

VANACCO
CROWDFUNDING CONSULTANT

impuls >
fundraising

Valentí Acconcia
Redes | web: vanacco



¿Quién soy?

Dedicado al
crowdfunding
desde el
2011

+495.000€
recaudados

+100
campanas
asesoradas

El 100%
más rápido
de verkami

Fundador
de la cuarta
plataforma
2011-2014

Autor de
“Las 20 reglas
de oro del
crowdfunding”



Temario del curso

Qué es el
crowdfunding
y tipología

Del
consumidor
al
presumidor

Inversión
tradicional
o
crowdfunding

Casos de
éxito

Las 20
reglas de
oro del
crowdfunding

Conclusiones

¿Qué es el **crowdfunding**?
Tipos de crowdfunding



El crowdfunding moderno es la **financiación colectiva** de proyectos a través de Internet.

- **Colectiva** (Pebble: +68.000 mecenas).
- **Internet** (Marillion 1997).
- Primeras **plataformas** 2003 (ArtistShare).
- El **líder** nace en el 2009: Kickstarter.
- Quien financia recibe un **retorno**.



¿Qué no es el **crowdfunding**?

- X** No es un tipo de crédito o préstamo.
- X** No es “pedir” dinero.
- X** No es fruto del altruismo de la gente.
- X** No es dinero fácil.



Estructura de una
campaña de **crowdfunding**.



PRESUMIRÁS DE MANO IZQUIERDA

Zuadernos: Cuadernos para zurdos

← Anterior

Siguiente →

Descripción del proyecto

¡Exitazo Zurdo! Nuevo objetivo: 10.000€



A 9 días del lanzamiento de la campaña, **hemos superado el 200% del objetivo**. Estamos abrumados, emocionados y muy ilusionados con la acogida que están teniendo los **Zuadernos**.

Gracias a nuestros 400 mecenas, todos los **Zuadernos** producidos para las recompensas ya han pasado a tener el doble de páginas, ¡un total de 192!

Viendo que aún quedan 30 días de campaña, **establecer un nuevo OBJETIVO AMPLIADO DE 10.000€**.

© Valentí Acconcia 2015

precio

Zuadernos: Cuadernos para zurdos

CONTRIBUCIÓN DE 9.879€ DE 2.500€

Presumirás de mano izquierda. Imborrable ha desarrollado cuadernos específicamente para zurdos; los Zuadernos. Gracias a su interior pueden escribir con la mano izquierda de una forma natural y cómoda, sin forzar la muñeca y evitando las características manchas de tinta sobre la palma.

Una idea de: [Imborrable](#)
Creado en: [Madrid](#)

[44 preguntas](#) [6 actualizaciones](#)

¡Gracias!
Esta campaña de crowdfunding terminó el 5 de Julio de 2015.

Aportando 5€

15 MECENAS

1 Elástico Sujetabolígrafos de Imborrable

> Esta aportación es un EXTRA a incluir a tu recompensa, ya que por sí sola no incluye envío.

Aportando 5€

8 MECENAS

Envíos con destino Baleares de 1 a 5 Zuadernos

Servicio de envío certificado a ISLAS BALEARES de 1 a 5 Zuadernos.

> Esta aportación es un EXTRA a incluir a tu recompensa sólo en el caso de que necesites que hagamos un envío a las islas Baleares, deberás realizar 2 aportaciones, la de la recompensa y ésta también.



662

MECENAS

9.879€

CONSEGUIDOS (DE 2.500€)



¡Gracias!

Esta campaña de crowdfunding terminó el 5 de Julio de 2015.



Proyecto destacado

por [Ràdio Sabadell](#)

Blog del proyecto (6)



29.06.2015

¡Últimos días de campaña!

Ya sólo quedan 6 días para que finalice la campaña el próximo 5 de julio y ¡estamos...

[leer más](#)



Autor del proyecto



Imborrable

Somos una firma de "Papelería de Diseño sostenible" afincada en Madrid. Nos encanta el papel, el diseño y jugar con ambos! Como auténticos fanáticos suyos, soñamos con crear la libreta de trabajo perfecta. ...

[Leer más](#)

Imborrable tiene **0 proyectos más** en verkami. Puedes encontrar más información en <http://www.imborrable.es>



Comparte el proyecto con tus amigos

Utiliza el widget

Es la manera más fácil de mostrar un resumen del proyecto en tu blog o página web.


 [Publica el widget](#)

Comparte el link

Envía o publica esta dirección para que más gente pueda llegar a esta página.

<http://www.verkami.com/locale/es/project>

[Share on Facebook](#) 

[Share on Twitter](#) 

[Send by email](#) 

Preguntas y respuestas⁽⁴⁴⁾

Hice dos pedidos distintos en diferente fecha.... ¿Los recibiré también por separado?

hecha por Aurora Romero

Hola Aurora,

No, recibirás tus pedidos de una ;-)

respondida por [lmborrible](#) 8 horas atrás



¿Cómo funciona el **crowdfunding**?

- Sistema **todo o nada** -

- ✓ Hay que llegar al 100% del objetivo.
- ✓ Si se consigue se recaudan fondos.
- ✓ Si no se consigue no se recauda nada.
- ✓ Sólo si se consigue hay retornos.



¿Cómo funciona el **crowdfunding**?

- Sistema **todo cuenta** -

- ✓ No es obligatorio llegar al 100%.
- ✓ Siempre se recaudan fondos.
- ✓ Siempre debe haber un retorno.
- ✓ Válido para determinados proyectos.



Hay 5 tipos de crowdfunding según la contraprestación (o retorno) que reciben quienes aportan los fondos.

- Crowdfunding de **recompensa**.
- Crowdfunding de **inversión**.
- Crowdfunding de **préstamo**.
- Crowdfunding de **donación**.
- Crowdfunding de **donación** a través de **recompensas**.



Plataformas de crowdfunding de
recompensa.

KICKSTARTER

 **INDIEGOGO**



 **GOTEIO**

 **INDIEGOGO.**

verkami



Plataformas de crowdfunding de **inversión**.





Plataformas de crowdfunding de **préstamo**.

 **LendingClub**

 **KIVA**
Loans that change lives

 **Arboribus**
Conectando empresas e inversores



Plataformas de crowdfunding de **donación**.





Plataformas de crowdfunding de **donación** **por recompensa.**





Sólo mecenas? En inglés se habla de “funder”, “pledger”, o “backer”...

- Crowdfunding de recompensa: **mecenas**.
- Crowdfunding de inversión: **inversor**.
- Crowdfunding de préstamo: **prestamista**.
- Crowdfunding de donación: **donante**.



Sólo donaciones? Según la consideración fiscal del sujeto receptor de los fondos y del tipo de crowdfunding hablamos de...

- CF de recompensa: **venta**.
- CF de inversión: **inversión**.
- CF de préstamo: **préstamo**.
- CF de donación: **donación**.

Crowdfunding y fase de negocio





¿Qué costes hay en **crowdfunding**?

- ✓ 5% de comisión de plataforma.
- ✓ 3% de comisión de sistema de pago.
- ✓ Extras en crowdfunding de inversión.
- ✓ Sólo se paga si se recauda.



¿Qué fases hay en una campaña de **crowdfunding**?

- ✓ Fase **planificación**.
- ✓ Fase de preparación o **precampaña**.
- ✓ Fase de **campaña**.
- ✓ Fase de **poscampaña**.



4 acciones en la fase de **planificación**

- ✓ Plantear **estrategia de comunicación.**
- ✓ Plantear **estrategia de recaudación.**
- ✓ Realizar el **diseño de campaña.**
- ✓ Distribución de tareas en el **equipo.**



4 acciones en la fase de
preparación o precampaña

- ✓ Contactos **previos del círculo FFF.**
- ✓ Contacto **previo con colaboradores.**
- ✓ Actos de **presentación de campaña.**
- ✓ Preparación de notas de **prensa.**



4 acciones en la fase de **campaña**

- ✓ Seguimiento de **métricas de campaña**.
- ✓ Intensa **comunicación**.
- ✓ **Actualizaciones** de campaña.
- ✓ **Mejoras** de campaña.



4 acciones en la fase de **poscampaña**

- ✓ Mantener viva la **comunidad**.
- ✓ Producir las **recompensas o retorno**.
- ✓ Recibir **feedback**.
- ✓ Entregar las **recompensas o retorno**.

El consumidor **ha muerto**



VANACCO





Antes de que el producto se produjese en serie.

- +68.000 **personas**.
- +10.200.000 dólares a través de **Internet**.
- +15.500 **comentarios** en la web.









Antes de que el producto se produjese en serie.

- +63.000 **personas**.
- +8.500.000 dólares a través de **Internet**.
- +29.500 **comentarios** en la web.

¡Bienvenido **presumidor!**





WOW - You have done it!!!
Vote for the 4th color on facebook until the end of the campaign!



Mark1 Prototype Model

\$2.9k ✓
Stretch Goal 1: Second color
Choose between black and white 

\$4.5k ✓
Stretch Goal 2: MicroSD Card slot
Every GameStick gets a MicroSD Card slot 
Up to 32 GB, Card not included

\$5.6k ✓
Stretch Goal 3: Four colors
We add red as a choice plus you get to vote on a fourth color at facebook.com/GameStickNews 



**KICK
STARTER**
SPECIAL EDITION



Crowdfunding vs. Inversión tradicional



Antes



Ahora





¿Qué ventajas tiene el **crowdfunding**?

- ✓ **Valida** vs. no se ha vendido.
- ✓ Depender **de uno mismo** vs. no.
- ✓ Genera **comunidad** vs. desde 0.
- ✓ **Comunicas** vs. inviertes.
- ✓ Completar **equipo** vs. nóminas.
- ✓ **Vendes** vs. ¿venderé?



¿Es complementario el **crowdfunding** con otras vías de financiación?

Pebble Raises \$15 Million From Charles River Ventures

[Tweet](#) 1 [Like](#) 0 [Share](#) [G+](#) 0

May 17, 2013 @ 10:22 am By Charles Luzar

Pebble has [joined Ouya](#) in raising \$15 million in venture capital after a hugely successful Kickstarter campaign. In Pebble's case, the round was led by Charles River Ventures and partner George Zachary. Zachary said this was the largest Series A he has ever participated in.



Oh, the irony. Pebble took to Kickstarter after being rejected by numerous VCs. They found it a bit easier to secure financing with tens of thousands of preorders and the most successful Kickstarter campaign of all time under their belt. They closed their campaign a year ago with \$10.2 million pledged, representing preorders of over 70,000 units.

Ouya raises \$15M from Kleiner Perkins and Mayfield and delays launch

May 9, 2013 2:30 AM
Dean Takahashi



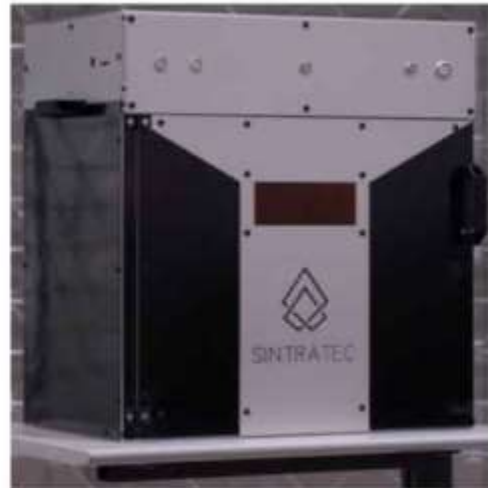
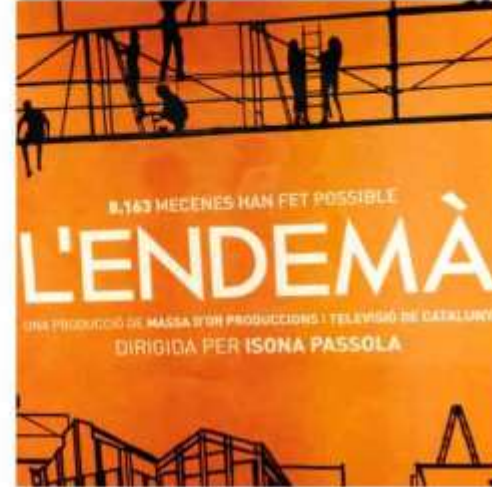
If you're not reaching, engaging, and monetizing customers on mobile, you're likely losing them to someone else. Register now for the [8th annual MobileBeat](#), July 13-14, where the best and brightest will be exploring the latest strategies and tactics in the mobile space.



Casos de éxito

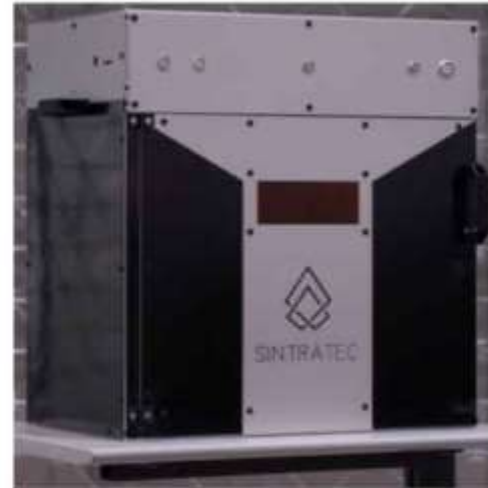
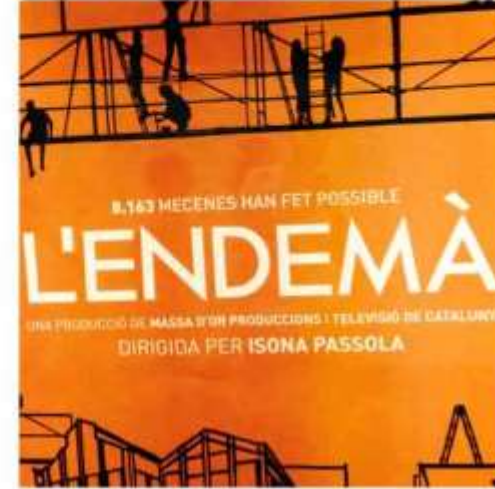


Casos éxito recompensa



Casos éxito recompensa

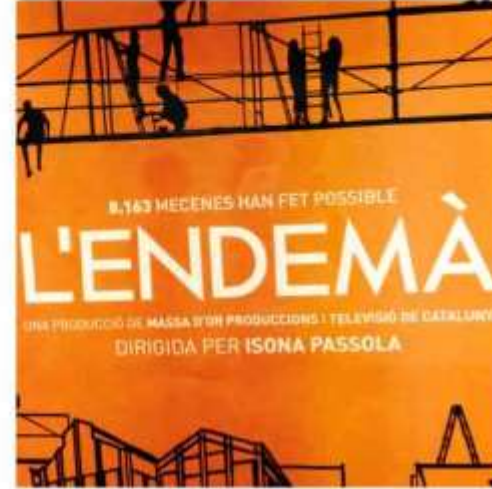
100%
12 minutos
+5.500 €
+65 mecenas



Casos **éxito recompensa**



100%
8 horas
+10.500K \$
+68K mecenas

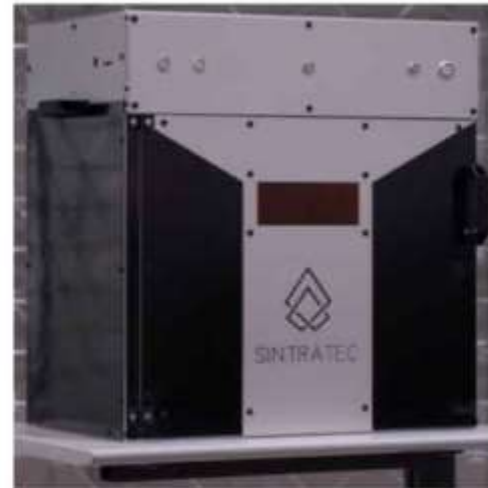




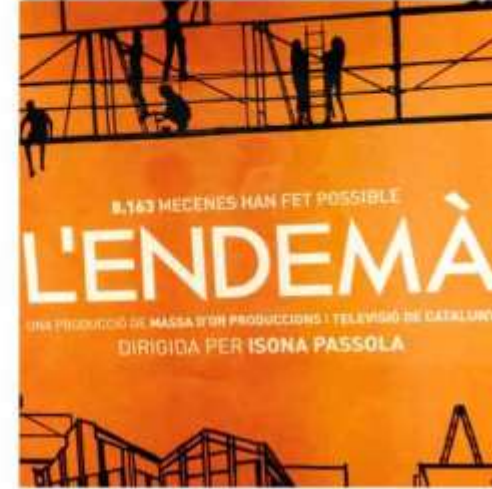
Casos éxito recompensa



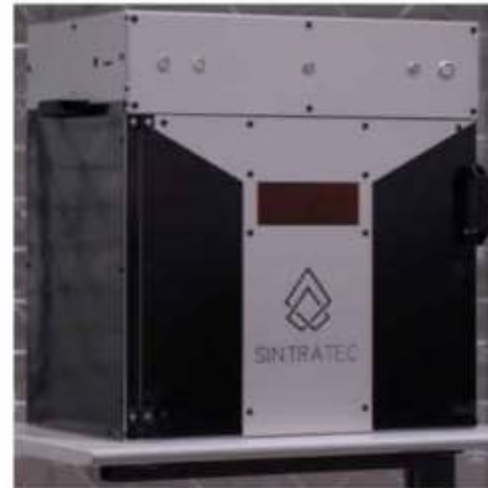
30%
48 horas
+345K €
+8.100 mecenas



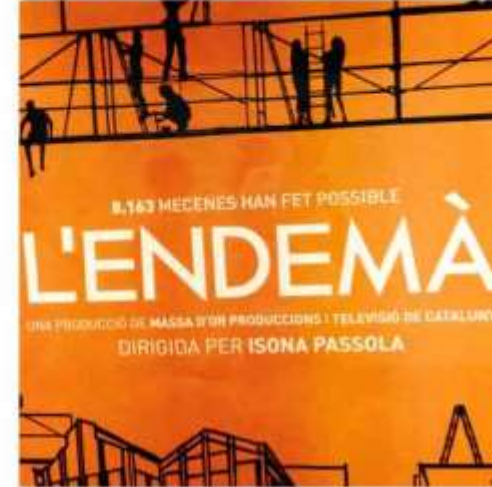
Casos éxito recompensa



50%
24 horas
+13.200K \$
+62K mecenas



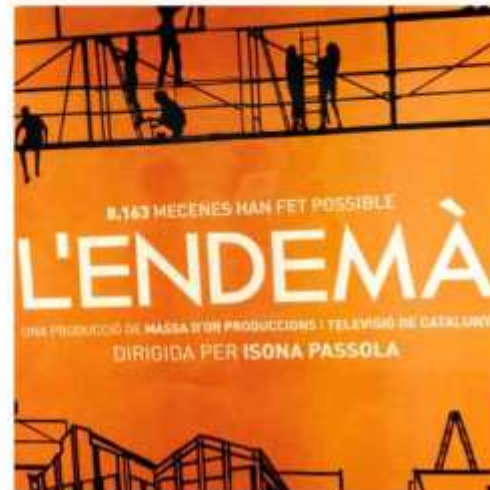
Casos éxito recompensa



75%
7 días
+213K \$
+70 mecenas



Casos éxito recompensa



100%
7 días
+21.000 €
+650 mecenas

Casos éxito recompensa

Bamboo
+550%

Pebble
+10.200%

L'Endemà
+230%

Coollest
+26.500%

Sintratec
+120%

HappyWeek
+400%



Casos éxito inversión



LOVESPACE



Casos éxito inversión

750%
7 días
+6.000K \$
+1.600 inversores





Casos éxito inversión



300%
10 días
450K €
+70 inversores

LOVESPACE

Casos éxito inversión



266%

12 días

+1.500K £

+250 inversores



Casos **éxito inversión**

PonoMusic
750%

Hemav
300%

Lovespace
266%

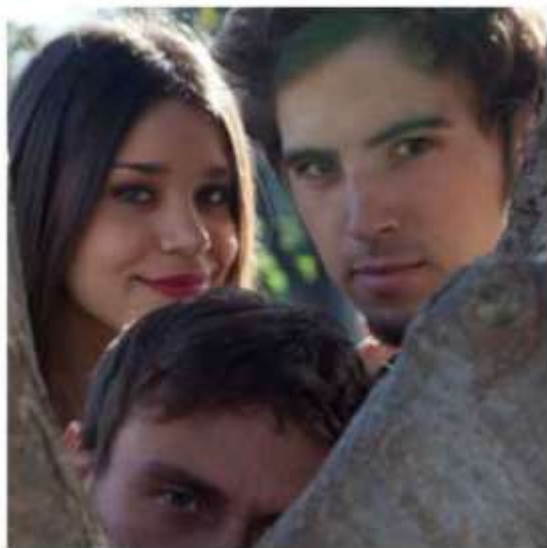
Las 20 reglas de oro del crowdfunding

Las 6 reglas generales del crowdfunding

1

*“ Si se recauda el 30% en 7 días
se tiene el 90% de probabilidad
de llegar al 100% ”*

La regla 30-90-100



El grupo màia llegó al 30% en la primera semana.

- +50 **mecenas**.
- +75% en la **tercera** semana.
- Mejoras de **diseño** necesarias.

2

“ *Cuando se llega al 100% del objetivo la campaña tiene más capacidad para recaudar* ”

La regla del poder del 100



BBB llegó al 100% en 12 minutos, recaudando en total cerca del 600%.

- 65 **mecenas**.
- +350% en la **primera** semana.
- Gran éxito en **comunicación**.

3

*“ Comunidad, costes, comunicación
y colaboración son cuatro
factores críticos de éxito ”*

La regla de las 4 C



La **comunidad** de Edgar Allan Poe en Kickstarter es muy grande.

- 990 **mecenas**.
- +88.000 \$ **recaudados**.
- También tenían una gran **comunidad**.



Los **costes** de envío se deben controlar perfectamente.

- 1.500 **mecenas**.
- +45.000 € **recaudados**.
- Segunda campaña y **mejor** control.



GUIA DE COMPRA

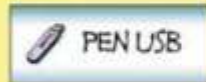
Cuando te registres en Verkami recuerda usar una dirección de correo electrónica válida que puedas consultar a menudo.

Toda la información importante sobre el proyecto se enviará a esa dirección, que deberá ser la misma que introduzcas en el formulario.

Elige tu zona (A, B, C o D) y el pack de Brigada que te interesa para saber su precio con los gastos de envío incluidos. Usa la cifra resultante para realizar tu compra en la página de Verkami.

EJEMPLO: Para Francia (zona B), un pack con el libro #2, el #1 y el artbook > 34€

INDEX OF ITEMS:



SELECT YOUR COUNTRY:



-SPAIN, PORTUGAL



-FRANCE



-BELGIUM, SCOTLAND, NETHERLANDS, LUXEMBOURG, GERMANY, UNITED KINGDOM, ITALY, IRELAND, SWEDEN, ANDORRA, AUSTRIA, DENMARK, FINLAND, WALES, POLAND.



- USA, CANADA, REST OF THE WORLD.

	A	B	C	D
	13€	--	--	--
	23€	25€	27€	36€
	24€	26€	28€	38€
	33€	35€	37€	42€
	22€	30€	32€	40€
	31€	34€	39€	43€
	45€	60€	65€	68€
	90€	120€	130€	135€
	150€			
	160€			
	170€			
	180€			
	7€			



{ LIMITED TO 300 UNITS }



La **comunicación** es clave “si no comunicas no recaudas”.

- +275 **mecenas**.
- Fracaso con el 80% **recaudado**.
- 11 comentarios y 12 actualizaciones.



La **comunicación** es clave “si no comunicas no recaudas”.

- +60.000 **mecenas**.
- +13.000K \$ **recaudados**.
- +6.000 comentarios, mejor estacionalidad.



La **colaboración** es clave, el crowdfunding es creación colaborativa.

- +755 **mecenas**.
- +70.000 \$ **recaudados**.
- +1.200 *shares* en las redes sociales.



HOW TO GET **100%** OFF YOUR ORDER



CLICK

Click & copy your unique Bringrr project link.

['Link' button under video]



SHARE

Share your Bringrr project link with all of your friends & family.

[thanks, we love you!]



ORDER = FREE

If any 2 people follow your link & select a perk, your order is **FREE!**

[love = shared]

4

*“ Las tareas de producción,
gestión y comunicación se
deben distribuir entre el equipo ”*

La regla del equipo



La distribución de tareas entre el **equipo** es imprescindible.

- +650 **mecenas**.
- +400% **recaudado**.
- ¡Ningún día sin mecenas!

5

“ *Una campaña recauda más al principio y al final que en las semanas intermedias* ”

La regla de la U



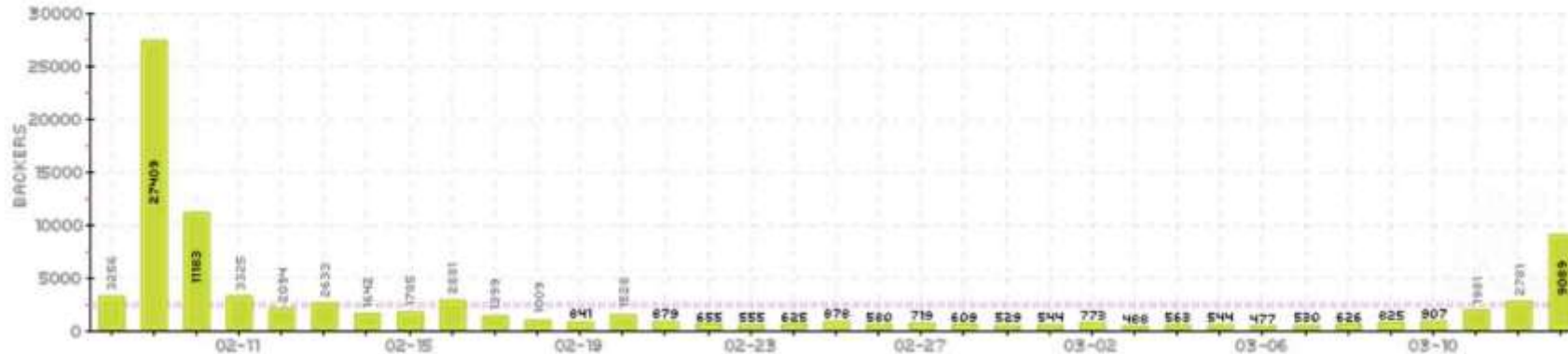
Si haces las cosas bien siempre tendrás una sorpresa al final.

- +9.000 **mecenas último día** +85K totales.
- +3,3K \$ **recaudados**.
- +11.000 **comentarios**.



Backers Per Day: Double Fine Adventure

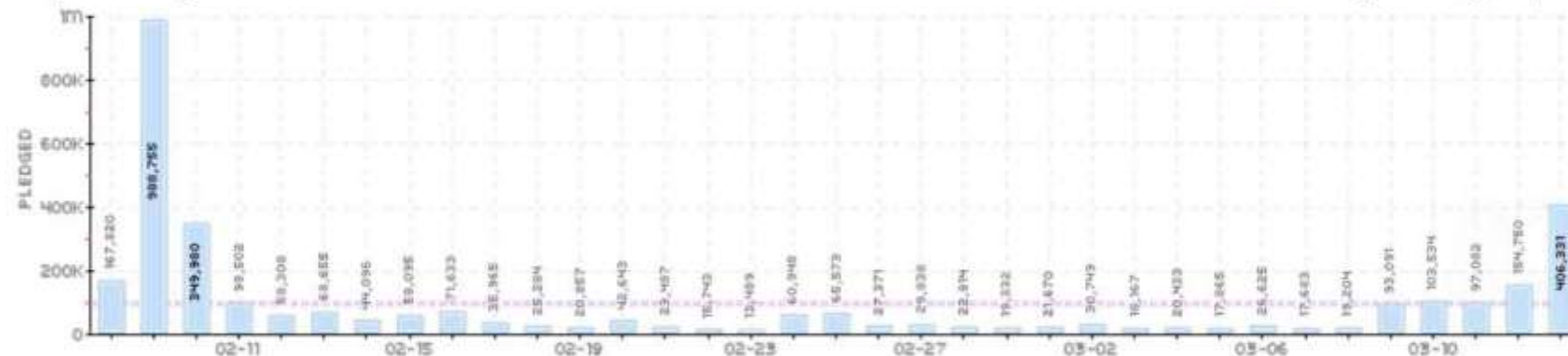
----- Average Per Day: 2489



(c)2014 Kicktraq. Additional content provided by Kickstarter Inc. and Double Fine and 2 Player Productions. Trademarks and related content are owned by their respective companies. Shared under the creative commons (CC BY-NC 3.0) license. Read more about sharing this image at www.kicktraq.com/projects/66710809/double-fine-adventure/#sharing

Pledges Per Day: Double Fine Adventure

----- Average Per Day: 95,325



(c)2014 Kicktraq. Additional content provided by Kickstarter Inc. and Double Fine and 2 Player Productions. Trademarks and related content are owned by their respective companies. Shared under the creative commons (CC BY-NC 3.0) license. Read more about sharing this image at www.kicktraq.com/projects/66710809/double-fine-adventure/#sharing

6

“Entre el 1% y el 3% de las visitas que tenga una campaña se transforman en mecenas”

La regla 1-3



Si la conversión es buena, toca no parar de comunicar.

- +650 **mecenas**.
- +22.900 **visitas**.
- **Conversión** siempre superior al 2,6%

Las 4 reglas sobre el diseño de campaña

7

“ *Logotipo e imágenes de las recompensas y del equipo son claves de éxito* ”

La regla de la descripción visual



El equipo de **JamStik** creó una campaña muy visual.

- +840 **mecenas**.
- +175.000 \$ **recaudados**.
- Recompensas explicadas visualmente.



Sizzling 4th of July Offer

\$250

- The JamStik! (at \$50 discount)
- Get a limited edition "Made in the USA" JamStik T-shirt



Exclusive Package

\$299

- A 1st Edition JamStik!
- Extra Battery
- Custom JamStik Insignia Pick
- Exclusive Backers poster
- \$100 Coupon



8

“ Un objetivo de mínimos y una duración de 30 días son perfectos para tener éxito ”

La regla del objetivo y la duración



Si tienes unos costes fijos bajos y variables altos, fija un objetivo bajo.

- 65 **mecenas**.
- +350% en la **primera** semana.
- 1.000€ de objetivo y +5.800€ recaudados.

10

“ *Ser transparente en la gestión de la información en todas las fases de campaña* ”

La regla de la transparencia



Si tienes un precedente,
como Iron Sky, tienes
credibilidad.

- +3.500 **mecenas**.
- +180.000\$ **recaudados**.
- +440 comentarios.



Y puedes hacer una segunda campaña para financiar una mejor producción.

- +8.000 **mecenas**.
- +560.000\$ **recaudados**.
- +360 comentarios.



FINAL COUNTDOWN BUNDLE #1

YOU GET ALL THIS FOR \$40
(YOU SAVE \$25)



DELIVERED FOR FREE TO YOUR HOME, WORLDWIDE

10

“ *Ser transparente en la gestión de la información en todas las fases de campaña* ”

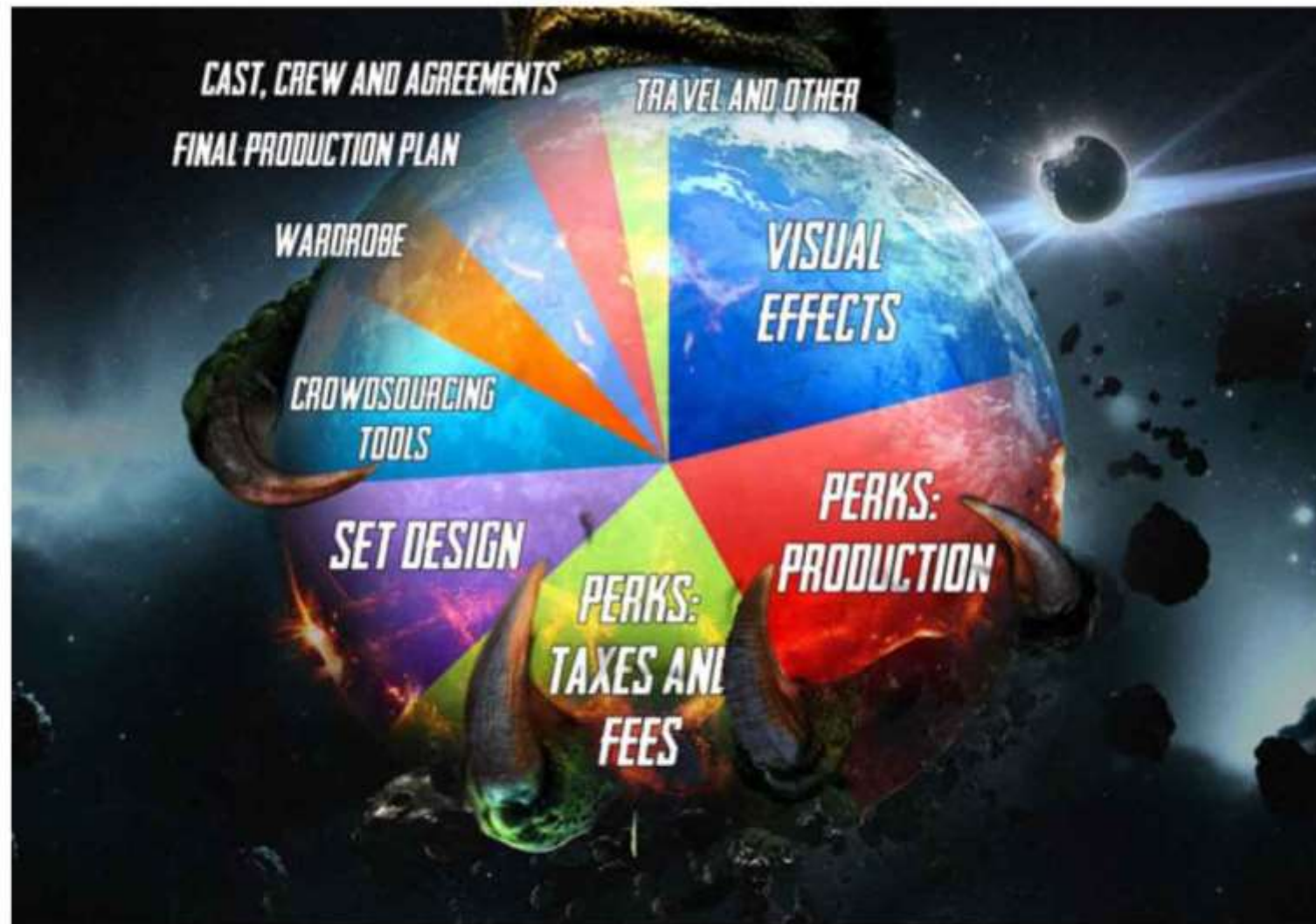
La regla de la transparencia



Es imprescindible ser transparente en el uso de los fondos.

- +8.000 **mecenas.**
- +560.000\$ **recaudados.**
- +45 **actualizaciones.**





Las 4 reglas sobre las recompensas

11

“ *Las recompensas deben ser
exclusivas, limitadas,
y valiosas* ”

La regla del poder de lo gratis




Exclusivas, los mecenados deben ser los primeros en privilegios.

- +11.800 **mecenas**.
- +3.400K \$ **recaudados**.
- +5.500 **comentarios**.



Pledge \$199 or more

 250 backers

All gone!

Super Early Bird Adopter: This level is for those who get in quick and want the best deal! Get The Micro 3D Printer at a very limited special price and help kick off our launch. You also get a special "early adopter" badge with your order. Comes with one filament spool. Shipping not included.

Estimated delivery: Feb 2015

Ships anywhere in the world



Pledge \$249 or more

 500 backers

All gone!

Early Bird Adopter:


Get The Micro 3D Printer at a very limited special price and help kick off our launch! Comes with one filament spool. Shipping not included.

Estimated delivery: Feb 2015

Ships anywhere in the world



Pledge \$299 or more

 2500 backers

All gone!

Get The Micro!

A Micro 3D Printer from the first full batch of production! Comes with one filament spool. Shipping not included.

Estimated delivery: Nov 2014

Ships anywhere in the world

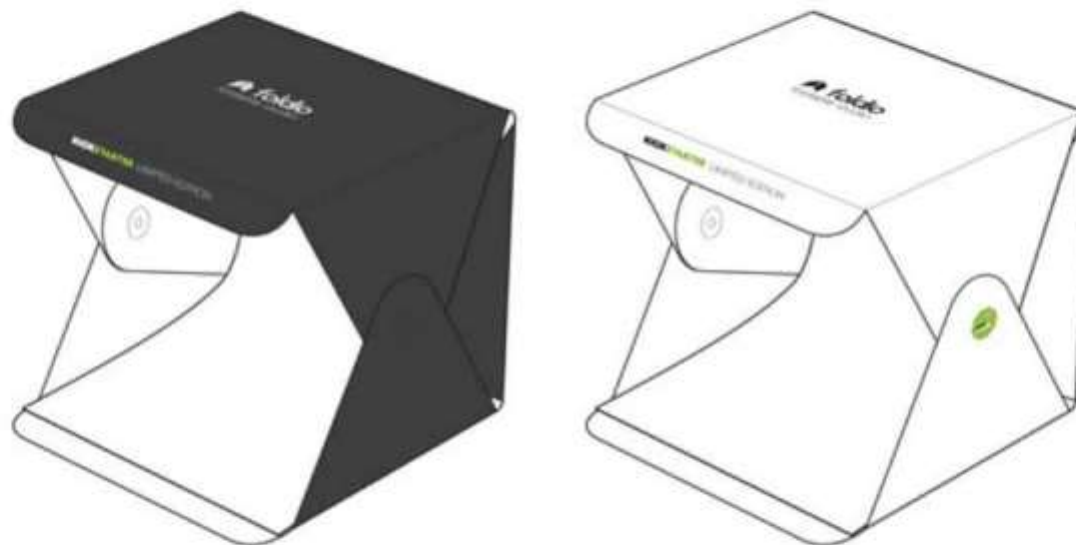


Limitadas, los mecenas deben sentirse únicos entre muchos.

- 3.850 **mecenas**.
- +170.000 \$ **recaudados**.
- +1.700% **recaudado**.



KICKSTARTER EDITION



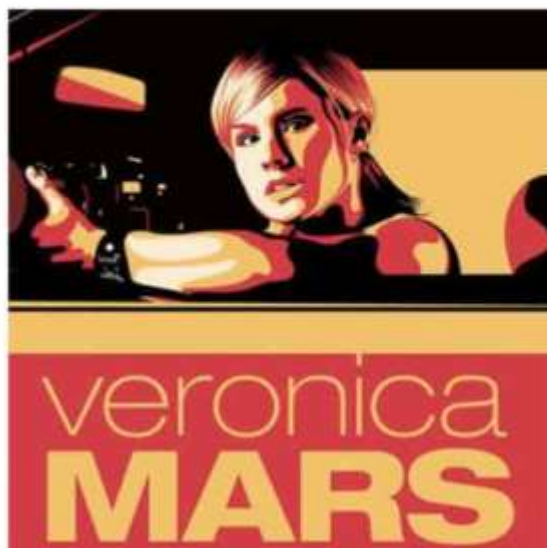
< black & white KICKSTARTER EDITION >

You can choose from white original version and black version. We will send out a survey after the project is funded which will ask which color you want.

[check it out here in update #3 \(click\)](#)



UNLOCKED!	STRETCH GOAL \$30,000 KICKSTARTER LIMITED EDITION !!	
UNLOCKED!	STRETCH GOAL \$60,000 UPGRADE CARRYING BAG!!	
UNLOCKED!	STRETCH GOAL \$120,000 UPGRADE foldio material!!	 upgrade to FLEXIBLE PLASTIC!!



Generosas, que el mecenaz reciba más de lo que da.

- +90.000 **mecenas**.
- +5.700.000 \$ **recaudados**.
- +5.900 **mecenas** que aportaron 1 \$.



Gracias y actualizaciones

Pledge \$1 or more

 **7525 backers**

For just \$1 the iOS App is yours! +
Updates + MY ETERNAL THANK
YOU! You're helping me achieve a
dream! :)

Estimated delivery: Dec 2012



Créditos

Pledge \$5 or more

 2273 backers


Reward #1 + Your name in the Credits
of the App! My Gratitude
Immortalized!

Estimated delivery: Dec 2012



Grupo privado FB

Pledge \$10 or more

 **893 backers**


Reward #1 + Reward #2 + Exclusive Access to a Private FB group where backers can share their 1SE experiences together! How to approach the chronicling of our lives sparks endless approaches & conversations. I'd love to partake in these discussions with you guys for years to come!

Estimated delivery: Dec 2012



Tu segundo de gloria

Pledge \$25 or more

 **409 backers**


Reward #1 + Reward #2 + Reward #3
+ Send me your most memorable
second of 2013! & I'll personally
compile them in chronological order
w/ your name & location so we can
see the very best of 2013 through our
eyes!!!

Estimated delivery: Jan 2014



Hangout 10 personas

Pledge \$50 or more

 50 backers

All gone!


Reward #1 + Reward #2 + Reward #3
+ Reward #4 + a one hour Google+
Hangout! I LOVE meeting people
doing this project. 10 of us at a time
can sit around a digital campfire &
discuss the 1SE project or whatever
your hearts desire. (I'll do my best to
organize groups of 10 over the course
of the first half of 2013)

Estimated delivery: May 2013



Skype privado de 30 minutos

Pledge \$100 or more

 10 backers

All gone!


Reward #1 + Reward #2 + Reward #3
+ Reward #4 + lets have a 1 on 1
Skype Chat for 30 minutes! We can
discuss the 1SE project or whatever
you want! I nerd out on pretty much
everything. (We can arrange a suitable
time that works for us both anytime in
the next several months)

Estimated delivery: May 2013



¡Fiesta en casa del creador!

Pledge \$150 or more

 30 backers

All gone!


Reward #1 + Reward #2 + Reward #3
+ Reward #4 + do you live in the NYC
area or willing to travel? You'll receive
a private invite to attend a THANK
YOU PARTY at my place! Open Bar!
Let's hang out!

Estimated delivery: Mar 2013



BETA inmediata y coproducción

Pledge \$250 or more

 15 backers

All gone!

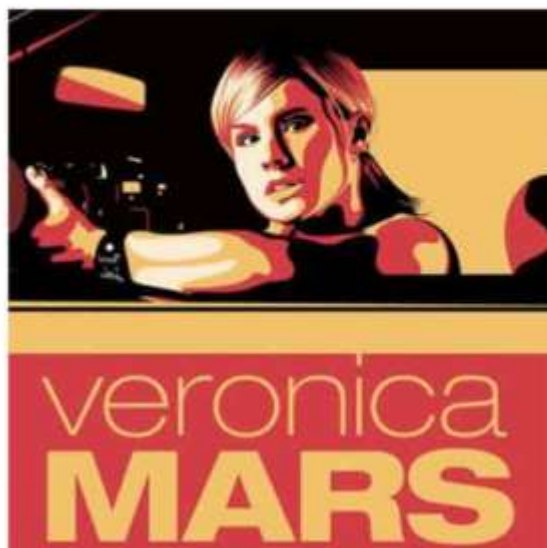
Reward #1 + Reward #2 + Reward #3
+ Reward #4 + Reward #6 + Reward
#8 + (your choice of reward #5 or
Reward #7) + You GET THE APP
BETA RIGHT NOW!!!! Your input can
help us through the final weeks of
development!

Estimated delivery: Dec 2012

12

“ *Las recompensas deben ser
Generosas, Tangibles, y
Abundantes* ”

La regla GTA de las recompensas




Generosas, que el mecenaz reciba más de lo que da.

- +90.000 **mecenas**.
- +5.700.000 \$ **recaudados**.
- +5.900 **mecenas** que aportaron 1 \$.



Actualizaciones de producción

Pledge \$1 or more

 5938 backers

Don't have much to spend, but want to help the cause? At \$1, you'll still have our eternal gratitude, plus you'll receive exclusive backer updates throughout the production! Help us become the biggest Kickstarter project yet. (Please.)

Estimated delivery: Apr 2013



Tangibles, que el mecenazgo se haga una idea del producto.

- +2.700 **mecenas**.
- +165.000 \$ **recaudados**.
- +550% **recaudado**.





Abundantes, que cada tramo tenga las máximas recompensas.

- +67.000 **mecenas**.
- +3.800.000 \$ **recaudados**.
- +350.000 **comentarios**.



	\$5	\$20	\$40	\$60	\$60 DIGITAL	\$80 DIGITAL	\$99	\$120	\$175	\$250	\$500	\$800	\$1000	\$2500	\$5000	\$9999	\$10000
MIGHTY NUMBER, FORUM ACCESS NAME IN CREDITS RACKER-ONLY EVENTS	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
DIGITAL VERSION OF MIGHTY NO. 9		Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
DIGITAL RETRO INSTRUCTION MANUAL			Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
DIGITAL ART BOOK/ STRATEGY GUIDE			Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
DIGITAL SOUNDTRACK			Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
PHYSICAL GAME BOX				Blue			Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
PRINTED RETRO INSTRUCTION MANUAL				Blue			Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
IN-GAME CONTENT: GOLDEN BECK				Blue	Blue		Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
BETA ACCESS						Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
T-SHIRT							Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
IN-GAME CONTENT: SPECIAL TRANSFORMATION				Blue	Blue		Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
PAPERBACK ART BOOK/STRATEGY GUIDE							Blue	Blue									
ENEMY MASCOT PLUSHIE OTHER REGION T-SHIRT								Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
SIGNED HARDCOVER ART BOOK/STRATEGY GUIDE									Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
OTHER REGION GAME BOX OTHER REGION PRINTED MANUAL										Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
MIGHTY No. BOGGS POSTER										Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue

13

“ *Los mecenas son
clientes muy importantes
(very important clients)* ”

La regla del mecenas VIC



Generosas, tangibles,
abundantes, exclusivas,
limitadas y valiosas.

- +68.000 **personas**.
- +10.200.000 dólares a través de **Internet**.
- +15.500 **comentarios** en la web.



14

“ En el crowdfunding se debe tener una orientación B2Crowd, no sólo B2B o B2C ”

La regla B2Crowd



Se debe orientar la campaña pensando en **muchos** mecenas.

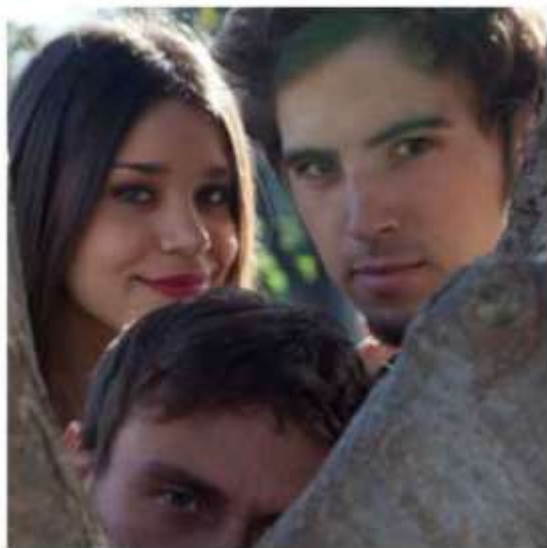
- 1.900 **mecenas**.
- +50.000 € **recaudados**.
- +20 **actualizaciones** y 180 **preguntas**.

Las 6 reglas sobre la comunicación

15

“ *Se deben hacer mejoras constantes en la campaña, resolver dudas y comunicar diariamente* ”

La regla de la constancia



Hicieron mejoras de **diseño** en la campaña y en la comunicación.

- +50 **mecenas**.
- +75% en la **tercera** semana.
- +4 imágenes +3 vídeos +2 actualizaciones.



Respondió a centenares de preguntas de los **mecenas.**

- 1.900 **mecenas.**
- +50.000 € **recaudados.**
- +20 **actualizaciones** y 180 **preguntas.**



Hicieron más de 50 **actualizaciones** en su campaña.

- +68.000 **personas**.
- +10.200.000 dólares a través de **Internet**.
- +15.500 **comentarios** en la web.



Explicaron todas las **novedades** de la pre-producción en su blog.

- +8.000 **mecenas**.
- +560.000\$ **recaudados**.
- +45 **actualizaciones**.

16

“ *Es muy importante que haya presencia del proyecto en Internet para hacer crowdfunding* ”

La regla de la identidad virtual



No puedes comenzar
una campaña sin una
identidad.

- 65 **mecenas.**
- +350% en la **primera** semana.
- 1.700 **seguidores** y comunidad activa.

17

“ *Un buen vídeo de campaña puede aumentar un 120% la capacidad de recaudación* ”

La regla del vídeo 120



Un **vídeo** directo,
explicativo y divertido
mejora los resultados.

- +1.900 **mecenas**.
- +1.480% de **recaudación**.
- +74.000 \$ **recaudados** y opción "in demand".

18

“ *A las 3 F clásicas, friends, family y fools se les deben sumar los fans* ”

La regla de las 4 F



19

“ *Se debe generar una comunicación boca a boca entre los mecenas potenciales* ”

La regla de los altavoces



Se debe fomentar la **comunicación** entre los mecenas potenciales.

- +755 **mecenas**.
- +70.000 \$ **recaudados**.
- +1.200 *shares* en las redes sociales.

20

“ *Un acto presencial es un motor para motivar la recaudación de una campaña* ”

La regla «en vivo»



Presentan la campaña
con un **acto** y con
apoyos **conseguidos**.

- +650 **mecenas**.
- +22.900 **visitas**.
- 100% en **sólo** 7 días.

Conclusiones

Principales **conclusiones**

Todos
seremos
presumidores

5 tipos de
crowdfunding

Más “crowd”
que
“funding”

La 30-90-100
y el poder del
100 llevan al
éxito

Diseño
retorno y
estrategia
son claves

El
crowdfunding
no es fácil

VANACCO
CROWDFUNDING CONSULTANT

impuls >
fundraising

Valentí Acconcia
Redes | web: vanacco