

1.

waarom

Waarom is het belangrijk dat jouw project er komt? En waarom wil je dat met crowdfunding mogelijk maken? Het 'waarom' van je campagne is cruciaal voor de toon en je verhaal. Het helpt je aandacht te trekken, geeft mensen redenen om te steunen en zorgt ervoor dat jouw ambassadeurs je verhaal gemakkelijk kunnen delen. Hier maak je je publiek een deel van jouw creatie en waar makers en waarmakers elkaar vinden

2.

campagne

Breng je campagne terug tot een heldere, begrijpelijke beschrijving die zonder context duidelijk is. Focus hierbij op je crowdfunding-campagne, niet op je volledige creatieve project als dat groter is. Wat wil je precies gaan doen? Voor welk concreet doel heb je het geld nodig?

3.

kosten

Om je doelbedrag te bepalen, is het belangrijk om in kaart te brengen wat je ingeschatte kosten zijn. Dat zijn specifieke kosten om het project te realiseren maar vergeet ook eventuele kosten voor het maken van je crowdfundingfilmpje niet of verzendkosten van je tegenprestaties. Ook de contributie van 100 euro voor voordekunst kun je hier in meenemen.

4.

doelbedrag

Het doelbedrag is het bedrag dat je uiteindelijk wilt ophalen met de crowdfundingcampagne. Deze bepaal je door de ingeschatte kosten in stap 3 te bepalen en daar de fee van voordekunst bij op te tellen. Door deze kosten mee te nemen in je doelbedrag ben je gedekt!

5.

doelgroep

Bij crowdfunding spreken we over de drie cirkels van publieksbereik. Deze cirkels staan voor 3 groepen donateurs en het is slim om deze van te voren in kaart te brengen zodat je weet wie je tijdens de looptijd van jouw campagne kunt gaan bereiken.

1. Family: Al jouw vrienden, familie en trouwe fans.
2. Friends: De mensen in je mailinglist, sociale media of buurtapp. Personen die je kent, maar misschien niet dagelijks spreekt.
3. Future fans: De mensen die je uiteindelijk wilt bereiken; het nieuwe publiek.

6.

promotie

Welke kanalen kun jij allemaal inzetten om de drie cirkels van publiek te bereiken? Denk bijvoorbeeld aan verschillende Whatsappgroepen, jouw sociale media of misschien juist offline mogelijkheden zoals de plaatselijke buurtbarbecue of een evenement waar je je werk toont. Gebruik deze stap om te brainstormen en de mogelijkheden op papier te zetten.

7.

jouw campagne in 1 zin

Beschrijf je campagne kort, enthousiast, duidelijk en volledig. Hoe concreter, hoe beter. Zowel voor jou als je donateurs. Het is handig om je campagne in één zin te kunnen uitleggen. Een samenvatting die uitlegt en prikkelt. Zodat donateurs jouw crowdfundingcampagne gaan delen.

hulp nodig?

Heb je hulp nodig bij het opzetten van jouw campagne? Geen probleem!
Boek een spreekuur bij voordekunst.

Of stuur een e-mail naar
info@voordekunst.nl



voordekunst

canvas

Denk jij na over het starten van een crowdfundingcampagne? Dit canvas helpt jou op weg!

Aan de hand van dit handige document start je met de bouwstenen van jouw campagne. Zo denk je onder andere na over waarom je een crowdfundingcampagne gaat voeren, voor welk concreet doel jij geld op gaat halen en hoe je daar het juiste doelbedrag aankoppelt. Ook start je met het in kaart brengen van jouw doelgroepen en promotiemogelijkheden.

Alles voor een vliegende start!



www.voordekunst.nl



1.

waarom

[illegible]

2.

campagne

[illegible]

3.

kosten

	€
	€
	€
	€
	€
	€
	€
	€
	€
	+
Totaal ingeschatte kosten	€

5.

doelgroep

family

friends

future fans

4.

doelbedrag

Neem de kosten van voordekunst mee in je algemene kosten om zo tot je doelbedrag te komen!

ingeschatte kosten project



+ 7% fee voordekunst



+ 21% btw over 7% fee



doelbedrag



6.

promotie

7.

campagne in 1 zin
