



Crowdfunding

**Или как да финансираме
проекти чрез споделено
финансиране**

Какво представлява споделеното финансиране?

- Процес на набиране на средства от широката публика
- Осъществява се чрез платформи за споделено финансиране
- Способ за Pre-prototyping (преди прототип)



Предимства на споделеното финансиране?

- Привличане на средства без разход за участиет в питчинг състезания или кандидатстване за финансиране по европейски проекти
- Възможност за **предпазарно проучване** без сериозна инвестиция и валидиране на проекта
- Възможност за **популяризиране** на проект/продукт на международно ниво
- Директен **достъп до потенциални купувачи**
- Създаване на **първи връзки с потребители**

Кои са първите стъпки? Предварителна оценка като превенция на провала

- Добра ли е наистина Вашата идея? Има ли нещо интересно за широката публика?
- Отговаря ли на конкретни нужди/Решава ли проблем?
- Какво прави Вашия проект по различен от тези на конкуренцията?
- Имате ли **добър екип**?
- Имате ли достатъчно **убедителни материали**, които да представите на публиката?
- Добре ли сте пресметнали **крайната сума**?

Коя платформа в най-подходяща?



1.Такси:

Kickstarter fee

5% of total funds raised

Payment processing fees

3% + €0.20 per pledge Pledges under €10 have a discounted micro pledge fee of 5% + €0.05per pledge

При неуспешна кампания не се заплащат такси.

Indiegogo fee

5% platform fees

3% + 30с third-party credit card fees

При участие в други платформи таксата се увеличава

2.Процес на одобрение при Kickstarter (2-3 дни)

3. Операционни системи
iOS (Kickstarter) vs Android (Indiegogo)

4. Статистика

Топ 10 кампании на Kickstarter – 108 866 609 \$

Топ 10 кампании на Indiegogo – 43 256 927 \$

5. Политика на връщане

Kickstarter – разходът по кредитната карта на дарителя ще се осъществи при приключването на кампанията и то ако е успешна. През това време анулиране на плащането е възможно по всяко време.

Indiegogo – дарителят може да анулира плащането в рамките на 10 дни, но не и след края на кампанията.

6. Структура

Kickstarter иска да се различава от онлайн магазин за разлика от Indiegogo

Други платформи: Ulule, Crowdcube, Microventures, Startengine, Trampoline, Collectim

Какви инструменти да използваме?

- **Снимките, Графиките, Видео**то и доброто **описание** помагат да бъдете по-добре разбрани, но също така определя тона на кампанията.
- Убедително видео** с емоционален заряд
- Снимки** на екипа, продукта, проекта (3D визуализация)



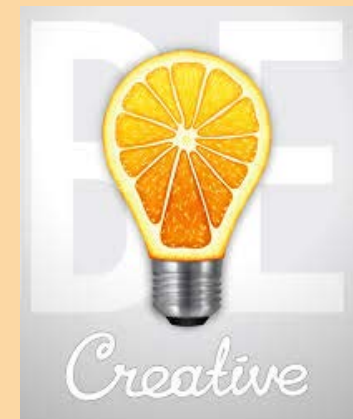
-**Описание** (структурирано, ясно и разбираемо)

- 1.Кои сте Вие?
- 2.Какъв е Вашия предишен опит?
- 3.За какво е Вашия проект?
- 4.Планирани ли са стъпките?
- 5.Каква е сумата?
- 6.Как ще използвате парите?
- 7.А ако съберете повече?
- 8.Какво предлагате на дарителите?
- 9.Как ще ги информирате?
- 10.Има ли устойчивост?

- Определете **награди** за подкрепа на каузата или продукти които ще продавате
 - физически (продукт)
 - креативни (принос към проекта)
 - експериментални
 - сантиментални (гравирано име, видео с дарителите..)
- Изградете присъствие и в **социалните мрежи**
- Google analyticks tracking ID number

Tips & Tricks

- Информирайте поддръжниците си за напредъка на кампания (новини, снимки на строителна/производствена дейност, екипът в действие, резултати, благодарствени послания)
- Информирайте за приближаващия край на кампанията (имейли, времева линия и др.)
- Ексклузивни подаръци
- Създайте емоционална връзка
 - ентузиазъм
 - кауза
- Направете сравнение с най-добрите
- Включете Call to action



Какво не трябва да забравяме?

- Качеството на **материалите** е от изключително голямо значение!

Използвайте: **Canva, Picktochart, Pexels**

The Best Free Design Tools

<https://piktochart.com/blog/best-free-design-tools-visual-marketers/>

Best video editing

[apps:https://adespresso.com/blog/best-video-editing-apps/](https://adespresso.com/blog/best-video-editing-apps/)

- **Маркетинг посланията** и **екипът** трябва да бъдат добре подбрани!
- Бъдете креативни, **споделяйте!**
- Отделете **достатъчно време** за подготовка



Най-честите причини за провал

- Липса описание на ключовите ценности и идеална цел
- Липса на доверие, добре познато лице
- Липса на привлекателна визия
- Липса на мотивация и атрактивни награди
- Силно начало и спад
- Прекалено висока цел

Рискове:

- Готови ли сте за провала?
- Инвестиция на време
- Споделянето = риск от кражба



Успешни примери:

- В циркулярната икономика:

https://www.kickstarter.com/projects/1111151010/a-new-footwear-archetype?ref=nav_search&result=project&term=circular%20economy

- Проектът на БТПП

https://www.collectim.com/bg_BG/legal/terms

- ТОП 5 най-успешни проекти

<https://www.youtube.com/watch?v=duKZKTosOM8>

Благодаря за вниманието!

Христина Шотекова

Българска търговско-промишлена палата

een@bccsi.bg

+35928117515