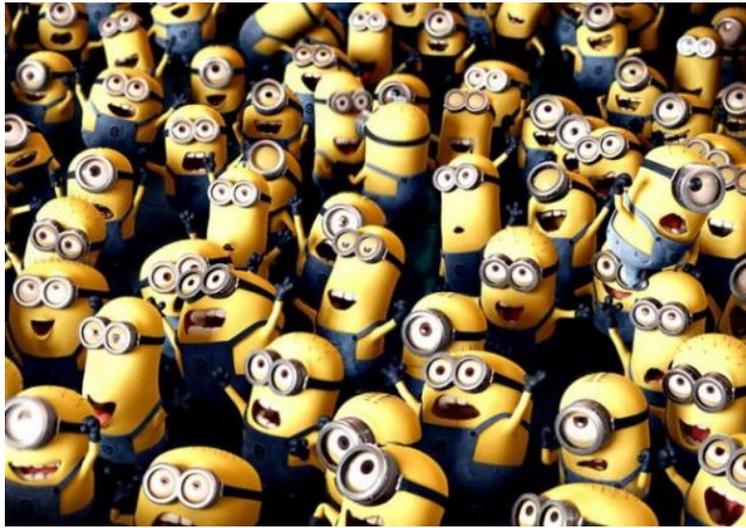


5 cosas esenciales a tener en cuenta antes de lanzar una campaña de crowdfunding



No hay necesidad de introducir que el "crowdfunding", el "crowdfunding". Básicamente, se permite la financiación de proyectos mediante el uso de un gran número de gente común (usuarios, redes de contactos, amigos, etc.) para hacer pequeñas inversiones. Una vez acumulada, estas inversiones se financiarán proyectos que potencialmente habría tenido dificultades para recibir financiamiento tradicional (bancos, inversores, etc.). Gracias a las redes sociales y comunidades en línea, hoy se convierte en fácil y barata de llegar a un gran número de partes potencialmente interesadas a apoyar proyectos".

Por lo tanto, más y más artistas apelan a Kickstarter, PledgeMusic o Ulule Kisskissbankbank para financiar un clip, merchandising o ayudar a finalizar la producción de un EP. (Para más información, le sugiero que lea mi libro blanco sobre crowdfunding). También vamos a participar en varios artículos sobre el crowdfunding para usted a continuación, hacer un nuevo libro blanco bonita que se publicará dentro de unas semanas.

Para empezar, algunos números (directos desde Kickstarter): las campañas de crowdfunding son los menos financiados: en promedio, el 40% de los proyectos son financiados por una inversión promedio de \$ 5,000 (se encuentra el mismo promedio en Europa). Pequeñas inversiones Musicales exceden "el círculo familiar" o "círculo de amigos".

Para aquellos que ya han hecho una campaña, apuesto a que pensaba que suficiente para presentar adecuadamente el proyecto para la financiación de la gente ... pero no es tan simpleNo era una increíble cantidad de trabajo para producir para establecer y poner en marcha una campaña de crowdfunding.

Y se requiere un mayor esfuerzo para su campaña de crowdfunding un éxito. Usted pensó que todo estaba bien planeado y estaba listo para su lanzamiento? Pero bam, una vez alcanzado el medio del campo, se dio cuenta de que muchas cosas se podrían haber hecho de otra manera. Y usted reajustes en el camino.

A continuación se muestra una lista de varios elementos a considerar al lanzar su campaña de crowdfunding:



Elija los incentivos adecuados "Las recompensas»

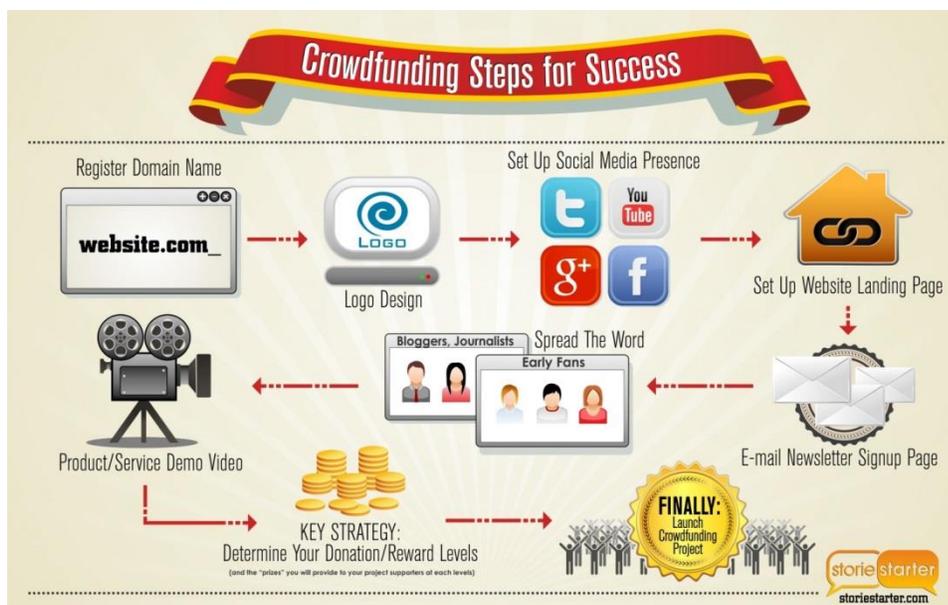
1 CD contra € 10? 1 concierto privado en contra de 500 €?

Si para usted es obvio, sin embargo, esto puede ser bastante complicado. ¿Por qué las personas quieren ayudarte, ¿sabe usted? ¿Realmente quieren recibir un CD? Y tú, ¿te vuelva a su costo enviando por ejemplo 500 CD en el correo? O se mueve a través de Francia para un concierto? Usted realmente tiene que planificar en consecuencia y estructurar sus incentivos. Proponer incentivos más concretos.

Esté preparado para adaptarse

Sé lo más completa posible sobre su proyecto. Los donantes harán que el crédito literalmente como figurativamente, en un campo inmaterial, difícil de alcanzar, la música. Aunque presente en un video (IMPRESINDIBLE) su proyecto, usted quiere hacer la inversión que busca, una descripción de la ruta que te trajo hasta el momento. Y una vez hecho el lanzamiento, solicitar la opinión de la gente y añadir la información que falta. Vas a tener que pulir y actualizar durante uno o dos meses de la campaña.

La estrategia de marketing es esencial



Inmediatamente nos detuvimos el mito. La gente no va a correr a su puerta como magia. Usted necesita una estrategia de marketing concreto que ya está en marcha en el momento en que se pulsa el botón 'Launch'. ¿Qué personas se dirige? ¿Su incentivos se adaptan a tu objetivo? ¿Dónde está su objetivo y cómo es usted capaz de alcanzar? Las redes sociales, blogs, correos electrónicos, publicidad dirigida y todo lo que se puede optimizar. Esto no es para la gente de neumáticos con los mensajes, un momento o frecuencia inadecuada, por lo que debe prestar especial atención a la forma de hacer su punto. Su burla "no oficial" debe comenzar una semana antes del lanzamiento oficial. Correo electrónico, boletines de noticias, redes sociales todos deben coincidir con el lanzamiento de su campaña.

El exceso de comunicar

Nunca se puede hacer demasiado en la difusión de información acerca de su campaña de crowdfunding. La gente va a hacer preguntas, con ganas de más, con ganas de conocer la evolución del proyecto, etc. Mantener a la gente informada de todo lo que sucede alrededor de su campaña de crowdfunding es esencial. Se publicará información actualizada sobre los objetivos ya alcanzados etc ... sino que también le da una razón para saludar a la gente y recordarles que todavía están allí, esperando con impaciencia su € 100.

No hay una fórmula perfecta para llevar una campaña de crowdfunding

Al final, cada campaña de crowdfunding implicará un grupo diferente de personas y, por tanto, lo que funciona para una campaña no es necesariamente efectiva para otro. Lo mejor que puede hacer si usted está a punto de embarcarse en el crowdfunding es aprender lo más posible de los que han probado antes. Hable con las personas que han tenido éxito en su campaña, pero, lo más importante, también intercambiar con aquellos cuyas campañas no han funcionado. Hay mucho que aprender, especialmente alguien que ha logrado único que ha fallado.

Crowdfunding es realmente un trabajo de tiempo completo. Allí, a pesar mientras muchos beneficios que se pueden obtener a partir de crowdfunding incluso si usted no alcanza su meta. Usted aprenderá lo difícil que es llegar a su base de clientes, usted aprenderá a comunicarse con la gente, usted sensibilizerez alrededor de su proyecto