

История. История. История

Краудфандинг-платформы были созданы, чтобы рассказывать истории. Кто угодно может продать продукт с полки. Но многие ли могут продать то, чего ещё нет? Только те, кто умеют привлекать наше внимание своими историями. Познакомьте людей с собой и вашей идеей. Откуда она появилась? Как вы планируете изменить мир вокруг?

Первый домашний робот JIBO появился от семьи, которой надоело возиться с технологиями. Tile обещает, что используя их чипы для быстрого поиска вещей, у вас появится время, чтобы найти ещё что-то важное, вроде супруга. Хороший рассказ умеет продавать ничем не примечательные безделушки в 50 раз больше. Что он сделает для вас?

Помощь профессионалов

Инструменты, с помощью которых доносится история, у всех одинаковые, но от того, как удачно вы их используете, и зависит успех. На мой взгляд, есть вещи, которые стоит оставить для профи.

Создание видео. Первое, что делают люди, зайдя на страницу вашей кампании, — смотрят видео. Мой совет: не экономьте на нём. Найдите студию, которая занимается исключительно созданием видео и умеет делать эмоциональные поддачи, а также красиво их упаковывать. Сложно рассказывать о самом себе, еще сложнее — выглядеть хорошо, делая это.

PR-кампания. Органический трафик со страницы вашей кампании вряд ли превысит 10% добычи от успешной рекламной кампании, поэтому ей должны заниматься правильные люди.

Маркетинг. Найдите маркетинговую команду, которая понимает технический маркетинг и то, как создавать привлекательный пользовательский опыт от вашего сайта. Он должен стать транспортным узлом вашей кампании. Отлично, если они ориентируются исключительно на краудфандинг-кампаниях.

Адекватный рекламный бюджет

Чтобы начать, у вас должно быть не менее \$50 тысяч. Дать людям почувствовать себя эмоционально связанным с вашим продуктом — минимальное требование для успеха. Реклама — единственное, что позволит точно добиться этого.

Потратьте первые \$50 тысяч, получив новые знания. Тестируйте различные средства массовой информации и каналы рекламы. При наличии по-настоящему хорошего продукта и продолжительном старании, вы дойдете до точки, когда получится тратить ровно столько, сколько должны тратить на одного покупателя, чтобы получать долгосрочные деньги. Слышите это гудение? Это звук работы вашей первой бесконечной денежной машины. Не волнуйтесь, скоро привыкнете.

Витрина

Если вы еще не поняли, мы говорим о краудфандинге не просто как о кампании. Это новый способ продать ваш продукт. Не воспринимайте Kickstarter как одноразовую возможность. Используйте сервис как витрину, ещё одну площадку. Принимайте здесь заказы, возьмите под контроль то, как вы рассказываете истории. Наличие собственного сайта, с которого также идут продажи, совсем не проблема.

Как только кампания завершена, вашей команде необходимо перевести максимальное количество трафика на сайт.

Неординарность

Как я уже сказал, все работают с одинаковыми инструментами. Тем не менее, некоторые умудряются работать с ними так, как никто раньше. Преувеличение, странность — это то, что может вас отличить от других.

Теперь возможно создавать продукт и развивать клиентскую базу одновременно. Краудфандинг позволяет разрабатывать прототипы революционных устройств у себя в гараже, при этом общаясь с миллионами будущих клиентов, от которых можно заранее узнать, от чего они будут в восторге.

Это то, как мы создаем (продукты и пользователей) сегодня. И толпа ликует.

КОМПЕТЕНТНОЕ МНЕНИЕ:

Анастасия Комарова, INFOBTL - первый образовательный проект для BTL'щиков, основатель

<<Краудфандинг действительно удивительная вещь! Совсем недавно узнала об этом направлении, но уже активно слежу за развитием и поддерживаю проекты! В России 2 известных и популярных сервиса краудфандинга: Планета и Бумстартер. На обеих очень интересные проекты! Сейчас мы планируем тоже запустить краудфандинговый – для реализации благотворительного проекта – открытия в Химках молодежного центра, куда смогут приходить подростки и молодежь, бесплатно проводить время, посещать различные тренинги, лекции и мастер-классы, а также под кураторством взрослых наставников придумывать и реализовать собственные общественные, благотворительные, политические и бизнес-идеи.>>