**Como ser bem-sucedido no financiamento coletivo: 10 dicas**

1. Assista a campanhas inspiradoras.

Por que reinventar a roda? Confira o que algumas das pequenas organizações mais inovadoras do mundo estão fazendo com suas campanhas e ajuste alguns detalhes para adequar a sua. Seja testando diferentes públicos-alvo, usando imagens e vídeos ou ajustando a quantidade de financiamento que você procura, copie o que os principais ativistas fazem. A imitação é, afinal, a forma mais sincera e, possivelmente, mais bem-sucedida de elogio!

# Não comece cedo demais.

Pode haver um momento em que se diga “essa é a hora” para buscar financiamento coletivo, mas ela é diferente para cada um de nós, e vai depender do estágio em que se encontra sua organização. Na maioria dos casos, provavelmente, não haverá um “momento perfeito”, portanto, você não deveria esperar por um.

Dito isso, se você ainda está nos estágios iniciais de seu projeto, não possui um documento bem desenvolvido para mostrar às pessoas ou apenas ouve seu instinto dizendo “ainda não tá na hora”, deixe disso. Uma campanha de financiamento coletivo não pode ser usada como atalho. É melhor aproveitada por projetos e serviços que já caminharam o suficiente inspirarando pessoas a fazerem parte de algo maior. E mais importante, planejar-se, preparar toda a documentação e fazer pesquisas relevantes é quase metade do trabalho. Feito isso corretamente, você estará pronto para dar um show.

# Promova-se loucamente.

Sua plataforma de financiamento coletivo não fará todo o marketing e as relações públicas por você – na verdade, isso será mínimo na maioria dos casos. Cabe a você mostrar sua organização, a ideia e/ou a campanha. Entre em contato com jornalistas das principais publicações/veículos. Procure oportunidades de *guest blogs* (alguém escreve no seu site e você escreve no da outra instituição). Crie seus seguidores nas mídias sociais antes do lançamento da campanha para estar pronto para alcançar um grupo maior de pessoas assim que ela começar. Além disso, crie imagens antecipadamente que possam ser usadas para inspirar suas postagens durante a campanha.

# Faça um vídeo.

Vários estudos mostram que as pessoas (tais como seus possíveis financiadores) estão cada vez mais preferindo vídeos curtos e de qualidade ao texto. Inclua um vídeo motivador em sua página de financiamento coletivo para atrair potenciais financiadores que têm esse comportamento. Conte sua história e informe sobre o projeto de maneira convincente.

# Cuide de seu projeto.

Você não pode, simplesmente, publicar sua página de financiamento coletivo e já ir dizendo que é boa. A Kickstarter recomenda a criação de uma lista de seguidores e apoiadores que você pode acessar em pontos estratégicos durante a campanha. Dessa forma, você pode planejar que a campanha seja promovida adequadamente e esteja crescendo de forma constante e sem interrupções. Além disso, participe de uma comunidade em sua plataforma que compartilhe ideias e recursos sobre o que funcionou no passado. Dessa forma, você terá alguns truques na manga ao longo da campanha.

# Siga as instruções.

Pode parecer óbvio, mas não custa lembrar: aquela *espiadinha* sobre as regras de uso da plataforma pode ter resultados devastadores. Leia as letras miúdas da plataforma que você escolheu. Sua organização é residente de um país elegível? O financiamento coletivo é apropriado para o que você está tentando solucionar? Seguir as regras é uma obrigação básica – e importante.

A maioria das plataformas possui exemplos, sugestões e instruções para ajudá-lo a criar seu site interno. Haverá exemplos de como promover, redigir seu “caso a ser apoiado”, de envolver sua rede e muito mais. Faça um passeio pela plataforma e aprenda como usá-la. As instruções foram criadas para ajudar.

# Teha um plano de ação depois da campanha.

Você precisa de um plano de ação, atingindo seu objetivo ou não. Se você obtiver sucesso, como cumprirá as promessas feitas e como poderá alavancar esse sucesso para a próxima etapa de mobilização de recursos? Como você usará a motivação e as informações do doador que obtém da campanha? Como isso ajudará a informar os futuros esforços de mobilização de recursos?

Se sua campanha não for bem-sucedida, analise o que aprendeu com a experiência e como você pode usar esse conhecimento para uma rota diferente ou para informar sobre sua mobilização de recursos. Talvez, as lições aprendidas servirão ainda mais para uma segunda rodada de tentativa de financiamento coletivo. As pessoas ou organizações que prometeram doar também precisarão de informações sobre seus próximos passos.

# Pergunte aos financiadores.

Dependendo da plataforma de financiamento coletivo usada, você poderá entrar em contato diretamente com os financiadores conhecidos. Confira outros tipos de campanhas que eles financiaram ou veja se a sua é diferente, mas complementar. Pense em empresas ou investidores e fundações de financiamento. E pense também em qualquer indivíduo ou celebridade que disponha de bastante recursos financeiros e que possa querer fazer a primeira grande doação. Peça doações onde os financiadores possam dobrar qualquer coisa que você possa criar on-line. Um toque pessoal pode fazer maravilhas.

# Contrate um escritor profissional de SEO.

Você precisa de um escritor profissional para criar o conteúdo da sua ONG? Claro. Um escritor de Otimização de Mecanismo de Pesquisa (do inglês SEO) seria melhor? Bem possível. Algumas plataformas de financiamento coletivo têm um SEO muito forte, portanto, é seguro dizer que sua campanha pode ser um dos principais resultados de pesquisa nos mecanismos de busca para o nome da sua organização daqui para frente. Se possível, aproveite essa oportunidade trabalhando com um especialista que pode ajudá-lo a usar as palavras certas no texto e nas manchetes.

# Seja paciente.

As histórias de sucesso que surgem da noite para o dia são emocionantes, mas raras. Sua plataforma provavelmente tem uma linha do tempo razoável, mas desafiadora, que você pode seguir. Não espere milagres, e lembre-se de em ritmo lento e constante se vence a corrida.

Mais importante, lembre-se de que essa é apenas uma das muitas possibilidades de financiamento. Não serve para qualquer projeto ou organização. Encontre as melhores plataformas para você, planeje e se aperfeiçoe antes de publicar. E tenha em mente que tempo é tudo. Além disso, semelhante às empresas iniciantes, pode haver muitas falhas em sua primeira campanha de financiamento coletivo. É um processo de aprendizado, então, observe o que está acontecendo ao tropeçar. E aprenda com isso. Dessa forma, nunca verá como um erro, mas um aprendizado. Boa sorte!