



Attiviamo Energie Positive: crowdfunding for dummies!

produzionidalbasso.

Introduzione al crowdfunding e come costruire una campagna

Cos'è il crowdfunding?

Il **crowdfunding** - dall'inglese *crowd*, folla e *funding*, finanziamento - o **finanziamento collettivo** è un processo collaborativo di un gruppo di persone che utilizza il proprio denaro per sostenere gli sforzi di persone e organizzazioni.



Non è solo uno strumento di finanziamento, ma è soprattutto un modo per **raccontare una storia e coltivare la propria community**.



Come costruire una campagna di successo

1



Definisci un **obiettivo**, il **budget** di cui hai bisogno e un **timing** di raccolta.

Obiettivo

Deve essere:

1. Chiaro e trasparente
2. Facile da comunicare
3. Economicamente credibile
4. Concreto e «misurabile»

Budget

Bisogna tener conto di:

1. Budget di realizzazione
2. Costi della campagna (ricompense, costi transazioni, spedizioni, ecc.)

Timing

Durata campagna:

30/60 giorni
Non è importante quanti giorni la campagna sarà online, ma quanto sarete bravi a sfruttare al meglio i giorni a disposizione.

Come costruire una campagna di successo

2

Racconta il progetto che intendi realizzare con **trasparenza** e **chiarezza**.

Contenuti da realizzare:

- **TITOLO**
- **DESCRIZIONE**
- **FOTO E IMMAGINE**
- **VIDEO** oppure **IMMAGINE DI COPERTINA**

La descrizione, le immagini e il video dovranno **sì spiegare** bene il progetto, ma anche saper **emozionare** e «**creare empatia**».

«**Perché qualcuno dovrebbe sostenere il mio progetto?**»

Utilizzate un **linguaggio «amichevole»**, il più possibile semplice e più adatto al **pubblico target** da raggiungere!



Come costruire una campagna di successo

Come scegliere un **buon titolo?**

Il titolo deve essere sì **descrittivo**, ma anche **breve** e **accattivante**.



Casa San Leonardo - Coltiviamo idee per dare futuro alle persone fragili



Manchi TU nell'aria - Salviamo il Cinema Gloria!



Agire per proteggere: acqua corrente per il centro di salute di Kanyaka



Realizziamo lo spettacolo di Diversamente in Danza - Il protagonista sei tu



Come costruire una campagna di successo

Come raccontare il progetto?

- Qual è l'obiettivo? / Introduzione
- Chi sei?
- Cosa vuoi realizzare?
- Di quanto hai bisogno?
- **CALL TO ACTION!**



Un furto non ci ferma. Se toccano uno toccano tutti

€ 21.422 raccolti | 528 sostenitori

Se toccano uno toccano tutti

Con Alegre per continuare a raccontare altre storie

La libreria Alegre sede della nostra casa editrice e della rivista Jacobin Italia è stata vittima di un pesante furto. Nella notte del 10 settembre alcuni ladri sono entrati in libreria e hanno rubato tutti gli oggetti di valore – i computer della casa editrice e l'incasso della settimana – danneggiando la struttura e arrecando danni materiali per circa 5mila euro. Oltre al danno immediato c'è anche quello dovuto al lavoro necessario a rimediare alla perdita dei programmi di catalogazione della libreria e dei materiali e software della casa editrice: contando le ore necessarie a recuperare quanto sottratto, complessivamente il danno ammonta almeno a 10mila euro.

Come costruire una campagna di successo

Come raccontare il progetto?

- Qual è l'obiettivo?
- **Chi sei?**
- Cosa vuoi realizzare?
- Di quanto hai bisogno?
- **CALL TO ACTION!**

Puoi aiutarti con l'utilizzo di **immagini** e **foto**, per raccontare anche visivamente il progetto.

Chi siamo

Siamo giovani ragazze e ragazzi che vivono o hanno vissuto a Trieste. Alcuni di noi si sono trasferiti in un'altra città o all'estero per lavorare o studiare; altri per ora sono rimasti qui, ma a breve potrebbero seguire le stesse strade. In molti casi non per scelta, ma costretti dall'assenza di prospettive di realizzazione personale e collettiva nella nostra città.



Le protagoniste



**Metteteci
la faccia!**



Come costruire una campagna di successo

Come raccontare il progetto?

- Qual è l'obiettivo?
- Chi sei?
- **Cosa vuoi realizzare?**
- Di quanto hai bisogno?
- **CALL TO ACTION!**

Puoi aiutarti con l'utilizzo di **immagini** e **foto**, per raccontare anche visivamente il progetto.

Cosa faremo concretamente?

La prima azione concreta ci riporta da dove siamo partiti: la **macchinetta del caffè!** Parte dei finanziamenti raccolti con la campagna saranno destinati a **installare all'interno dell'Università** dei raccoglitori dedicati alla **raccolta differenziata delle capsule di caffè.**



Una sala Fuoricinema nel Carcere di Bollate

Il Carcere di Bollate, fin dalla sua apertura, si è dimostrato una struttura all'avanguardia, un luogo di inclusione sociale e non di reclusione. Da sempre, all'interno del Penitenziario, vengono realizzate attività in grado di connettere i suoi ospiti con la comunità territoriale, attraverso lavori di pubblica utilità e volontariato.



Come costruire una campagna di successo

Come raccontare il progetto?

- Qual è l'obiettivo?
- Chi sei?
- Cosa vuoi realizzare?
- Di quanto hai bisogno?
- CALL TO ACTION!

Puoi aiutarti con l'utilizzo di **immagini** e **foto**, per raccontare anche visivamente il progetto.

Utilizzo dei fondi

Quindicimila euro sono stati donati al progetto dalla Fondazione Eandi che crede nell'impatto positivo che la sartoria avrà sul quartiere in cui opera. Questa donazione, insieme con tutto quanto raccoglieremo anche grazie a formazione e all'allestimento della sartoria che oggi esiste solo come moduli materiali di riuso. Dall'acquisto delle stoffe alla manutenzione e reperimento delle macchine di esperti e formatori all'adeguamento degli spazi: ogni risorsa sarà impiegata. Tessere lo spazio dove tessere insieme il futuro!



Come vogliamo spendere i soldi raccolti?

Riassumendo, i soldi raccolti ci serviranno per:

- 1) **Gestire la raccolta delle capsule.**
- 2) **Gestire la separazione delle componenti** della capsula e l'avvio a processi di riuso.
- 3) **Acquistare i materiali di laboratorio** necessari a svolgere le **analisi sul caffè** contenuto nelle capsule.



Come costruire una campagna di successo

Come raccontare il progetto?

- Qual è l'obiettivo?
- Chi sei?
- Cosa vuoi realizzare?
- Di quanto hai bisogno?
- **CALL TO ACTION!**

Puoi aiutarti con l'utilizzo di **immagini** e **foto**, per raccontare anche visivamente il progetto.

“Dona una spesa: fai la tua parte!”

“Per riuscire a fare tutto questo, ci serve il vostro aiuto. Dona ora, con il tuo sostegno possiamo ripartire!””

“Insieme siamo una comunità: sei tu il protagonista!”

Come costruire una campagna di successo

Come realizzare un buon video?



Racconta e spiega:

- Chi sei?
- Cosa vuoi realizzare?
- Di quanto hai bisogno?
- **CALL TO ACTION!**

I **progetti con un buon video** hanno più probabilità di raggiungere **più facilmente** l'obiettivo economico!



Caratteristiche:

- **Durata:**
1 o 2 minuti massimo
- **Come:**
Non servono effetti speciali, basta semplicemente raccontarsi e spiegare il proprio progetto «**mettendoci la faccia**».
Puoi usare anche il tuo smartphone.

Come costruire una campagna di successo



Individua delle ricompense
per ringraziare i tuoi sostenitori.

Le ricompense...

- **Simboliche ed «emozionali»** (ringraziamenti, credits)
- **Materiali** (gadget, shopper, t-shirt)
- **Esperienziali** (cene, eventi, workshop)

Le ricompense sono un modo per **rendere partecipi** i propri donatori e **stimolarli a sostenere** il progetto.

Le **ricompense «emozionali»** sono quelle che attirano maggiormente l'attenzione. Sono ricompense simboliche, generalmente con costi di bassi se non nulli e coinvolgono molto i sostenitori facendoli sentire parte attiva del progetto.

Come costruire una campagna di successo

La scelta delle ricompense e come strutturarle

- Ringraziamenti sui social o via email
- Menzioni in pubblicazioni (libri, film, bacheche)
- Cartoline
- Segnalibri
- Spillette
- Poster
- Foto
- Libri
- Shopping bag
- T-Shirt
- Visione film
- Eventi o incontri
- Cene
- Workshop
- Servizi
- Prodotti



Come costruire una campagna di successo

La scelta delle
ricompense
e come
strutturarle

La struttura è **sempre incrementale** e si parte da ricompense da 10/20 euro fino ad arrivare anche a 1.000 euro.



Come comunicare la tua campagna di crowdfunding

Come comunicare una campagna di raccolta

4

Pianifica la comunicazione
e la **diffusione** della campagna.



La comunicazione

Nel crowdfunding la **comunicazione** ricopre un ruolo importante. Caricare il progetto in piattaforma e sperare che funzioni “da solo”, infatti, non è mai una strategia efficace.

Inoltre...

Il crowdfunding può diventare anche uno valido **strumento di comunicazione** per startup e aziende, nonché un modo per **testare** e **validare le proprie idee** imprenditoriali.

Come comunicare una campagna di raccolta



Individuazione del pubblico target

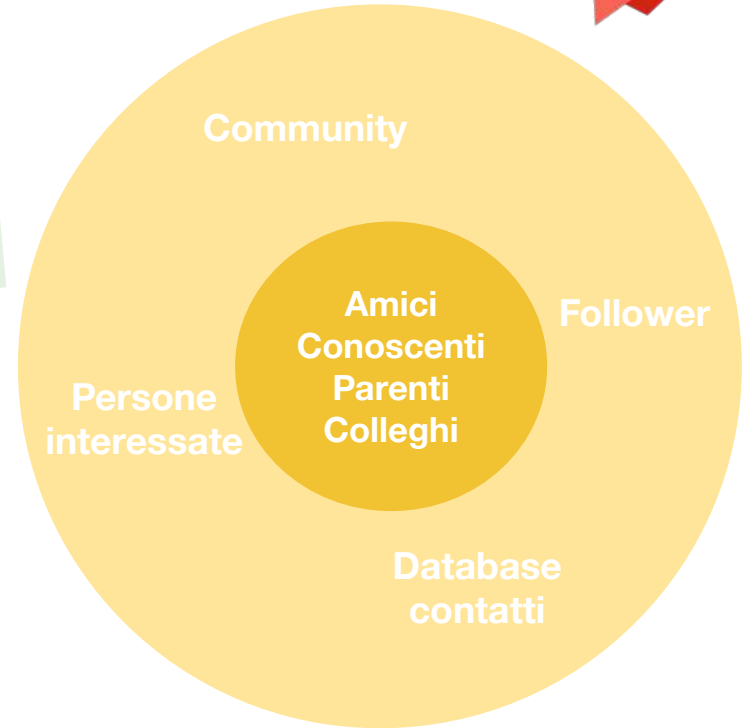


Immagina possibili target
di persone interessate...

- Persone a te più vicine
- Persone potenzialmente interessate

Dove comunicare?

- **Social** (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube)
- **Passaparola**
- **Chat App** (Whatsapp, Messenger, Telegram)
- **Email**
- **Stampa** (comunicati, interviste)



Come comunicare una campagna di raccolta

Le 3 fasi di una campagna



Coinvolgi le persone a te più vicine

Amici, conoscenti, colleghi e persone già interessate alla tua idea. Saranno loro per primi a **credere nel tuo progetto** e **sostenere la tua campagna**.

Come? **Passaparola, Chat App, Email, ecc.**



Costruisci un piano editoriale e racconta quotidianamente il progetto

Pubblica con continuità contenuti sulle tue **pagine social**, stimola la tua **community** e fornisci **aggiornamenti** sulla campagna.

Come? **Social, Sito web, Passaparola, Chat App, Stampa, ecc.**



Sprint finale!

Gli ultimi giorni di campagna saranno quelli più intensi, in cui sarà necessario **contattare tutte le persone** con i quali sei entrato in contatto durante la raccolta (donatori e non), chiedendo loro un ultimo sforzo per realizzare il tuo progetto.

Come? **Social, Sito web, Passaparola, Chat App, Eventi, Stampa, ecc.**

Come costruire una campagna di successo

La matematica del crowdfunding



$$\frac{\text{Budget}}{\text{Donazione media}} = \text{Donazioni per raggiungere l'obiettivo (budget)}$$

$$\text{Donazioni} \times \frac{100}{\text{Tasso di conversione}} = \text{N. visitatori sulla pagina della raccolta}$$

€ 10.000
----- = 200 donazioni
€ 50

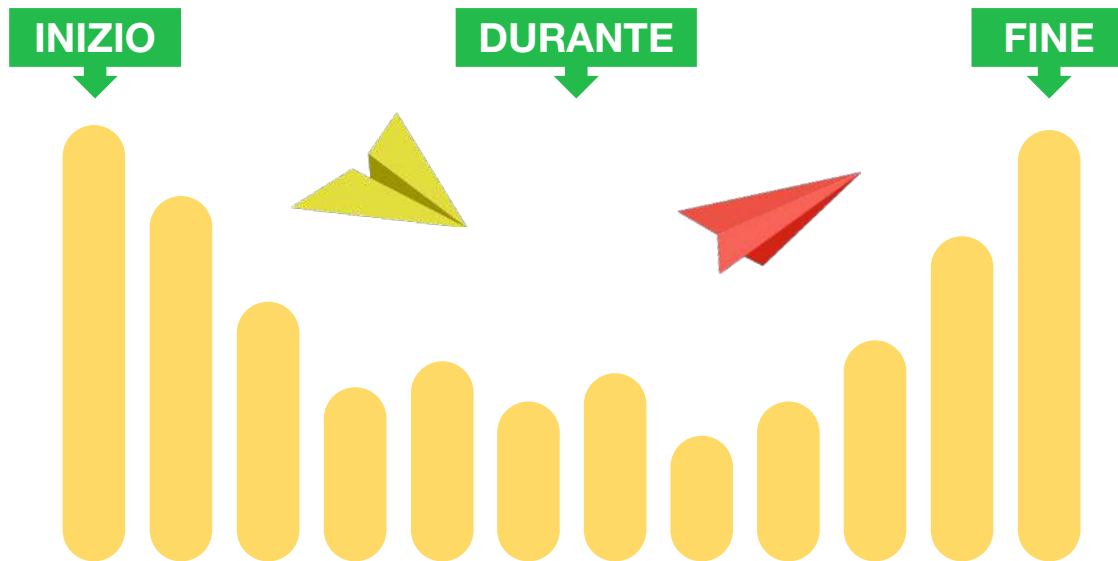
200 x $\frac{100}{3}$ = 6.666 visitatori

Come comunicare una campagna di raccolta

5

Monitora l'andamento delle tue azioni!

Un progetto, perché abbia maggiori probabilità di successo, deve raccogliere **almeno il 30%** del proprio obiettivo nel giro dei **primi 10 giorni**.



I don'ts del crowdfunding

NON AVER CHIARO LE DINAMICHE DEL CROWDFUNDING:

- cosa vuol dire coinvolgere la propria community.
- Il crowdfunding non è una pratica tappabuchi, non è la panacea di tutti i mali: non basta dare un incarico e attendersi i risultati.

CROWDFUNDING = VENDITA

- i donatori non sono solo acquirenti, ma parte integrante di un progetto.

IL CROWDFUNDING CONTAMINA I MIEI VALORI PER ASSECONDARE LE LOGICHE DEL MERCATO:

- aggiunge valore e arricchisce la mia organizzazione

FARE TROPPO AFFIDAMENTO SU DONATORI ESTERNI:

- il 95% dei donatori della campagna provengono dalla community del soggetto preponente.
- avviare la campagna solo per acquisire nuova community

LA CULTURA NON è SOLO INTRATTENIMENTO:

- poniamo l'accento sulla funzione UTILE-NECESSARIA della cultura.
- raccolta fondi inerente alla crisi o alla ripresa?

Storie di successo nel crowdfunding di comunità



Andrà tutto bene: raccolta fondi di Feudalesimo e Libertà

Modifica il progetto | Amministra il progetto | Statistiche del progetto

Una campagna di Feudalesimo e Libertà

[Contatti](#)

CAMPAGNA TERMINATA

Raccolti	€ 77.286,50
Sostenitori	1584
Scadenza	terminato
Modalità	raccogli tutto
Categoria	comunità & sociale

Cosa ha funzionato?

Tempismo e storytelling

OGNI MAGLIA ACQUISTATA

40%

DEVOLUTO ALLA

PROTEZIONE CIVILE

Obbiettivi

- RAGGIUNGERE 1.500 DONATORI
- RACCOGLIERE 75.000 € PER DONARNE 30.000 € COMPLESSIVI

CACCA ALL'UNTORE X1347

ASSALTO AI FORNI X1630

SOLIDARIETÀ E AIUTO ✓2020

E ora spazio alle domande!