



**Servei de  
Desenvolupament  
Empresarial**

---

# ABC per engegar una campanya de crowdfunding

**Aina Serra Julià**

[ainasj@lasembra.cat](mailto:ainasj@lasembra.cat) | [www.lasembra.cat](http://www.lasembra.cat) | Twitter: @LasembraC | Instagram: @lasembra

# CROWDFUNDING

micromecenatge

finançament col·lectiu

**Una multitud de persones que s'impliquen per assolir un objectiu econòmic comú a canvi d'una recompensa en un temps limitat**

NECESSITAT

OBJECTIU  
ECONÒMIC

COMUNITAT

RECOMPENSA

TEMPS

## COMENCEM!

Escriu 2 motius pels quals vas donar a l'última campanya de crowdfunding...



**Tenint clars aquests motius...**

El finançament col·lectiu  
serveix per tots els projectes?

**DONA-LI MOTIUS!**

## El finançament col·lectiu serveix per tots els projectes?



**Nou espectacle companyia**



**Edició de luxe d'un clàssic**



**30 anys d'un festival comarcal**



**Renovar les finestres del local**

NECESSITAT

# Com convertit la necessitat en un projecte financiable?

## RELAT

Financia el gegant de la  
Fundació Aspasim



Fes realitat el primer gegant amb  
discapacitat de Catalunya

NECESSITAT

# Com convertit la necessitat en un projecte financiable?

## RELAT

Ajuda al casal cultural de  
Lliç d'Amunt



L'Aliança és cultura, és creativitat, és festa, és voluntariat i és VIDA. Ara necessita un empenta econòmica per no tancar. Ens ajudes?

NECESSITAT

# Com convertit la necessitat en un projecte financiable?

## RELAT

Fes un donatiu a "Més  
idees que rencanses"



Ajuda'ns a finançar el primer  
disc de quatre joves de 20  
anys



NECESSITAT

# Com convertit la necessitat en un projecte financiable?

## RELAT

Ajuda'ns a financiar el nou  
web



Necessitem una nova  
plataforma per seguir-te  
informant

NECESSITAT

# Com convertit la necessitat en un projecte financiable?

## RELAT

- Puntual, no estructural
- Important
- Imprescindible
- Innovadora
- Emocional
- Única
- Curiós
- Divertit

**OBJECTIU  
ECONÒMIC**

# Quin és l'import òptim per un repte atractiu però assolible?

## **PREU**

Materials

Persones

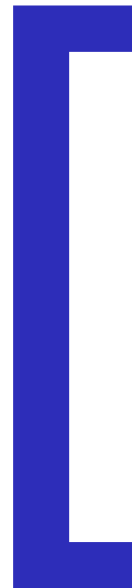
Espai

Subministres

Proveïdors

Recompenses

Campayna del crowdfunding



## **VALOR**

**X**

## **COMUNITAT**

**X**

## **CAPACITAT**

**OBJECTIU  
ECONÒMIC**

# Quin és l'import òptim per un repte atractiu però assolible?

## PREUS

> 3.500€ + 750€/anual

> 8.000€ + 250€/anual

+

2.500€ campanya

## COMUNITAT CAPACITAT

800 persones

30 – 50 anys

20p a 100€

2.000€

20% > 100p a 50€

8.000€

+ les possibilitats  
d'autofinançament

## VALOR?

10.000€



OBJECTIU  
ECONÒMIC

# Quin és l'import l'òptim per un repte assolible?



## El cost d'engegar la maquinària de campanya

**1.500/3.000**

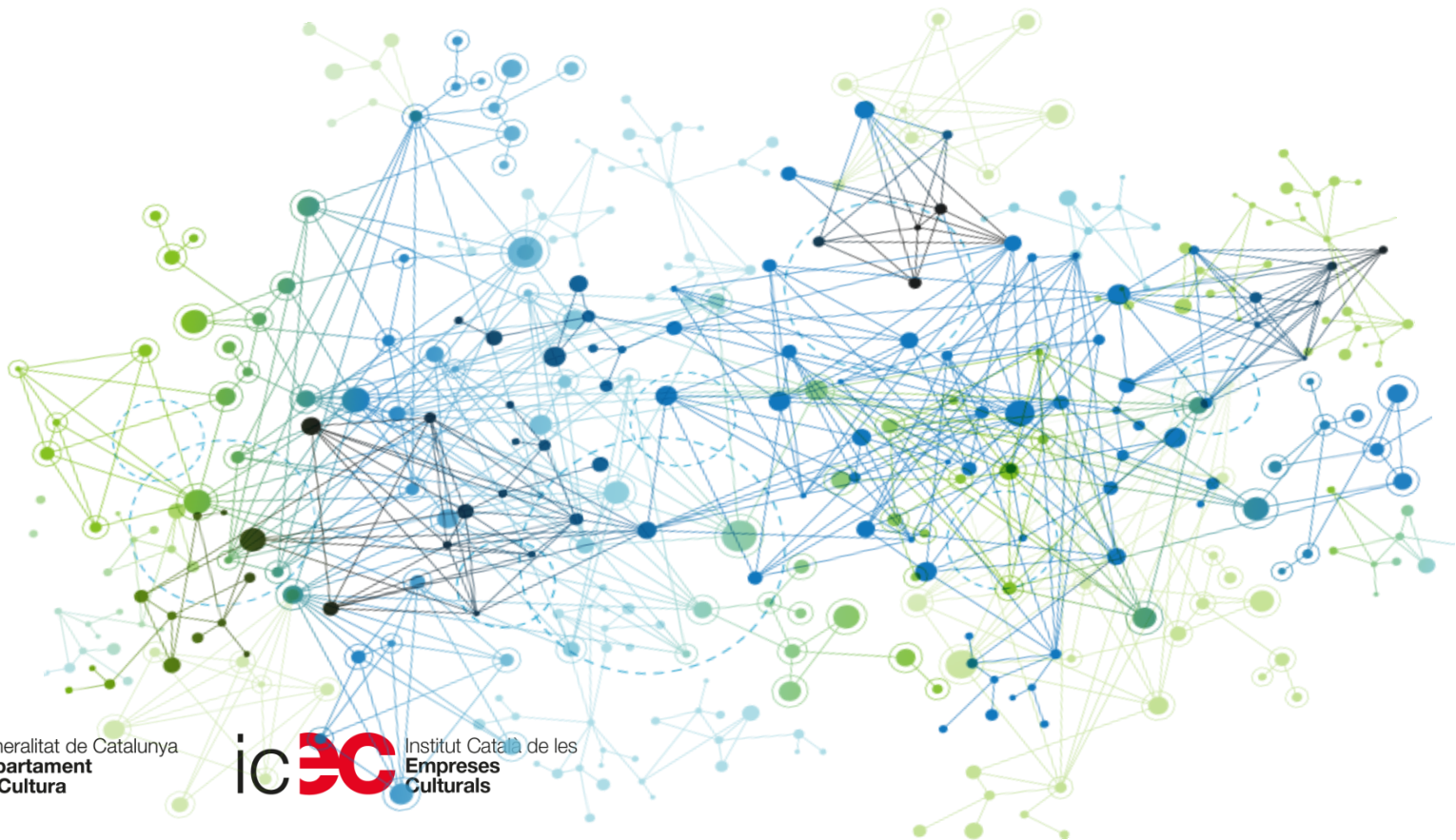
1/2

**1.500/10.000**

1/6,6

COMUNITAT

# Qui confiarà en tu per donar-te diners?



COMUNITAT

# Qui confiarà en tu per donar-te diners?

## PÚBLICS OBJECTIU

- Detectar segments de públics
- Què esperem de cadascú
- Jerarquitzar
- Llistar informació de contacte en detall



COMUNITAT

# PÚBLICS OBJECTIU

## COMUNITAT

PROJECTE

Que se senten part  
del projecte.

- Equip promotor
- Equip treball
- Voluntariat
- Organitzacions  
vinculades
- ...



COMUNITAT

# PÚBLICS OBJECTIU

COMUNITAT

ENTORN

**Que se senten properes al  
projecte:**

- Excomunitat
- Entitats properes
- Públic habitual
- Escoles habituals
- Instituts habituals
- Artistes habituals
- Empreses habituals
- Veïnat
- Organitzacions sector
- Associacions de veïns

PROJECTE

COMUNITAT

# PÚBLICS OBJECTIU

COMUNITAT

ENTORN

INTERÈS

PROJECTE

Amb qui compartim temàtica /  
sector / edat / ciutat /  
objectius.

- Associacions
- Persones
- Empreses
- Institucions

COMUNITAT

# PÚBLICS OBJECTIU

COMUNITAT

ENTORN

INTERÈS

SOCIETAT

PROJECTE

**FANS!**



## EMBUT DE LA CONVERSIÓ

COMUNITAT

# PÚBLICS OBJECTIU

COMUNITAT

ENTORN

INTERÈS

SOCIETAT

PROJECTE

**FANS!**



COMUNITAT

# PÚBLICS OBJECTIU

COMUNITAT

ENTORN

INTERÈS

SOCIETAT

PROJECTE

**FANS!**



COMUNITAT

# PÚBLICS OBJECTIU

COMUNITAT

ENTORN

INTERÈS

SOCIETAT

PROJECTE

**FANS!**



RECOMPENSA

# De la donació a la sensació de “m’han fet un regal”

## VENDES ANTICIPADES



## ALIANCES



## MERXANDATGE



## EXPERIÈNCIES



## RECONeixEMENT

Aura, Joel, Rasmus, Maria, Berto, Moha, Amàlia Carlota, Silvia, Tim, Magí, Laia, Joan, Laura, Nil, Leonora, Eudald, Pius, Blanca, Zaid, Biel, Sole, Peter, Mario, Nora, Marta, Cristina, Beth, Cam, Oriol, Clara, Moshuan, Santi, Martina, Èlia, John, Oumaya,....

RECOMPENSA

# De la donació a la sensació de “m’han fet un regal”



## El cost de producció i distribució de recompenses



**TEMPS**

# Treu suc de la contrarellotge

planificac  
ió

8 dies de  
glòria

desert

compte  
enrere

recollir  
fruits

# FEM UN PROJECTE DE CROWDFUNDING

- Títol
- Objectiu econòmic
- Descripció (3 frases)
- 5 públics objectiu (comunitat)
- 2 públics objectiu (interès)
- 3 recompenses
- 2 idees "boges"

# FEM UN PROJECTE DE CROWDFUNDING

## **EDITORIAL**

*Crowdfunding nou llibre  
sobre aus de la mediterrània*

## **GRUP DE MÚSICA**

*CD commemoratiu dels 50  
anys damunt els escenaris*

## **COMPANYIA TEATRE**

*Nou espectacle sobre les  
relacions en la gent gran*

## **ENTITAT CULTURA POPULAR**

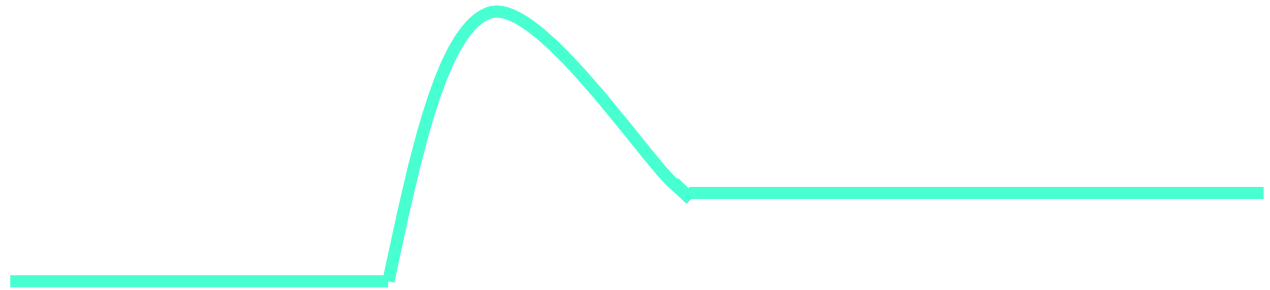
*Canvis estructurals  
imprescindibles al local*

# Com convertir aquests elements en un projecte de finançament col·lectiu?



## **CAMPANYA**

“Si vols fer un  
crowdfunding fer un  
tuit no pot ser un  
problema”



# CAMPANYA

pre  
campanya

8 dies de  
glòria

desert

compte  
enrere

recollir  
fruits

- Comunicació habitual sistematitzada: posicionament, bases de dades, canals, missatges...
- Recursos per intensificar la comunicació un període de temps
- Espais de participació per crear una campanya

# CAMPANYA

pre  
campanya

8 dies de  
glòria

desert

compte  
enrere

recollir  
fruits

- Definició de campanya: creativitat, públics i canals
- Calendari d'accions
- Producció de materials

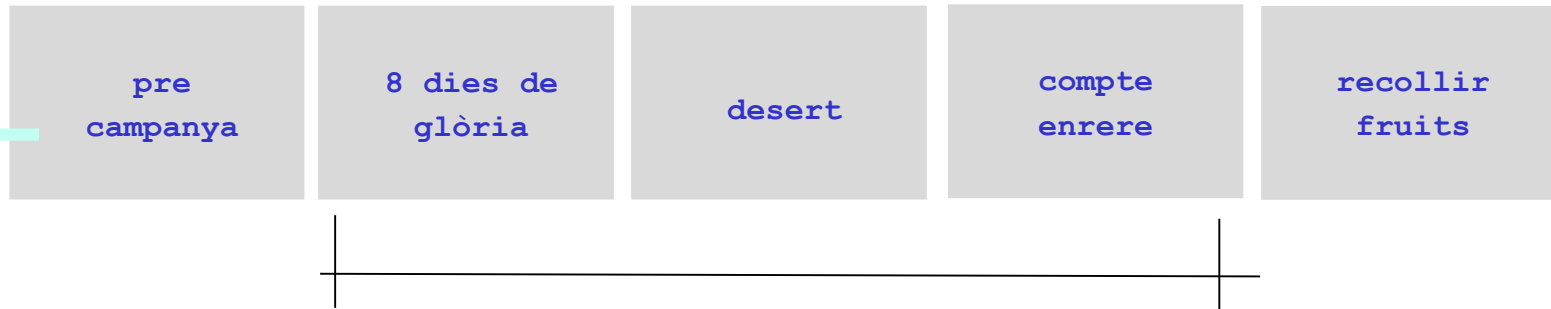








# CAMPANYA



- Tota la carn a la graella
- Consistència i persistència
- Creativitat per mantenir la tensió
- Traca final d'intensitat

# Dia 1



objectiu



argumentari



beneficis

## Dia 2



argumentari



èxit

# Dia 3



comunitat



objectiu

## Dia 4

HEM RECAPTAT  
2.800€ en 3 dies  
Això no para, seguim sumant fins als 10.000€

#CreemTendència

**Suma't al nou**  
**elCugatenc.cat**

Necessitem 10.000 €  
abans del 25 de gener  
FES UN DONATIU a  
fundacioemsc.cat/elcugatenc

elCugatenc

èxit

Incomoda a la moda.  
**Sigues periodisme local de qualitat!**

#CreemTendència

**Suma't al nou**  
**elCugatenc.cat**

Necessitem 20.000 €  
abans del 25 de gener  
FES UN DONATIU a  
fundacioemsc.cat/elcugatenc

elCugatenc

argumentari

## Dia 5



posicionament



objectiu



Allargo la temporada de sandàlies fins la castanyada. Creo tendència, com elCugatenc?

Carola Alegre  
membre de la coordinadora d'AFES

#CreemTendència

elCugatenc



**HEM RECAPTAT 1.400€ en 24h**  
Això no para, seguim sumant fins als 10.000€

#CreemTendència

Suma't al nou elCugatenc.cat

Necessitem 10.000 € abans del 25 de gener  
FES UN DONATIU a fundacioemsc.cat/elcugatenc

elCugatenc

**Improdebat polític**

elCugatenc organitza l'acte i tu hi poses les preguntes

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

**DIJOUS 20 DE GENER A LES 19 h**  
A la Casa de Cultura de Sant Cugat

elCugatenc

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

**Queden 15 dies per aconseguir-ho**

#CreemTendència

Suma't al nou elCugatenc.cat

Necessitem 10.000 € abans del 25 de gener  
FES UN DONATIU a fundacioemsc.cat/elcugatenc

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

**JA SUPEREM ELS 7.000 €!**  
Tenim 14 dies per arribar als 10.000 €

#CreemTendència

Suma't al nou elCugatenc.cat

Necessitem 10.000 € abans del 25 de gener  
FES UN DONATIU a fundacioemsc.cat/elcugatenc

elCugatenc

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

**Últimes hores**  
per fer possible el nou elCugatenc.cat!

#CreemTendència

Suma't al nou elCugatenc.cat

Necessitem 10.000 € abans del 25 de gener  
FES UN DONATIU a fundacioemsc.cat/elcugatenc

**Gràcies**  
per fer possible el nou elCugatenc.cat!

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

#CreemTendència



# CAMPANYA

pre  
campanya

8 dies de  
glòria

desert

compte  
enrere

recollir  
fruits

- Incorporar aprenentatges en la comunicació habitual
- Incorporar dades en les bases de dades habituals



# Moltes gràcies!

**Aina Serra Julià**  
**ainasj@lasembra.cat**  
**www.lasembra.cat**  
**Twitter: @LasembraC**  
**Instagram: @lasembra**

## SERVEI DE DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL (SDE)

Sergi Orobitg - [sorobitg@gencat.cat](mailto:sorobitg@gencat.cat)

Laia Sanahuja - [lsanahuja@gencat.cat](mailto:lsanahuja@gencat.cat)

Lala Boldú - [eboldu@gencat.cat](mailto:eboldu@gencat.cat)

---

Tel. 935.565.199

[sde.icec@gencat.cat](mailto:sde.icec@gencat.cat)

[www.sde.cultura.gencat.cat](http://www.sde.cultura.gencat.cat)



Generalitat de Catalunya  
Departament  
de Cultura



Institut Català de les  
Empreses  
Culturals



Servei de  
Desenvolupament  
Empresarial