



Краудфандинг – мощь народного финансирования



Объединяя финансовые возможности большого числа людей, каждый из которых жертвует небольшую сумму, краудфандинг реализуется благодаря силе коллектива.

© SFC/Shutterstock

Колин Уэйррайт решила сделать себе необычный подарок ко дню рождения. Она поставила перед собой задачу собрать за 50 дней 50 000 долларов в пользу WriteGirl! – базирующейся в Лос-Анджелесе некоммерческой организации, содействующей развитию творческих способностей у девочек.

И ко дню рождения она сумела собрать 61 517 долларов. Как ей это удалось? Она воспользовалась схемой краудфандинга – народного финансирования, объединяющего финансовые ресурсы большой группы людей.

Что такое краудфандинг?

Краудфандинг (англ. crowdfunding), или народное финансирование, – это практика привлечения к финансированию того или иного проекта больших групп людей, как правило, через интернет. Сбор денежных средств подпитывается энтузиазмом пользователей социальных сетей, которые решили, что данный проект для них полезен.

Ранее к краудфандингу прибегали в основном добивающиеся признания художники, артисты и музыканты для финансирования своих творческих начинаний. Теперь же им широко пользуются не-профиты и стартапы. Для этого создано множество веб-сайтов, которые дают возможность любому автору идеи собрать деньги у других людей, а также облегчают выход на традиционных частных инвесторов и инвестиционные учреждения.

Как это работает?

Существует два механизма краудфандинга: сбор пожертвований и выпуск ценных бумаг.

Первый способ предусматривает принятие небольших денежных взносов в обмен на различные виды вознаграждения. Например, музыкант, собирающий средства на сессию звукозаписи, может предложить в обмен на небольшое пожертвование экземпляр своего будущего альбома, а за более существенное

пожертвование – приглашение на частный концерт.

В случае с выпуском ценных бумаг соискатели предлагают делать более крупные платежи в обмен на долю собственности или будущие доходы. Н если в США порядок краудфандинга путем выпуска ценных бумаг пока еще не оформлен законодательно, в Европе и некоторых странах Азии широко применяются обе модели.

Независимо от механизма краудфандинга веб-сайты работают по одной и той же схеме: соискатели публикуют профили с описанием проекта, а пользователи вкладывают в них средства, если проект их заинтересовал.

Например, одна девушка изобрела наручные часы для слепых. Инвесторов найти ей не удалось, и она выходит на сайт краудфандинга Kickstarter или IndieGoGo.

На веб-сайте она создает профиль, в котором описывает свой проект, указывает его цели, заявляет объем необходимого финансирования и рассказывает, на что именно будут расходоваться средства. Кроме того, она оговаривает вознаграждение для потенциальных спонсоров и возможные сроки его получения, рассказывает о себе, о том, почему она решила заняться данным проектом и почему она считает себя подходящим кандидатом для его реализации.

После создания страницы профиля девушка запускает маркетинговую кампанию, начиная с социальной сети, в которой она состоит. Она рассылает друзьям и родственникам электронные письма со ссылкой на страницу профиля. Широкий охват кампании достигается за счет использования таких социальных медиа-платформ, как Facebook и Twitter. Вскоре ее страницу начинают посещать люди, не входящие в круг ее прямых контактов. Они узнают о ней, о проекте и о вознаграждении, после чего принимают решение об инвестировании.

На этом этапе различные веб-сайты начинают работать по-разному. Некоторые службы, такие как Kickstarter, выдают соискателю деньги только в том случае, если собранная сумма оказалась не меньше некоторого заявленного значения. Другие, например, IndieGoGo или GoFundMe, выдают любую собранную сумму, но взимают комиссию. Соискателю нужно решить, какой веб-сайт ему лучше подходит.

Ключи к успеху

Вот несколько рекомендаций, выполнение которых обеспечит успех кампании по сбору средств:

- **Правильно определяйте сроки:** Кампания должна быть достаточно продолжительной, чтобы набрать темп и обеспечить массовость, но достаточно быстрой, чтобы не лишиться доверия потенциальных инвесторов. Например, по статистике Kickstarter, наиболее успешным является краудфандинг со сроком сбора пожертвований не более 30 дней.
- **Грамотно составляйте бюджет:** Обдумайте минимально необходимый объем средств. Установите для себя, какую часть средств вы будете привлекать путем краудфандинга. Не забудьте учесть расходы на производство, изготовление, оплату труда, стоимость упаковки и транспортировки.
- **Разработайте эффективную систему поощрения:** Придерживайтесь принципа минимизации затрат при максимизации ценности для потенциального инвестора. При этом способ поощрения должен логически вытекать из тематики проекта. Можно предусмотреть от трех до пяти уровней вознаграждения в зависимости от суммы взноса.
- **Добавьте видеопрезентацию:** На веб-сайте IndieGoGo страницы с видеопрезентациями собирают на 114 процентов больше средств, чем без них.

Краудфандинг снижает зависимость предпринимателей от традиционных инвесторов. ©Jupiter Images/ Thinkstock



ПОПУЛЯРНЫЕ ОНЛАЙН-РЕСУРСЫ

Собираете ли вы средства на реализацию своих творческих замыслов или на восстановление после стихийного бедствия, к вашим услугам широкий выбор веб-сайтов для краудфандинга:

Appbackr помогает разработчикам приложений для мобильных телефонов наладить контакт со спонсорами и дистрибьюторами.

Catapult поддерживает проекты по расширению возможностей самореализации женщин и девочек.

Fundable помогает малым бизнесам и стартапам.

GoFundMe специализируется на сборе средств на личные нужды, например, на получение высшего образования.

IndieGoGo позволяет любому человеку в любой точке мира организовать сбор средств на любые цели.

Kickstarter позволяет художникам, артистам, музыкантам и антрепренерам из США и Великобритании собирать средства на реализации своих творческих проектов и готовится распространить свою деятельность на другие страны.

Kiva борется с бедностью путем предоставления микрокредитов.

Razoo помогает собирать средства некоммерческим и благотворительным организациям.

RocketHub размещает материалы компаний по финансированию проектов в сфере искусства, бизнеса, науки и удовлетворения социальных нужд.

- **Обновляйте информацию:** Постоянно информируйте своих спонсоров о ходе кампании. Это позволит увеличить их вовлеченность в проект и стимулировать распространение информации среди других потенциальных инвесторов.
- **Выражайте признательность своим вкладчикам:** Рассылайте им письма с благодарностью по электронной почте или публикуйте их имена на своей странице.