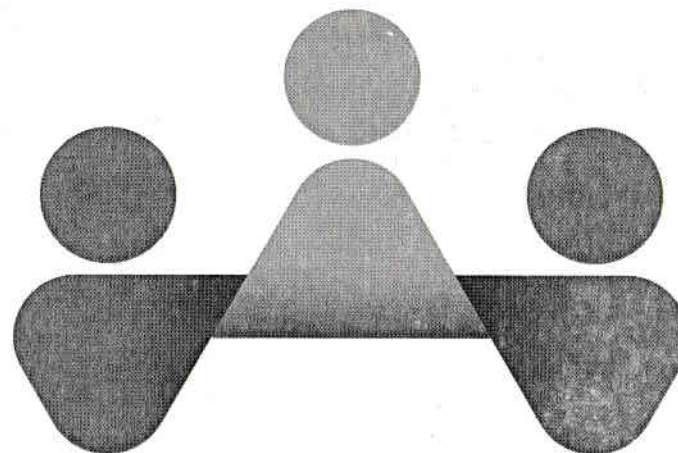


ANDREI DUMA

FONDATORUL PLATFORMEI DE CROWDFUNDING TESUȘȚIN.RO, DIGITAL FUNDRAISER ȘI TRAINER

ROMÂNIA, #TESUȘȚIN!

**OBȚINE ONLINE BANII DE CARE AI NEVOIE PENTRU
ORICE PROIECT, PRIN PUTEREA COMUNITĂȚII**



Orice reproducere a prezentei lucrări fără acordul editurii
intră sub incidența legii.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

DUMA, ANDREI

România, #tesușin! : obține online banii de care ai nevoie, pentru orice
proiect, prin puterea comunității / Andrei Duma.... - București :

Evrika Publishing, 2020

ISBN 978-606-94903-1-0

159.9

Redacție: tel.: 0725.113.963
0754.940.552
e-mail: redactia@evrikapublishing.ro

Distribuție: tel.: 021.314.93.15
tel./fax: 021.314.93.16
e-mail: distributie@universuljuridic.ro

evrikaa.ro
www.ujmag.ro

CUPRINS

NOTA EDITORULUI	5
CUVÂNT ÎNAINTE	9
Ce este un proiect?	16
Fazele unui proiect	18
Formulează obiective SMART	19
Fă o analiză SWOT!	20
II. DE LA PROIECT LA CAMPANIE DE CROWDFUNDING	23
Cele 4 puncte cheie ale unei campanii de crowdfunding	24
Cele 3 faze ale unei campanii de crowdfunding	25
Puterea comunității	27
Pregătirea campaniei de crowdfunding	30
Video > Audio. Sau cum imaginea bate sunetul	33
Recompensa cea mai mare	37
Promovarea proiectului	40
Dacă nu ceri, nu primești!	46
Treci la treabă!	48
Presa	49
Companiile	51
Actualizează! Actualizează și gata!	52
Finalizarea campaniei și a proiectului	54
III. PONTURI ȘI LECȚII DE LA DIGITAL FUNDRAISER	57

Jonathan May	58
Ronald Kleverlaan	63
Don Steinberg	66
Vlad Mocanu	69
Ariel Constantinof	72
David Mitran	76
Andrei Ruse	80
IV. TRECI LA TREABĂ! GHIDUL TĂU PRACTIC	91
Tabloul proiectului tău	94
Comunitatea din jurul tău	101
Pre-lansare	102
Checklist	104
Lansarea	105
Checklist	107
Poticnirea	108
Checklist	110
Numărătoarea finală	111
Checklist	113
EPILOG	115
CARNEȚELUL MEU CU IDEI VALOROASE	119

NOTA EDITORULUI

I. DE LA IDEE LA PROIECT

Ce este un proiect?

În activitatea ta vei întâmpina numeroase momente când vei avea nevoie de cunoștințe legate de managementul de proiect. Am observat că din ce în ce mai multe persoane folosesc termenul de PROIECT cu un aer oficial și mulți își dau ochii peste cap când aud de PROIECTE.

DEX-ul definește termenul astfel: *PROIECT = plan sau intenție de a întreprinde ceva, de a organiza, de a face un lucru.*

Astfel, nu doar organizarea unei gale sau demararea unei campanii de informare cu privire la impactul rețelelor sociale asupra stimei de sine a tinerilor înseamnă proiect, ci și dacă vrei să slăbești 3 kilograme până când pleci în concediu, să înveți să conduci mașina ori să vorbești limba japoneză.

Fiecare dintre noi avem proiecte: personale, profesionale, mai mari, mai mici, mai complexe, mai simple. Așa că nu te mai speria când auzi termenul de „proiect”.

O definiție mai complexă a termenului sună așa: *proiectul este un proces unic, constând într-o mulțime de activități coordonate și controlate, cu termene de începere și de terminare, care garantează realizarea unui obiectiv conform cerințelor specificate, incluzând restricții de timp, cost, resurse.*

Fazele unui proiect

Orice proiect este compus din 4 faze importante:

- conceperea proiectului
- planificarea proiectului
- implementarea proiectului
- evaluarea/controlul și revizuirea proiectului

Etapele de planificare, execuție și control fac parte din ciclul de viață al proiectului. Aceste etape sunt interdependente și succesive.

Formulează obiective SMART

SMART este un acronim al caracteristicilor considerate esențiale pentru formularea unui obiectiv.

Așadar, un obiectiv trebuie să fie:

S – specific (clar formulat);

M – măsurabil;

A – (de) atins/abordabil;

R – relevant;

T – încadrat în timp;

Fă o analiză SWOT!

Analiza SWOT este un concept foarte des folosit în *project management*. Utilitatea acestei analize constă în faptul că te ajută să identifici aspectele care trebuiesc îmbunătățite și, cel mai important, îți permite să identifici punctele tale tari pe care le poți valorifica pentru a profita de oportunități și de a contracara orice amenințări externe care pot apărea în dezvoltarea proiectului tău.

Acronimul (SWOT)

S – reprezintă Punctele Tari (Strengths);

W – se referă la Punctele Slabe (Weaknesses);

O – reprezintă Oportunitățile (Opportunities);

T – definește Amenințările (Threats) cu care te confrunți;

Primele două, punctele tari și punctele slabe, țin de tine și de proiectul tău fiind elemente interne. Celelalte două,

Oportunitățile și Amenințările sunt elemente ce nu țin de tine în mod direct, fiind elemente externe. Dar e nevoie să le intuiești și să te pregătești pentru orice eventualitate.

II. DE LA PROIECT LA CAMPANIE DE CROWDFUNDING

Cele 4 puncte cheie ale unei campanii de *crowdfunding*

1. Construirea audienței
2. Implicarea
3. Mobilizarea comunității
4. Mulțumirile

Cele 3 faze ale unei campanii de *crowdfunding*

1. *Ieșirea din zona de confort*

Ești încântat de proiectul tău și îl prezinți prietenilor, familiei și altor membri ai instituției sau organizației din care faci parte. Ei sunt toți oameni minunați care vor transmite și altora ideea proiectului tău (dacă îi rogi), motiv pentru care o incursiune informativă timpurie asupra a *ce și cum* este normală, ba chiar de dorit. Ar fi minunat să atingi 30% din ceea ce ți-ai propus în materie de strângere de fonduri (conform datelor noastre, proiectele care ating din faza inițială cel puțin 23% din obiective se transformă într-unele de succes, iar Kickstarter consideră că e nevoie să se atingă, din start, 30% din obiective pentru ca proiectul să aibă 90% șanse de succes).

2. *Traversarea zilelor „secetoase”*

Activitatea ar putea să stagneze pe la mijlocul perioadei de strângere de fonduri, motiv pentru care proiectele derulate într-

un interval mai scurt și care își păstrează consecvența în această perioadă de mijloc tind să fie de succes.

3. *Mai bine mai târziu decât niciodată*

La un moment dat, te vei apropia de termenul final și vei începe să te panichezi. Îți promovezi proiectul mai intens decât ai făcut-o vreodată, punând presiune pe comunitatea ta (toți cunoscuții tăi) din cauza termenului limită. Adeseori, acest lucru chiar funcționează conform așteptărilor tale! Unii susținători inițiali ar putea chiar să facă o donație suplimentară doar din dorința de a vedea proiectul finalizat cu succes. În *crowdfunding*, majoritatea donațiilor se primesc spre finalul proiectului.

Puterea comunității

Ar trebui să informez publicul despre proiectul meu înainte ca acesta să înceapă?

La fiecare înzecire (creștere de 10x) al numărului de prieteni pe Facebook șansele de reușită ale proiectului tău se dublează. Așadar, o persoană cu 1000 de prieteni pe Facebook care creează un proiect are de două ori (2x) mai multe șanse de succes decât o altă persoană care dispune de un număr de doar 100 de prieteni (luând în calcul, bineînțeles, aceleași obiective).

„Campaniile pe Kickstarter eșuează atunci când numărul oamenilor care cred în ideea respectivă este prea mic.

↳ Kickstarter este ultima etapă, nu prima deoarece este o modalitate de a-ți organiza și activa audiența.”

- Seth Godin

Afirmația lui Seth Godin se aplică și în cazul campaniilor demarate pe platforme de *crowdfunding* românești, cum e Tesuștin.ro.

Nu uita că atunci când te hotărăști să inițiezi o campanie de crowdfunding lumea trebuie deja să știe de misiunea ta!

Cum pot să cresc audiența?

Acel moment în care cineva aude pentru prima dată de proiectul tău s-ar putea să nu fie cel mai potrivit moment pentru a-i cere susținerea. Cu o lună înainte de începutul proiectului ar trebui să le vorbești despre el prietenilor, familiei, colegilor sau oricărui alt grup posibil interesat pentru a te bucura mai târziu de susținerea lor. Aceasta se numește o *lansare lentă* și poate reprezenta o modalitate extrem de eficientă de câștigare a suportului celor din jur pentru că momentul lansării propriu-zise să fie unul cu fast.

Poți să atragi susținători și prin intermediul unui blog sau a rețelelor de socializare precum Facebook sau Instagram. De asemenea, există multiple beneficii dacă interconectezi

(sincronizezi) toate paginile și profilurile tale cu pagina proiectului.

Nu uita să fii sociabil! Setează-ți o pagina de proiect pe Facebook, un profil Instagram și un blog. Fă-le interesante pentru publicul tău!