

# “Hoe maak ik een succesvolle crowdfunding campagne”?

---

Ben je van plan om een crowdfunding campagne op te starten? En kun je wel wat hulp gebruiken?

Om je op weg te helpen, geven we je op basis van *best-practices*, aangetoonde factoren die het succes van je crowdfunding campagne vergroten.

## Aansprekend verhaal

Mensen investeren graag in een aansprekend verhaal achter het idee of product. De kracht van crowdfunding ligt bij het feit dat dit soort projecten een hoge gun-factor hebben. Donateurs of investeerders zullen zeker niet in eerste instantie investeren in je project vanwege het hoge rendement. Ze doen het omdat je met passie kunt vertellen over je idee en dit aansluit op de belevingswereld van de investeerder.

Zorg daarom voor een inspirerend verhaal, dat eenvoudig door te vertellen is en waar personen ‘warm’ van worden.

1. Er moet een leuk verhaal te vertellen zijn dat de GUN en FUN(d) factor verhoogt;
2. Een ijzersterke pitch om je initiatief neer te zetten;
3. Goede onderbouwing geven waarom je doet wat je doet;
4. Een bekende persoon inzetten waarmee mensen zich kunnen identificeren.
5. Het dient een initiatief te zijn waartoe mensen zich aangetrokken voelen;
6. Het initiatief roept een gevoel op dat je iets mede mogelijk maakt wat heel bijzonder is.

## Communicatie

Als je een project plaatst op een crowdfunding-platform met de verwachting dat het geld wel zal binnenstromen, kom je bedrogen uit. Een van de belangrijkste regels bij crowdfunding **is dat investeerders niet naar het platform komen om te investeren, maar voor een specifiek project**, nadat ze hier iets over gezien of gehoord hebben.

Daarom is het extreem belangrijk om zoveel mogelijk van je eigen bestaande netwerken in te zetten en van je investeerders je ambassadeurs te maken. Hou ze tijdens het proces op de hoogte van de voortgang, vraag ze om hulp/ondersteuning om het project onder de aandacht te brengen en maak het zo eenvoudig mogelijk om je verhaal verder te verspreiden.

Dit kan door je informatie deelbaar te maken via social media en door regelmatig updates rond te sturen.

Een handige tip is om er voor te zorgen dat je bij de start van je project al direct je eerste investeerders (bijvoorbeeld familie en vrienden) klaar hebt staan om de eerste investeringen te doen. Dit geeft al direct een positieve uitstraling aan je project en andere personen investeren eerder aan een succesvol project dan aan een project wat al een tijdje onder de 5% financiering blijft hangen.

Vergeet ook niet om het project offline te promoten!

Hoewel je via social media een groot bereik kunt hebben, het grootste deel van de Nederlanders zul je daarmee nog steeds niet bereiken. En wanneer je persoonlijk je verhaal doet bij bijeenkomsten, sportclubs of op andere locaties, dan komt dit een stuk authentieker over. Hiermee kun je ook veel beter je passie overbrengen op je potentiële donateurs.

7. Een inspirerend filmpje waarin je het verhaal vertelt;
8. Promotie via een eigen website;
9. Het verhaal vertellen aan de mensen die je in verenigingsverband, in het café e.d. ontmoet;
10. Voldoende materiaal hebben wat je deelt met de community;
11. Regelmatige communicatie;
12. Maak helder hoe de community je kan helpen bij het communiceren over het project;
13. Inzetten van een zo groot mogelijk netwerk;
14. Mobiliseren van de eerste cirkel rondom je eigen netwerk;
15. Activeren van deze eerste cirkel om hun eerste cirkel te benaderen;
16. Toevoegen van fans aan je projectteam.

## Timing

Het lijkt zo aanlokkelijk om een half jaar uit te trekken om het benodigde bedrag in te zamelen. In de praktijk blijkt echter dat hoe korter je voor de doorlooptijd van het project uittrekt, des te hoger de kans is dat je project succesvol gefinancierd wordt.

Op basis van de duizenden geslaagde en niet geslaagde projecten is een analyse gemaakt van het belang van een korte doorlooptijd bij projecten. De kans dat je project gefinancierd wordt neemt af van 45-60% (bij projecten die maximaal 30 dagen uittrekken voor het binnenhalen van financiering) tot 25% voor projecten die de maximale termijn gebruiken die mogelijk is (120 dagen).

17. Korte doorlooptijd;
18. Maak de urgentie helder;
19. Communiceer al voor je jouw campagne start dat je financiering zoekt voor je initiatief;
20. Indicatoren of het gaat lukken in de gaten houden. Vlak na de opstart van de campagne en vlak voor de sluiting van je campagne wordt het meeste geld gestort.

## Organisatie

Vergeet gelikte commerciële types die met strakke grafieken hun businessplannen tonen. Het best werkt de authentieke clip van de buurjongen die een briljant idee heeft, nog niet precies weet hoe hij het gaat doen, maar wel de passie en de ‘brains’ heeft om het te realiseren. En daarom ook al een proof-of-concept heeft om te tonen: hij weet waar hij het over heeft.

21. Werk samen met een professionele accountant;
22. Werk met een goed uitgewerkt plan;
23. Borg goede interactie middels een proactieve houding;
24. Ontwikkel samen met de (potentiële) deelnemers je plan en je campagne, zodat je meteen zicht krijgt of er een markt voor je initiatief is;

## Wat vooral niet te doen?

Wat zijn nu de meest gemaakte fouten, bij het maken en aanbieden van een crowdfunding campagne?

- Een project online zetten en **wachten** tot het geld binnenkomt;
- **Vergeeten**. Neem je crowd niet voor lief. Als iemand wat voor je doet, vergeet hen dan niet - al dan niet publiekelijk - in het zonnetje te zetten en houd contact.
- **Doelgroepen** identificeren en je vooral daar op richten. Dit kan een aanvulling zijn, maar een campagne begint meestal met je eigen netwerk; stap op hen af!
- **Vaag**. Vraag het publiek liever niet om geld voor “vage” activiteiten als marketing, training en consultancy.
- **Gelikt**. Maak geen te gelikte filmpjes met strakke statistieken, stropdassen en reclameslogans. Vertel je verhaal zelf, zonder al te veel opsmuk.
- **Bloedserieus** zijn werkt niet bij crowdfunding. Heb plezier, dat doet je crowd immers liefst ook!

Genoeg tips & leuke ideeën om je campagne vorm te geven!  
Mis je nog inspiratie of heb je gedetailleerde vragen over je project?

Neem contact op met The Dutch Deal via [contact@thedutchdeal.nl](mailto:contact@thedutchdeal.nl) en wij helpen je graag verder.