□ Материальные акции



ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА СОСТАВЛЕНИЯ АКЦИЙ

- Акции должны быть связаны с результатом проекта
- Разнообразие по цене и содержанию
- Ограничивайте количество акций, если это необходимо
- Вознаграждения должны стоить не больше выделенной на них суммы
- Хорошо продумайте количество акций
- Визуализируйте вознаграждения




ТЕКСТОВОЕ ОПИСАНИЕ АКЦИЙ

- В названии кратко и понятно пишется содержание акции
- Кроме того, в названии акции следует перечислить полный набор бонусов, включенных в нее. Избегайте принципа описания «новый бонус + всё предыдущее»
- В описании акции расскажите подробнее, что вы предлагаете, укажите важные нюансы



ТИПЫ СТАРТА ПРОЕКТА

Холодный принцип



до запуска автор
занимается
исключительно
оформлением
проекта, не уделяя
внимания
продвижению

Теплый запуск



предполагает не только
оформление проекта, но и
серьезную работу над
продвижением идеи еще
до начала кампании, что
колоссально повышает
вероятность ее успеха

ЗАДАЧИ, КОТОРЫЕ ПРЕДПОЛАГАЕТ ТЕПЛЫЙ СТАРТ

Создание сообществ
в соц. сетях



Подготовка
медиаплана



Создание медиа-кита



Подготовка текстов



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПРОЕКТА



— **желание реализовать идею,** достичь поставленной автором цели;



— **симпатия к автору,** обязательному спикеру (работает даже с неизвестными авторами);



— **желание получить бонус,** акцию проекта;



— **уважение к автору,** известному публике (работает с известными персонами, которым доверяет аудитория).



— **соучастие,** желание стать частью команды, работающей над идеей (пусть даже на большом расстоянии);

Позиционирование крауд-проекта – это тот настрой и мотив поддержки, который вы несете аудитории в своем проекте

АУДИТОРИЯ ПРОЕКТА

- Внешние источники (СМИ, блогеры)
- Незнакомая аудитория
- Лояльная неуверенная аудитория
- Родные и близкие, поклонники
- Ближний круг

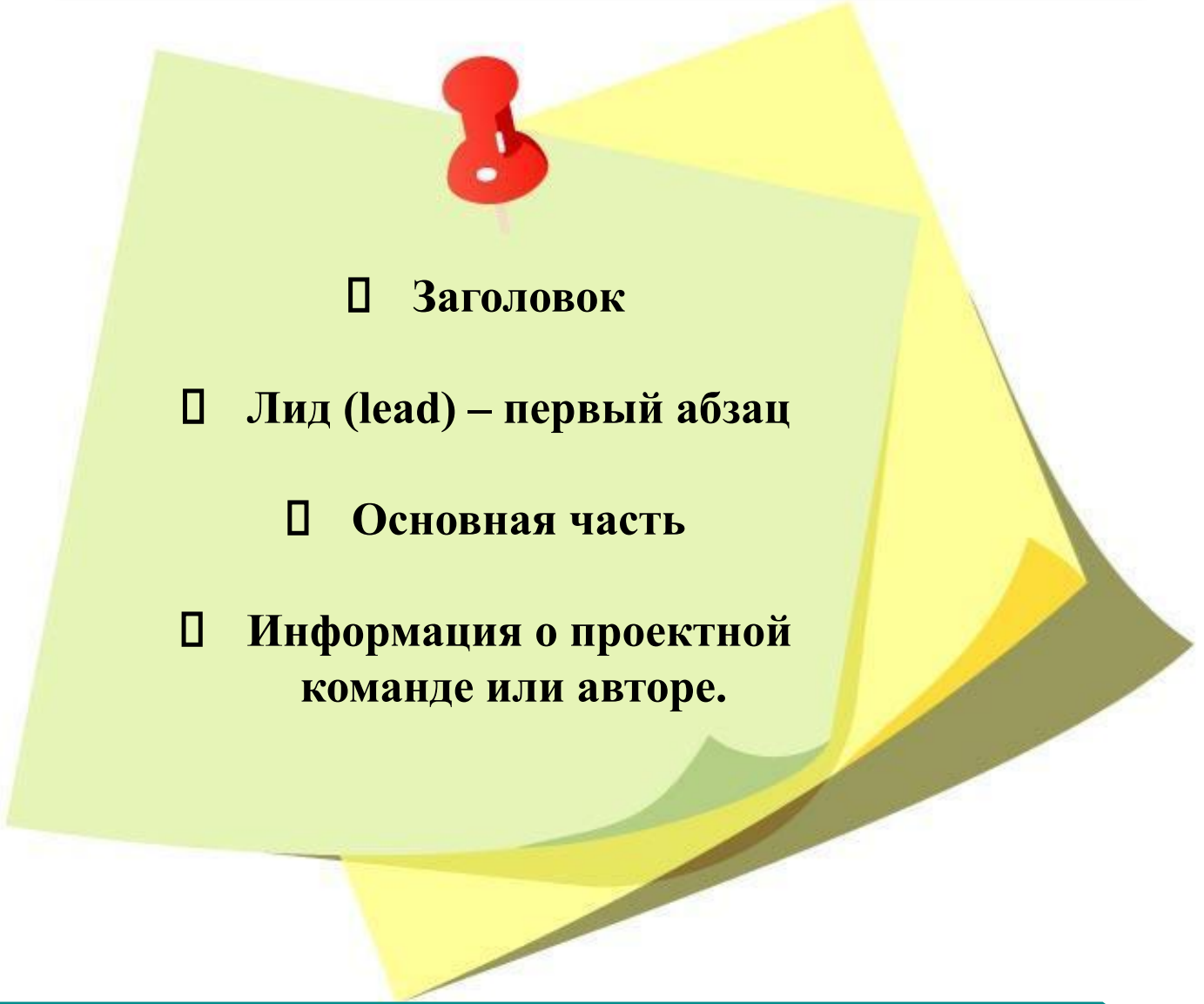


СОЗДАНИЕ БАЗЫ КОНТАКТОВ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОЕКТА

База СМИ – это документ, объединяющий все данные, которые необходимо зафиксировать до работы с изданием. Аналогичный формат может быть создан и для работы с блогерами

- Название медиа/блога
- Ссылка на сайт издания/на блог
- Рубрика/тематика блога
- ФИО конкретного журналиста/блогера
- E-mail журналиста/блогера
- Телефон журналиста/блогера
- Комментарии, идеи и другие данные

НАПИСАНИЕ ПРЕСС-РЕЛИЗА

- 
- **Заголовок**
 - **Лид (lead) – первый абзац**
 - **Основная часть**
 - **Информация о проектной команде или авторе.**

ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (SMM)

Первый шаг до запуска проекта (в идеале, даже до начала его оформления) – создание сообществ в социальных сетях.

Варианты присутствия вашего проекта в соцсетях



Официальное сообщество проекта (группа или страница);

Страница звезд / личностей проекта;

Публикации в популярных профильных группах / сообществах;

Работа с лидерами мнений



Официальное сообщество проекта (группа или страница);

Страница звезд / личностей проекта;

Публикации в популярных профильных группах / сообществах;

Работа с лидерами мнений



Официальное сообщество;

Страница звезд / личностей проекта;



Официальный аккаунт;

Аккаунты звезд / личностей проекта;

Работа с лидерами мнений



Официальный аккаунт;

Аккаунты звезд / личностей проекта;

Общение с пользователями, отслеживание хэштегов;

Работа с лидерами мнений

СРОКИ ПЕРЕЧИСЛЕНИЯ СРЕДСТВ АВТОРУ

Сразу после окончания проекта автор подписывает подготовленные платформой акты о переводе денег. В течение 3-5 рабочих дней после подписания этих документов собранные деньги перечисляются на указанный в соглашении расчетный счет.



КОММУНИКАЦИЯ С АКЦИОНЕРАМИ ПО ИТОГАМ КАМПАНИИ

Вне зависимости от того, успешной оказалась кампания или нет, первое действие, которое стоит совершить после ее закрытия – проинформировать аудиторию об итогах и поблагодарить. Причем сделать это следует и в новостях проекта на крауд-платформе, и на своих ресурсах (на сайте, в социальных сетях, в личной рассылке).



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!