



Фандрайзінг для грамадска-культурніцкіх праектаў

Модуль 3. Краўдфандынг для грамадска-культурніцкіх праектаў

Дадатковы матэрыял да лекцыі 3.2

Камунікацыйная стратэгія краўдфандынг-кампаніі

Чэк-ліст перад запускам краўдфандынг-кампаніі

Шэсць пунктаў, якія варта правесці перад тым, як запусціць кампанію. Адзначайце кожны пункт і пакідайце сабе нататкі — гэта дапаможа ўбачыць, да чаго вы сапраўды гатовыя, а над чым яшчэ варта папрацаваць.

	Пункт	Пытанне для праверкі	Нататкі
☐	Ядро падтрымкі	Ці ёсць 20–30 канкрэтных людзей, гатовых заданаціць у першы дзень? Ці атрымаў кожны з іх асабістае паведамленне?	
☐	Мэсэдж	Ці можаце вы адказаць на тры пытанні адным абзацам: што робіце, чаму важна зараз, чаму менавіта гэтаму чалавеку далучыцца?	
☐	Рэалістычная мэта	Ці разлічана яна зыходзячы з памеру аўдыторыі і сярэдняга даната, а не з ідэальнай сумы?	
☐	Кантэнт-план	Ці ёсць план апдэйтаў на ўсе тры фазы (старт, сярэдзіна, фінал) і прадуманыя каналы для кожнай?	
☐	Партнёры	Ці ёсць 2–3 партнёры, гатовыя раскажаць пра збор у сярэдзіне кампаніі?	
☐	Шаблоны паведамленняў	Ці падрыхтаваны тэксты для звароту да «ядра», публічнага анонсу і падзякі донарам?	

Калі ўсе шэсць пунктаў адзначаны — вы гатовыя да запуску.