

ТРОПА ЛИКУЮЩЕЙ ТОЛПЫ

Разработка краудфандинговой кампании

Эта тропа поможет вам создать успешную кампанию краудфандинга для ваших проектов. Краудфандинг – это относительно новая стратегия привлечения средств большого числа доноров (или инвесторов). Обычно краудфандинг в значительной мере опирается на социальные сети и коммуникацию среди имеющихся контактов. Краудфандинг может использоваться не только как инструмент сбора средств, но и как нечто гораздо большее – это еще и способ повысить внимание к вашему делу, перестроить и укрепить отношения с вашей группой поддержки.

КТО ДОЛЖЕН БЫТЬ ВОВЛЕЧЕН?

Каждый член команды должен присутствовать на этой сессии по планированию. Может быть полезным привлечь экспертов по коммуникации и партнеров с опытом краудфандинга.



В РЕЗУЛЬТАТЕ ДАННОЙ СЕССИИ У ВАС БУДУТ:

- Цель, разделяемая всеми, и разработанный подход для вашей краудфандинговой кампании.
- Профиль наиболее важных сторонников, на которых должна быть направлена ваша кампания.
- Ясное и убедительное послание, иллюстрированное с помощью конкретных историй.
- Стратегия коммуникации для кампании.

ПОДГОТОВКА

Хотя бы кто-то один из присутствующих должен разбираться в сфере краудфандинга, и каждый участник должен посмотреть несколько краудфандинговых платформ и примеров проектов, чтобы получить представление о том, как краудфандинг может выглядеть на практике.

МАТЕРИАЛЫ

- Маркеры
- Флипчарт
- Большая пробковая доска
- Модерационные карточки
- Интернет
- Компьютеры
- «Говорящий» предмет
- Символы (по одному зеленому и красному на человека) или цветные самоклеящиеся точки
- Стикеры
- Проектор/экран или компьютер

ИНСТРУМЕНТЫ

Методические карточки:

- Планируем дальнейшие шаги (02)
- Сторителлинг: создаем историю об организации (06)
- Поиск частных доноров для постоянного финансирования (30)
- Упражнение «Круг» для фокусированного диалога (47)
- Картирование сети (48)
- Метод позитивного исследования (50)
- Быстрый генератор идей (52)

Справочные материалы:

- Быстрый генератор идей – примеры (34)
- Полезные идеи (35)
- Организации, основанные на ценностях (36)

Рабочие листы:

- План действий (02)
- Портрет донора (16)
- Стратегия краудфандинга (26)

ОРИЕНТИРОВАНИЕ 60мин.

ВЕДУЩИЙ/ОРГАНИЗАТОРЫ: представьте тропу и программу дня.

Первый раунд и дискуссия: фокусирование на теме
Поделитесь опытом и информацией о краудфандинге и определите, почему вы хотите или почему вам нужно заняться этим.

Просмотрите **Организации, основанные на ценностях (36)** ■■.

Используйте **Упражнение «Круг» для фокусированного диалога (47)** ■■ для выявления общих взглядов. Какие аспекты модели подходят к вашей инициативе или организации и что это означает для отношений с вашими сторонниками, которые вы собираетесь укрепить? Как вы свяжете краудфандинговую деятельность с вашей системой ценностей?

ВВОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ПО МАРШРУТУ ТРОПЫ:

общность взглядов в отношении обоснования и подхода к краудфандингу.

СБОРЫ 120мин.

Глубокий анализ

- Выполните **Картирование сети (48)** ■■, чтобы визуализировать вашу сеть сторонников. Проработайте специфические детали в поле «частный сторонник».
- Выберите три группы частных стейкхолдеров, которые, по вашей оценке, имеют высокий потенциал в качестве сторонников вашей краудфандинговой кампании (каждый участник может разместить три точки или фигуры, чтобы обозначить сторонников с наиболее высоким потенциалом).
- Выполните **Поиск частных доноров для постоянного финансирования (30)** ■■ для трех групп с наибольшим потенциалом.

ВВОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ПО МАРШРУТУ ТРОПЫ:

краткие портреты трех потенциальных сторонников.

ВОСХОЖДЕНИЕ 90мин.

Разработка презентации

- В парах или тройках выполните **Метод позитивного исследования (50)** ■■, чтобы собрать примеры значимого воздействия вашей деятельности.
- Определите, какие из этих примеров имеют высокий потенциал в качестве краудфандинговых якорей.
- Решите, какой якорный проект будет использоваться в кампании, и набросайте историю о нем, чтобы использовать ее как часть вашей краудфандинговой презентации.

ВВОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ПО МАРШРУТУ ТРОПЫ:

набросок истории для презентации запланированного краудфандингового проекта.

ГОРИЗОНТ 120мин.

Создание краудфандинговой стратегии

- Используйте **Стратегию краудфандинга (26)** ■■, чтобы проработать ваш краудфандинговый подход.
- Используйте **Полезные идеи (35)** ■■, чтобы придумать способы поощрения людей, которые поддержат вашу краудфандинговую кампанию.
- Там, где необходимы творческие подходы, используйте **Быстрый генератор идей (52)** ■■, чтобы провести структурированный и конструктивный мозговой штурм.

ВВОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ПО МАРШРУТУ ТРОПЫ:

вехи стратегии кампании.

ПЛАН ДЕЙСТВИЙ 30мин.

Закрепление договоренностей
Используйте **Планируем дальнейшие шаги(02)** ■■, чтобы закрепить график и запланированные дальнейшие шаги в виде конкретных договоренностей.

ВВОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ПО МАРШРУТУ ТРОПЫ:

договоренности и дальнейшие шаги.

ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ 30мин.

Заключительный раунд.
Чек-аут.