

## TRASEUL DE ÎNVĂȚARE SPRE GALERIA DE SUSȚINĂTORI

### Dezvoltarea unei campanii de crowdfunding

Această metodă te ajută în crearea unei campanii de succes de crowdfunding pentru proiectele tale. Crowdfunding-ul este o strategie relativ nouă de a strânge fonduri de la un număr mare de donatori (sau investitori). De obicei, se bazează foarte mult pe rețelele de socializare și pe comunicarea în cadrul acestora. Crowdfunding-ul poate fi mult mai mult decât un instrument de strângere de fonduri - este, de asemenea, o modalitate de a crește gradul de conștientizare pentru cauza ta și de a remodela și consolida relațiile cu comunitatea de sprijin.

### CINE AR TREBUI SĂ FIE IMPLICAT?

Toți membrii echipei ar trebui să fie prezenți la această sesiune de planificare. De asemenea, poate fi util să implici experți în comunicare și parteneri cu experiență în crowdfunding.



### LA SFÂRȘITUL ACESTEI SESIUNI VEȚI AVEA:

- *Un obiectiv comun și o abordare clară pentru campania ta de crowdfunding.*
- *Un profil al celor mai importanți susținători pe care trebuie să îi abordeze campania.*
- *Un mesaj clar și convingător ilustrat în povești.*
- *O strategie de comunicare pentru campanie.*

### CE AR TREBUI PREGĂTIT?

Una dintre persoanele prezente ar trebui să fie familiarizată cu practicile de crowdfunding și toată lumea ar trebui să verifice platforme de crowdfunding și exemple de proiecte pentru a-și face o idee despre cum arată crowdfunding-ul în practică.

### MATERIALE

- Materiale
- Markere
- Flip-chart
- Un Pin Board mare
- Cartonase de moderare
- Post-it-uri
- Un obiect folosit pe post de microfon
- Figurine verzi și roșii (una din fiecare / persoană)
- Proiector și Computer
- Acces la internet

### INSTRUMENTE

#### Cartonase cu metode:

Planificarea acțiunii pentru următorii pași (02)  
 Storytelling: Crearea unei narațiuni pentru organizație (06)  
 Analiza individuală a donatorilor pentru o finanțare sustenabilă (30)  
 Metoda cercului pentru ghidarea unui dialog focusat (47)  
 Maparea rețelei de stakeholderi (48)  
 Ancheta apreciativă (50)  
 Generarea rapidă a ideilor (52)

#### Documente suport:

Generarea rapidă a ideilor (34)  
 Idei pentru recompensarea susținătorilor (35)  
 Organizații bazate pe valori (36)

#### Fișe de lucru:

Plan de acțiune (02)  
 Caracteristicile donatorului (16)  
 Plan de acțiune pentru crowdfunding (26)



## ORIENTARE 60MIN

**GAZDĂ/GRUP DE PREGĂTIRE:** Introduceți traseul de învățare și programul zilei.

Prima rundă și discuție: Concentrarea pe temă

Împărtășiți experiențe și informații cu privire la crowdfunding și definiți de ce aveți nevoie sau doriți să faceți acest lucru.

Examinați **Organizații bazate pe valori (36)** ■■

Utilizați **Metoda cercului pentru ghidarea unui dialog focusat (47)** ■■ pentru a explora o abordare comună: ce aspecte ale modelului se referă la inițiativa sau organizația voastră, și ce înseamnă acest lucru pentru relațiile pe care doriți să le dezvoltați cu susținătorii voștri? Cum veți conecta practicile de crowdfunding cu sistemul vostru bazat pe valori?

### CONTRIBUȚIE CĂTRE TRASEUL DE ÎNVĂȚARE: :

Înțelegere comună asupra raționamentului și abordării voastră față de crowdfunding.



## MUNCĂ DE TEREN 120MIN

Analiza detaliată

- Efectuați **Maparea rețelei de stakeholderi (48)** ■■ pentru a vizualiza rețeaua de susținători. Lucrați cu detalii specifice în câmpul „suporter individual”.
- Selectați trei grupuri/tipuri individuale de părți interesate pe care le considerați ca având un potențial ridicat în calitate de susținători de crowdfunding (toată lumea poate plasa trei buline sau o figurină pentru a semnifica cei mai importanți potențiali susținători).
- Realizați **Analiza individuală a donatorilor pentru o finanțare sustenabilă (30)** ■■ pentru cele trei grupuri cu cea mai mare notă.

### CONTRIBUȚIE CĂTRE TRASEUL DE ÎNVĂȚARE:

Profiluri de personalitate a 3 posibili susținători de crowdfunding.



## APOGEU 90MIN

Găsirea unui pitch:

- În perechi sau triade, efectuați **Ancheta apreciativă (50)** ■■ pentru a colecta povești despre impactul semnificativ al muncii voastre.
- Identificați care dintre aceste povești au un potențial ridicat de a servi ca ancore de crowdfunding.
- Alegeți proiectul de prezentare al campaniei și conturați o poveste care evidențiază acest proiect de utilizat ca parte a pitch-ului campaniei voastre.

### CONTRIBUȚIE CĂTRE TRASEUL DE ÎNVĂȚARE:

Schiță de poveste pentru a lansa proiectul de crowdfunding.



## PERSPECTIVĂ 120MIN

Construirea unei strategii de finanțare colectivă

- Folosiți **Planul de acțiune pentru Crowdfunding (26)** ■■ pentru a dezvolta abordarea voastră de crowdfunding.
- Folosiți **Idei pentru recompensarea susținătorilor (35)** ■■ pentru a găsi recompense distractive și atractive pentru persoanele care vă vor sprijini campania de crowdfunding.
- În cazul în care sunt necesare noi abordări creative, utilizați **Generarea rapidă a ideilor (52)** ■■ pentru a promova un brainstorming structurat și constructiv.

### CONTRIBUȚIE CĂTRE TRASEUL DE ÎNVĂȚARE:

Repere pentru strategia campaniei.



## PLAN DE ACȚIUNE 30MIN

Stabilirea acordurilor

Utilizați **Planificarea acțiunii pentru următorii pași (02)** ■■ pentru a stabili cronologia și a desemna pașii următori în acorduri concrete.

### CONTRIBUȚIE CĂTRE TRASEUL DE ÎNVĂȚARE:

Acorduri și următorii pași

## ÎNCHEIERE 30MIN

Runda finală/ Check out