



Падрыхтоўка краўд-праекта

Гэта пакрокавы план, які дапаможа падрыхтавацца да запуску праекта. Яго можна чытаць паслядоўна або звяртацца да асобных раздзелаў, калі вы рыхтуеце праект. Вам спатрэбіцца бланк або нататкі на камп'ютары, каб фіксаваць свае адказы і ідэі ў працэсе.

Крок 1. Ідэя ≠ праект

Для таго, каб ваш праект меў высокія шанцы на паспяховае завяршэнне, неабходна дакладна разумець унікальнасць вашай ідэі, чым яна адрозніваецца ад сотняў іншых прапаноў, хто ваша мэтавая аўдыторыя і як з гэтай аўдыторыяй лепш камунікаваць. Важна папрацаваць над правільнай падачай вашай ідэі. Гэта тое, што вы таксама зможаце выкарыстаць у апісанні праекта і ў яго прасоўванні.

Задача: ператварыць ідэю ў зразумелую і ўнікальную прапанову.

1. У чым сутнасць вашага праекта? (5–7 сказаў)
 2. Скараціце апісанне да 3 сказаў
 3. Якую праблему вы вырашаеце?
 4. Хто ваша мэтавая аўдыторыя? Не апісвайце аўдыторыю шырока – не існуе такіх прадуктаў, якія патрэбныя абсалютна ўсім. Паспрабуйце сегментаваць яе па [метадзе 5W](#).
-

Крок 2. Выбар платформы

Даследуйце розныя краўдфандынг-платформы і выберыце найбольш прыдатную для вашага праекта.

Параўнайце мінімум 3 платформы па наступных крытэрыях: умовы запуску, камісія, мадэль працы, напрамак працы, даступныя краіны.

Крок 3. Падрыхтоўка праекта

Пачніце падрыхтоўку вашага праекта да запуску на абранай платформе.

Распрацуйце чарнавік праекта, які ўключае апісанне, мэты, бюджэт, лоты і тэрмін збору (калі ёсць).

Апісанне праекта

Гэта прэзентацыя вашай ідэі, мэта – прадставіць прадукт так, каб яго захацелі набыць.

Карысныя парады:

- **Вучыцеся на прыкладах.** Вывучэнне прыкладаў якаснага афармлення праектаў натхніць вас, падштурхне на добрыя ідэі і дасць разуменне таго, якой вы захочаце бачыць старонку свайго праекта на сайце.
- **Рабіце акцэнт на самых важных, моцных і ўнікальных уласцівасцях прадукту.** Праект павінен выглядаць максімальна прывабным у вачах патэнцыйных спонсараў. Дайце адказ на пытанні: якія праблемы вырашае гэты прадукт, у чым

яго ўнікальнасць, для каго ён, якія функцыі выконвае.

Раскажыце, чаму гэты праект круты і яго варта падтрымаць.

- **Для ключавой інфармацыі выкарыстоўвайце графіку.**

Лепш за ўсё людзі рэагуюць на выявы.

- **Не перагружайце праект лішняй інфармацыяй.** Для дадатковай інфармацыі лепш выкарыстоўваць спасылкі.

Крокі па стварэнні прэзентацыі праекта:

1. Набрасайце структуру апісання: тое, пра што хочаце расказаць, і ў якой паслядоўнасці.
2. Напоўніце структуру тэкстам. Але памятайце, што ён павінен быць максімальна тэзісным і лаканічным.
3. Пазначце самую важную і значную інфармацыю – гэта тое, што лепш дапоўніць выявамі, графікай або фотаздымкамі.

Прэзентацыя = тэкст + графіка або фота + відэа

Тэкст

Ідэальны тэкст – граматны, кароткі, структураваны. Паспрабуйце расказаць пра праект так, як казалі б пра яго сябру. Пры гэтым не забывайце, што задача апісання застаецца ранейшай: даць поўнае ўяўленне пра прадукт.

Магчымая структура:

- **Аб ідэі і прадукце.** Агульнае апісанне (да 50 слоў).
- **Унікальнасць вашага прадукту.** У чым унікальная ўласцівасць або функцыя вашага прадукту? Што выдзяляе яго на фоне аналагаў або падобных прадуктаў? Вызначце ваша пазіцыянаванне лаканічна і зразумела.

- **Доказ унікальнасці.** Складзіце спіс функцыянальных і эмацыйных пераваг, якія пераканаўча даказваюць вызначанае вамі пазіцыянаванне.
- **Дызайн або тэхнічныя характарыстыкі.** Апісанне і дэманстрацыя знешняга выгляду прадукту, матэрыялу і яго ўласцівасцяў, памеру, колеру і яго тэхнічных характарыстык. Гэта дапаможа вашай аўдыторыі максімальна добра ўявіць ваш прадукт.
- **Каманда (або апісанне брэнда).** Пазнаёмце з камандай, коратка раскажыце пра сябе або ваш брэнд. І не забудзьцеся пакінуць кантакты і спасылкі на сацыяльныя сеткі.

Графіка

Гэта фотаздымкі, малюнкi, інфаграфіка, якія вы можаце выкарыстоўваць у праекце для лепшага разумення вашага праекта або прадукту.

Карысныя парады:

- **Вызначце самую важную і ключавую інфармацыю ў праекце – гэта тое, што лепш прадставіць графічна.** Напрыклад, знешні выгляд прадукту, яго характарыстыкі, спіс лотаў, фота каманды.
- **Выкарыстоўвайце арыгінальную графіку.** Выявы, здабытыя з пашукавіка, не падыдуць. Не забывайце, што чужыя фотаздымкі могуць быць абаронены аўтарскім правам.
- **Пазбягайце няўдалых колеравых спалучэнняў і мноства шрыфтоў.**
- **Праверце таксама памер вкладки і фармат выявы – могуць быць абмежаванні ў платформах.**

Відэа

Відэа ў праекце грае важную ролю, бо стварае эмацыйны кантакт з патэнцыйным спонсарам, дае магчымасць пазнаёміцца з вамі, вашай камандай і праектам.

Карысныя парады:

1. **Відэа можна зрабіць самастойна.** Каб запісаць ролік, вам спатрэбіцца тэлефон, штатыў і добрае асвятленне.
2. **Каб запісаць якасны гук, дастаткова мікрафона-петлічкі.** Яго можна ўзяць у арэнду.
3. **Аптымальная працягласць роліка – 60 секунд.**

Бюджэт праекта

Павінен у першую чаргу зыходзіць з сумы, якая патрэбна для рэалізацыі вашага праекта. **Бюджэт складаецца з:**

- кошту рэалізацыі праекта (вытворчасць прадукту, арэнда памяшкання, выдаткі на прасоўванне праекта і інш.);
- дадатковых выдаткаў (узнагароды, аплата працы прыцягнутых спецыялістаў, іншыя выдаткі па правядзенні кампаніі);
- камісіі платформы і плацежнай сістэмы;
- падаткаў.

Праслічыце бюджэт праекта і пазначце яго ніжэй.

Агульная сума для збору: _____

Лоты

Гэта ўзнагароды вашым спонсарам за іх фінансавую падтрымку. Не для ўсіх платформаў гэта абавязкова (глядзіце ўмовы працы платформ і іх мадэлі працы).

Калі ваш праект прадугледжвае ўзнагароды, складзіце спіс з 5–7 лотаў – кошт + назва + што прапануеце:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.

І памятайце, што цэны лотаў павінны быць канкурэнтнымі і не павінны быць завышанымі.

Крок 4. План прасоўвання

Пачніце падрыхтоўку плана прасоўвання вашага праекта. Важна гэта зрабіць да запуску, каб потым вам было прасцей ісці па плане і не губляць каштоўны час (асабліва калі ў праекта ёсць тэрмін).

1. **Падрыхтуйце план прасоўвання і стварыце старонкі ў сацыяльных сетках пры неабходнасці.** Можце выкарыстаць [шаблон](#) (яго можна капіраваць і захоўваць сабе на Google Disk), які дапаможа вам у структураванні плана.
2. Калі ў вашым плане прасоўвання ёсць медыя, **напішыце прэс-рэліз.** Падрыхтуйце агульны шаблон, у якім будзе асноўная

інфармацыя аб праекце і самыя важныя моманты: што, навошта, калі, дзе. Не забудзьцеся пазначыць унікальныя ўласцівасці прадукту – унікальныя якасці або рашэнне праблемы. Будзе выдатна, калі вы таксама адаптуеце тэкст і асноўныя моманты для кожнага з тэматычных СМІ.

Выніковы чэк-ліст перад запускам

- ☐ Ідэя апісана – вы дакладна разумеете ўнікальнасць праекта і яго каштоўнасць.
- ☐ Абрана платформа.
- ☐ Падрыхтавана апісанне, фота, відэа (калі прымяняецца).
- ☐ Пралічаны бюджэт і распрацаваны лоты.
- ☐ Складзены план прасоўвання праекта.