

5 trin til det perfekte belønningsprojekt

Beløb Først skal du bestemme dig for, hvor stort et beløb, du vil rejse. Vær realistisk og sæt hellere målet lavt end højt. Bidragsyderne skal tro på, at det vil lykkes dig at rejse beløbet. Rejser du flere penge end projektbeløbet, får du alle pengene udbetalt; hvis du ikke når beløbet, bliver projektet annulleret og bidragsyderne får deres penge igen. Vores erfaring siger os, at belønningsprojekter over 100.000 har svært ved at lykkes. Er dit finansieringsbehov større end 100.000, skulle du måske overveje et Coop Crowdfunding Lån i stedet?

Projektbeskrivelse Nu skal du beskrive dit projekt. Teksten her skal tiltrække potentielle bidragsydere og give dem lyst til at støtte det. Crowdfunding handler i høj grad om at støtte ikke bare den gode idé men også den gode historie. Derfor er det vigtigt at gøre både dit sprog og din historie personlig og nærværende. Det kan du for eksempel gøre ved at fokusere mere på produktet og drømmen end på budgetter og forretningsplaner.

Video Tekst er ikke nok - lav en video, hvor du fortæller om dit projekt. Brug kræfter på den. Den behøver ikke være professionelt lavet, men indholdet skal helst appellere til folk. Sørg for, at den handler om drømme og følelser og giver folk en grund til at bruge deres penge på dig i stedet for alt muligt andet.

Billeder Inkluder et billede eller tre til at sætte på forsiden og i projekttæksten. Billedet kan være af dit produkt, gården, familien eller teamet bag eller noget helt fjerde. Husk at folk investerer i dig og dit team - de fleste succesfulde kampagner er dem, hvor man har en fornemmelse af mennesket bag skærmen. Derudover er et godt billede en god måde at få folk til at klikke ind på dit projekt.

5 trin til det perfekte belønningsprojekt

Belønninger Lidt firkantet kan man dele dine potentielle bidragsydere op i tre grupper:

1. *Filantroperne*, som bare vil støtte den gode ide og sag
2. *First-movers*, som synes det er fedt at købe et produkt eller støtte et firma, som måske ikke er almindeligt tilgængeligt endnu
3. *Tilbudsjægerne*, som bruger crowdfunding som en webshop og gerne vil gøre en god handel

Dine belønninger skulle gerne tiltrække alle tre typer. Det er derfor vigtigt, at du får lavet en håndfuld belønninger af forskellig værdi, der er attraktive for dine potentielle bidragsydere. Nogen har lyst til at støtte med 50-100 kr., andre med 1.000 kr. Sørg for at have noget for enhver smag og enhver pengepung.

- Vær omhyggelig med prissættelsen af dine produkter. Selvom mange bidragsydere støtter med hjertet, føler de sig alligevel snydt, hvis de skal betale meget mere for dit produkt, end hvad du ellers sælger det til.
- Jo mere værdi de får for pengene, jo mere attraktivt er dit projekt for bidragsyderne. Overvej at give mere værdi, jo højere op ad belønningsstigen man kommer (for eksempel et glas for 75, tre glas for 200, ti glas for 600). Det kan friste bidragsyderne til at købe mere, end de egentlig havde planlagt.
- Sørg for, at (nogle af) dine belønninger er unikke. Det kunne for eksempel være at få et produkt opkaldt efter sig eller lade bidragsyderne være de første til at smage på dit nye produkt.
- Geografi betyder også noget. Hvis man skal opleve eller hente en belønning i et bestemt område, har du en mindre målgruppe, end hvis du kan sende belønningen. Det har betydning for, hvor stort et beløb du kan rejse. Husk også at medregne eventuel fragt i prisen, så dine bidragsydere ikke skal betale fragt udover belønningen.

Nu skulle du gerne have strikket et skarpt belønningsprojekt sammen. Husk, at selv det bedste projekt ikke lykkes, hvis du ikke får spredt budskabet både før og under kampagnen (og husk også at blære dig lidt, når projektet er fuldt finansieret). Læs mere i dokumentet *Markedsføringstips*.