

[Главная](#) > Как успешно собрать деньги на краудфандинговой платформе?

Как успешно собрать деньги на краудфандинговой платформе?|Comment lever des fonds sur une plateforme de crowdfunding?

Автор: Лейла Бабаева, Женева-Невшатель, 14. 12. 2016.



Со всех понемногу (24heures.ch)

Сбор средств онлайн не только популярен, но и не перестает эволюционировать, в том числе и в Швейцарии, где уже существуют десятки специализированных сайтов. Перед тем, как начать компанию, необходимо провести тщательную подготовку, определиться с суммой и целевой

аудиторией.]

Ce moyen de financer son projet ne cesse d'évoluer, et la Suisse compte des dizaines de sites web spécialisés. Avant de se lancer, il faut se préparer d'une manière minutieuse, fixer un montant réaliste et connaître bien son auditoire.

Сегодня краудфандинг доступен всем, и многие могут достичь цели с его помощью, если их проект покажется интернет-сообществу достаточно интересным. В этой области активны не только стартапы, но и крупные фирмы. Например, отдел финансовых услуг швейцарской почты PostFinance создал совместное предприятие с международной платформой краудфандинга Lendico с целью предоставления кредитов малым и средним предприятиям Конфедерации. Женевский сайт Swiss Lending с недавнего времени предлагает возможность краудфандинга для привлечения инвестиций в сфере недвижимости. Swisscom сотрудничает с платформой Wemakeit. В городе Кальвина скоро начнет работу сайт Greencrowdfunder, с помощью которого можно будет собирать средства для предприятий, «приносящих пользу планете». В кантоне Во объединение коммун намерено собрать по интернету деньги на горку для бассейна, и на этом список не заканчивается.

Успех сопутствует авторам **«конкретных, простых и легких для понимания проектов»**, - подчеркнул президент и основатель Швейцарской краудфандинговой ассоциации (англ.: Swiss Crowdfunding Association), преподаватель Высшей школы управления Женевы Венсан Пиньон в интервью журналу PME.

«Я должен понять вашу идею меньше, чем за пять секунд», - подчеркнул Максим Паллен, основатель краудфандинговой платформы Raizers, созданной в Женеве и сегодня работающей на рынках Швейцарии, Франции, Бельгии и Люксембурга.

Один из плюсов краудфандинга состоит в том, что он позволяет **проверить интерес публики** к новому товару, а заодно приносит некоторую известность компании. Кроме того, интернет-инвесторы заинтересованы в успехе «своей» фирмы и скорее пойдут в ресторан, который они финансировали, чем в незнакомое кафе.

Прежде чем начинать компанию сбора средств, необходимо решить, **подходит ли краудфандинг лично вам**. Например, невшательская компания Kizy Tracking, предлагающая логистические услуги, решила не прибегать к этому способу на первых этапах своего существования. Сочтя, что немалая часть интернет-пользователей не входит в их целевую аудиторию, руководители одновременно сожалеют о том, что в настоящее время нет специальной платформы «бизнес-бизнес», с помощью которой предприятия могли бы проверять интерес других компаний к своим инновационным продуктам.

Пользоваться специальной платформой для сбора средств или нет – решение за предпринимателем. Есть примеры фирм, которые провели кампании краудфандинга самостоятельно – женевская булочная Emery, лозаннский винный бар Ta Cave, базельская часовая марка Philippe DuBois & Fils и другие. Платформа, безусловно, экономит время и силы, так как специально «заточена» под такие задачи. А если специалисты сайта предоставляют консультации, то это еще один пункт в его пользу.

Когда решение собрать деньги онлайн принято, следует **выбрать оптимальный тип краудфандинга**. Например, сбор денег посредством предварительных заказов продукта удобен для молодых компаний, которым нужны деньги на производство этого продукта. Когда молодая фирма уже имеет круг клиентов и постепенно «встает на ноги», ей лучше выбрать краудинвестинг (в процессе которого микроинвесторы получают небольшие доли в акционерном капитале компании).

В зависимости от того, где находятся сегодняшние и потенциальные клиенты предприятия – за рубежом или в Швейцарии, – следует остановить свой выбор на международной или местной платформе. На следующем этапе нужно **выбрать конкретный сайт**, советует Венсан Пиньон, так как многие специализируются в определенной области (спорт, кинематограф, новые технологии, недвижимость и т.д.), и узнать, окажет ли коллектив платформы дополнительную поддержку и какую именно.

Успех кампании зависит от **тщательной подготовки**: нужно четко представлять, к кому вы обращаетесь, досконально проработать текстовое описание проекта, открыть страницы в соцсетях, записать 2-3-минутный видеоролик, который должен зажечь потенциального клиента. Видеоролик значительно повышает шансы на успех, а некоторые сайты даже не публикуют проекты, если у них нет такой презентации.

Подумайте о «награде». Тем, кто поддерживает проект, будет приятно получить небольшой подарок или привилегии. Например, если речь идет об открытии салона чая, то организаторы могут предложить две чашки горячего напитка в день бесплатно для двух человек. Таким образом, клиенты будут приводить друзей, те расскажут знакомым, и это пойдет на пользу салону.

Если речь идет о новом технологичном товаре, то «людей привлекает возможность получить его со скидкой или раньше других», – подчеркнул Венсан Пиньон.

Нежелательные периоды для начала краудфандинговой кампании – август и период с 10 декабря по 5 января, отметил Максим Паллен. Сбирать деньги в новогодние праздники стоит лишь в том случае, если проект непосредственно связан с подарками или рождественской тематикой. Что же до конкретных дней для начала, то подходящие моменты наступают в понедельник и в пятницу в 11:00, при этом следует избегать периодов, когда в интернете доминирует одна тема – например, Чемпионат мира по футболу.

Эксперты швейцарской платформы Wemakeit (которая за четыре года работы стала одной из крупнейших в Европе) отметили, что в первые дни после запуска необходимо **проявлять гиперактивность**, успевая «трубить» о своем проекте повсюду: при личных встречах, в социальных сетях и т.д. «Если вы наберете 20-30% нужной суммы в первую неделю, то у вас появятся хорошие шансы на успех».

Помните о комиссиях платформ. Как правило, сайты берут от 3% до 10% от собранной суммы при условии успешного завершения проекта, но есть и такие, которые в любом случае взимают комиссию.

Просите реалистичную сумму, которая соответствует вашим потребностям. По данным сайта Kickstarter, большая часть успешных проектов предполагали сбор менее 10 000 долларов, но все большему числу пользователей удается собрать шести- или семизначные суммы.

Что касается швейцарских платформ, то при краудфандинге с «подарками» для тех, кто перечислил деньги, средняя сумма составляла в 2015 году 5700 франков для культурных проектов (театр, танцы) и 60 000 франков для проектов из категории «технологии и стартапы».

В качестве интересной цели для кампании по сбору средств можно назвать возрождение лыжного курорта Верхний Сен-Бернар (кантон Вале), закрытого в 2011 году по причине банкротства после 20 лет финансовых трудностей. Фелисьен Ре-Белле и Дилан Бергеран,

недавно получившие дипломы специалистов в сфере туризма, создали проект «Lodge 2800», название которого указывает на высоту, на которой расположены пустующие здания курорта, информирует телерадиокомпания RTS. Вначале друзьям необходимы 300 000 франков для оценки состояния станции, чтобы в будущем получить разрешение на строительные работы. После этого им предстоит собрать 13 миллионов на демонтаж старых конструкций и постройку нового комплекса, включающего гостиницу, ресторан и спа-салон.

В заключение напомним, что **не все кампании по сбору средств завершаются успешно**, и стопроцентной гарантии никто не даст. С другой стороны, «многие авторы поначалу провалившихся проектов вскоре находят другие источники финансирования (или добиваются успеха с краудфандингом со второй попытки), так как еще во время проведения кампании их фирмы приобрели определенную известность», - рассказал Максим Паллен.



Добавить комментарий

Пожалуйста, [войдите](#) или [зарегистрируйтесь](#) , чтобы отправить комментарий
