



PROJE YÜRÜTME REHBERİ

İÇERİK

PROJEYE BAŞLAMADAN ÖNCE	3
Ön-hazırlık Aşaması	3
Fikrini Geliştir	3
Takımını kur	3
Fongogo Hakkında Daha Fazla Bilgi Edin	3
Hazırlık Aşaması	3
Hikayeni oluştur	3
Hedefini Belirle	4
Projenin Süresi	4
Ödüllerini belirle	4
Ödeme bilgilerini belirle	5
Görsellerini hazırla	5
Videonu hazırla	5
Linkler ve sosyal medya hesapların	6
Strateji Geliştirme	6
Duyuru	7
PR	8
Sponsorlar/Ortaklar	8
Proje Başlatma Aşaması	8
PROJE AKTİFKEN	9
Hızlı Giriş Yap	9
Tanıtım yapmaya başla	9
Bağış Toplama Hedefi	9
Dinle	9
Gogo İstatistik	Error! Bookmark not defined.
Kitlelere Ulaş	9
Proje Bitmeye Yaklaşırken	11
PROJE BİTTİKTEN SONRA	12
Seyirciyi Selamla	12
İcraat	12
Süreci Değerlendir ve İleriye Yönelik Adımlar At	12
Şeffaflık	12
Teşekkürler!	12

PROJEYE BAŞLAMADAN ÖNCE

Ön-hazırlık Aşaması

Fikrini Geliştir

Öncelikle her şeyi açıkça yazmalısın.

İşin en başında hayata geçirmek istediğin projeni en ufak detayıyla masaya yatır. Bunu yaparken aşağıdaki soruların cevaplarını verdiğine emin ol.

- Projen ile ne gerçekleştirmek istiyorsun?
- Hedef kitlen kimlerden oluşuyor?
- Projeni diğerlerinden ayıran özellikler neler?
- Aradığın fonu nerelerde kullanacaksın?

Takımını kur

İki veya daha fazla insandan oluşan ekipler genel olarak sadece bir kişiden oluşan ekiplere göre daha fazla fon topluyor! Bu nedenle, projeni geliştirirken sana projende yardımcı olabilecek insanları ekibine alabilirsin. Örneğin, bir sosyal medya uzmanı ya da işinin ehli bir fotoğrafçı vb. Bu insanlar projen için ilk destekleri beraberinde de getirebilirler. Herkesi tanıyan ve projene çok faydası olacak o arkadaşı kim? Çünkü onun çevresi bir anda senin de olabilir.

Ekibini kurduktan sonra projeye ilgili fikir alışverişinde bulunmak için onlarla bir araya gelerek toplantılar yap. Bu aşamaların sonunda fikrinin elle tutulur bir projeye dönüştüğünden emin ol.

Fongogo Hakkında Daha Fazla Bilgi Edin

Fongogo Blog: Gerek Fongogo gerekse kitlesel finansman hakkında seni aydınlatacak birçok bilgiye buradan ulaşabilirsin. blog.fongogo.com

Sıkça Sorulan Sorular: Kafandaki soruların bazılarını belki burada cevaplamışızdır. Bir göz atmanı tavsiye ederiz.

Başarı Hikayeleri: Sana ilham verecek ve kendi projeni yaratırken faydalanacağın başarı hikayeleri bir ders niteliğinde. Bu bilgiye gerek sitemizden gerekse blogdan ulaşabilirsin.

Kullanım Koşulları: Sistemin çalışmasını anlamak ve sorumluluk çerçevelerini anlamak açısından okumanı tavsiye ederiz. Sitemizden ulaşabilirsin.

Hazırlık Aşaması

Hikayeni oluştur

Fikrini öyle bir anlat ki, insanlar projene destek vermek istesin. Destekçilerin seni tanımak ister. O nedenle projeni kişiselleştirerek anlatmaktan çekinme. Destekçilerin projen için duyduğun tutkuna cevap verecektir.

- En önemli olduğunu düşündüğün şeyleri ilk önce yaz.
- Anlatmaya çalıştığın şeyi hikayeleştir - kesinlikle çok uzun olmamalı.

- Neden destek aradığını açıkça anlat - kafalarda soru işareti kalmamasın.
- Hem kendinden hem de varsa proje ekibinden bahsetmeyi unutma.
- Oluşturduğun bütçeyi bütün ayrıntılarıyla yaz - inandırıcı olması için hiçbir detayı atlama.
- Kullandığın dile ve yazım kurallarına dikkat et. Hazırladığın metni bir kaç defa oku ve hataların varsa düzelt.
- Yazını bölümlendirmeye çalış. İlgili yerleri ilgili başlıklarla ayırabilirsin.
- Yazını ilgili görsellerle desteklemeye ve zenginleştirmeye çalış.

! Aklında olsun; başarılı projelerin metinleri ortalama 600 kelime içeriyor.

Hedefini Belirle

Esnek ve sabit fon arasındaki farkı iyice anladığından emin ol. Çünkü bir kere projeyi oluşturup başlattığında fon tipini bir daha değiştiremeyeceksin.

Esnek Fon (Hepsi Benim): Hedefine ulaştın ya da ulaşmadın projene ne kadar destek gelirse alabiliyorsun.

- Yalnızca dernek ve vakıflar bu seçenekten yararlanabilir.

Sabit Fon (Ya Hep Ya Hiç): Sadece belirlediğin zaman içerisinde hedefine ulaştığın takdirde fonu alabiliyorsun.

- Dernek veya vakıf olmayan tüm birey ve şirketler bu seçeneği seçmek zorundadır.

Giderlerini çok iyi hesaplamalısın ve projeni hayata geçirmek için gereken rakamın ne olduğunu detaylıca düşünmelisin.

Destekçilerine vereceğin ödüllerin giderlerini de toplam giderlerinin içinde saymalısın (kargo dahil!).

Projen için toplamak istediğin bütçenin sadece ihtiyacın olan miktar olduğundan emin ol. Şişirilmiş bütçeler daha fazla fon bulmanı sağlamayacaktır. Büyük çaplı projelerin için projenin her önemli aşamasını küçük projeler halinde sunmayı dene.

Projenin Süresi

Birey ve şirket projeleri 60 güne, Dernek/Vakıf/STK projeleri 90 güne kadar yayında kalabilirler. Dünya genelinde başarılı projelerin ortalama proje süresinin 35-40 gün olduğunu belirtmek isteriz.

Ödüllerini belirle

Destekçilerine projenle alakalı ödüller vereceksin.

- Ödül, projene dair destekçilerine taahhüt ettiğin hizmet yada ürünlerdir. Ödüller çok farklı tipte olabilir, bunlardan bazıları: Dijital hizmetler, fiziksel ürünler, deneyimler. Destekçilerin hem projene inandıklarından ve gerçekleşmesini istediklerinden hem de sunduğun ödüllerini almak istediklerinden projene destek olacaklar.
- Ödüllerin projenle direk ilişkili olmalarında fayda var fakat sunabileceğin farklı faydalar varsa bunları da ödül haline getirebilirsin.

- En az üç farklı ödül tipi belirle, ödül sayın 10'un üzerine çıkarsa destekçilerin kafaları karışabilir. Bizim tavsiye ettiğimiz ideal ödül sayısı 5-8 arasındır.
- Destek seviyesini düşük fiyattan başlat. Bu meblalar seni tanımayanların da projene destek olmalarını sağlayacaktır. Destek seviyelerinin arasında büyük uçurumlar olmasın (örneğin başlangıç destek seviyen 20 TL iken bir sonraki 250 TL olursa 50 TL yada 100 TL seviyesinde projene destek olabilecek kitleyi kaçıırırsın).
- Sunduğun ödül sayısını kısıtlandırabilirsin. Bizim tavsiyemiz destekçi miktarı yüksek olacağından düşük fiyatlı ödüllerdeki sayı limitini yüksek tutman yada tamamen kaldırman.
- Projene en uygun ödülleri belirlemeyi unutma. 20 TL destek verenlere T-shirt, 100 TL destek verenlere açılış davetiyesi gibi.
- Ödül hazırlama ve gönderme sürecinin bütün aşamalarını düşündüğünden ve hesapladığından emin ol. Örneğin; bir T-shirt tedarikçisinden fiyat almak ve kargo giderlerini hesaplamak gibi.
- Vermek istediğin ödüllerin Fongogo kullanım sözleşmesindeki maddelere uygun olduğundan emin ol.

! Fongogo'nun komisyonunu ve ödeme sistemleri hizmet bedelini hesabına katmayı unutma.

Ödeme bilgilerini belirle

Kredi kartı ile ödeme alabilmek için Hesap Bilgileri bölümüne İsim-Soyisim, IBAN no ve TC Kimlik Numaranı sisteme girmelisin.

Görsellerini hazırla

Projen için seçeceğin imajın projenle alakalı ve ilgi çekici olduğundan emin ol. Unutma ki, insanlar bu imajı görerek projene tıklayacaklar. Onların projenle ilgilenmesi için bir neden yarat.

- Ürününe/projene/fikrine ait görselleri ve fotoğrafları hazırla
- Projen ile ilişkili rakamları belirle ve grafikleri tasarla
- Kampanya Fotoğrafı hazırla ve projeni ilgi çekici kılan bir görsel ile destekçi için bir neden yarat.

Videonu hazırla

Seni, hikayeni, hedefini ve projeni anlatan min. 40 sn. maks. 3 dk.lık bir tanıtım videosu hazırla. Kitlese fonlama kampanyası videosu olan projeler, videosu olmayan projelere göre %114 daha fazla fon topluyor. Tanıtım videonun açık, kısa ve öz olduğuna emin ol. Unutma, projen için sadece para istemiyorsun. Aynı zamanda insanları, projenin başarılı olması için yardıma çağırıyorsun!

- Videonun senaryosunu yaz/storyboard hazırla
- Çekim yapılacak ise çekim yapılacak yeri belirle ve videoda oynayacak kişi ile anlaş
- Proje sahibi olarak senin de yer aldığı videonu çek/çektir

- Videoda kullanacağın müziği seç
- Video seslendirmesini kaydet
- Videoda kullanacağın görselleri hazırla
- Videonu düzenle
- Videonun sonunda mutlaka anlaşılır ve açık bir slogan kullan.
- Videonu hem proje sayfasında hem sosyal medya kanallarında paylaş.
- Vimeo ve Youtube'a yükleyerek ilişkili anahtar kelimeler gir ve oralardan proje profil sayfasına link ver.

Video oluşturma konusunda daha fazla bilgi edinmek istiyorsan websitemizden Video Hazırlama Rehberi'ne ulaşabilirsin.

Linkler ve sosyal medya hesapların

Projen ya da şirketin için sosyal medya hesapları yarat. Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest hesabı aç. Yoksa blog sayfası hazırla. Proje sayfa Facebook, Twitter ve kullandığın diğer bütün sosyal medya sayfaların linklerini eklemelisin. Eğer varsa bütün bu linkleri projenin web sitesine ve Fongogo proje sayfa da eklemelisin. Böylelikle projenin bilinirliğini arttıracaksın.

Strateji Geliştirme

Bu aşamada ekibinle bir araya gelerek kampanyanın farklı adımları için strateji geliştirmelisin.

Projen yayınlanmadan önce ve yayındayken izleyeceğin pazarlama stratejini oluştur.

İletmek istediğin mesajı nasıl yayacaksın?

Sana bu aşamada kimler yardım edecek?

Projene destekçi bulmak için offline dünyada nasıl aksiyon alacaksın?

- Hedef kitleni belirle
- Hedeflediğin pazarı belirle
- Projeye etkisi ve katkısı olabilecek isimleri belirle
- Mail/mesaj gönderim aralıklarını ve içeriklerini planla
- Odaklanacağın sosyal medya hesaplarını belirle. (Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram vb.)
- Yazılı tanıtım materyali oluştur. Az ve öz olsun. Kafalarda soru işareti kalmasın.
- Kampanya fotoğrafı hazırla. (Projeyi ilgi çekici kılan bir görsel ile destekçi için bir neden yarat.)
- Güncelleme videolarını planla/hazırla.

Projen bittikten sonra izleyeceğin stratejini oluştur

Ödüllerini destekçilerine nasıl ulaştıracaksın?

- Vaad ettiğin ödüllerini hazırlaman için gerekenleri listele
- Ödüllerini dijital ortamda iletmeyeceksen kargo/posta gönderimini planla
- Kitlesele fonlama kampanyan sona erdikten ve ödüllerini destekçilerine ilettikten sonra ürününü/hizmetini nasıl satacağını düşün.
- Destekçilerini sosyal medya, mailing ve Fongogo proje sayfası üzerinden güncellemelerle bilgilendir: unutma, onlar senin gelecekteki müşterilerin!
- Ürünü ya da hizmetini bir platform üzerinden satmak istiyorsan bu platformların hangi platformlar olabileceğini araştır.
- Sermayeni nasıl kullanacağını ve düzenli akışı nasıl kuracağını dikkatle hesapla

Tanıtım Hazırlığı

Bütün sosyal medya hesaplarında ve maillerinde kullanacağın içerikleri, görselleri ve grafikleri hazırla.

E-mail

Ödüllerini destekçilerine nasıl ulaştıracaksın?

- Mail göndereceğin kişileri listele ve gruplandır. Sana en yakın olanlarla ilk kantağa geç çünkü onların projene destek olma ihtimali daha yüksek.
- Bir e-mail şablonu oluştur.
- Her bir mail için farklı metinler hazırla.
- Attığın maillerin çok uzun olmamasına; her bir mailin bir önceki mailden farklı uzunlukta ve farklı içerikte olmasına özen göster.

Duyuru

Projene duyuracağın kişiler/mecralar arasında arkadaşlar ve aile, iş arkadaşları, bloggerlar, influencerlar, sosyal online mecralar, forumlar olabilir. Projene başlatmadan önce kendine daha yakın hissettiğin kitleye projenin çok yakında başlayacağından bahset. Hatta yakın çevren için küçük bir açılış yap. Onları projene başlar başlamaz katkıda bulunmaları için teşvik et ve heyecanlandır. Böylece projene daha başlangıçta ilgi çekici görünecektir. Sosyal medya kanallarını gizem ve merak uyandırmak için kullan.

- Bir tane blog hesabı oluştur ve diğer bloggerları takip et.
- Twitter, Google ve Facebook hesaplarını oluşturduktan sonra duyurulara başla. Facebook ve Google gibi mecralarda projenin daha geniş hedef kitesine duyurulması açısından reklam bütçesi ayırabilirsin. Örneğin projenin Fongogo'daki kampanya sayfasını Facebook'da bir postla duyurup bu postu ayırdığın reklam bütçesiyle daha geniş kitleye yayabilirsin.
- Bütün sosyal medya hesaplarından projene ilgili güncellemeleri anlık olarak yap.

- Slogan ve reklam çalışması yap.
- Grsel ve grafikler ekle.
- Proje oluştururken Fongogo'nun sunduğu Google Analytics özelliğinden yararlan ve sayfanın trafik istatistiklerini takip et.
- Facebook paylaşımlarına UTM takip kodu ekle
- Sosyal medyada gönderdiğin bilgilerin kısa ama öz olmasına ve yeterli sayıda olmasına dikkat et. Daha çok güncelleme ve post daha çok destek alacağın anlamına gelmeyebilir – insanlar sıkılabilir ama kimseyi de habersiz bırakma.



PR

- Kitlesele fonlama kampanyan için bir basın bülteni hazırla
- Basın bültenini ileteneğin yerleri ve kaynaklarını araştır.
- Basın bültenini gönder.

Sponsorlar/Ortaklar

Eğer sponsorların veya ortakların varsa onların da projeni yaymak ve duyurmak için bütün vrelerini kullandıklarından emin ol.

Proje Başlatma Aşaması

Kampanya stratejileri oluşturulduktan sonra projeni başlatmaya bir adım uzaktasın!

Açılış komitesi kur

Projen başlamadan hemen önce projenin son halini gözden geçirmeleri için 3-4 arkadaşını davet et. Onlardan projenin son haliyle ilgili geri dönüşüm al ve yorumlarını dinle. Neleri sevdiler, onlar

olsa nereleri değiştirirlerdi? Ödüller, tanıtım yazıları vs. Bu geri dönüşüm yakın çevrenin projeni daha fazla sahiplenmesine sebep olacaktır. Eğer projeni fonlarsa ve bu durumdan gurur duylarsa, hem projeni hem de kendi desteklerini çevrelere anlatmak isteyeceklerdir

Heyecan Yarat

Çevrene projenin çok yakında başlayacağından bahset. Onları, projen başlar başlamaz katkıda bulunmaları için teşvik et ve heyecanlandır.

! Her şey hazır olduğunda projeni bir Pazartesi ya da Salı gününde başlatmayı düşünmelisin. Bu, haftalık ivmeyi yakalamana yardım edecektir. Pazartesi ve Salı günü başlatılan kampanyalar ilk haftalarında, diğer günlerde açılan projelere göre %14 daha fazla fonlanmakta.

PROJE AKTİFKEN

Hızlı Giriş Yap

Destekçilerinde heyecan yaratman ve destek vermelerini sağlaman çok önemli!

Tanıtım yapmaya başla

Sosyal medya hesaplarında hazırladığın yazılı tanıtım materyalini, kampanya fotoğrafını ve tanıtım videosunu proje linkin ile paylaş.

Destek Toplama Hedefi

Hedef fon miktarını çok yüksek tutma. Sonuçta hedeflediğin bütçeyi aşma şansın var. Aradığın fon miktarının çok daha fazlasını bulmuş olman projenin başarılı olduğunu gösterecektir. Projenin ilk haftası çok önemli. 1. gün en azından 1 destek toplama hedefini gerçekleştir. Genel olarak başarıya ulaşmış kampanyaların %85'i ilk desteklerini seyirciye çıktıkları ilk gün alıyorlar. İhtiyacın olan miktarın %25-30'unu kendi çevrenden toplamanda fayda var (arkadaş, aile vs.). Seni tanımayan insanlar destek vermek için en azından projenin ilgi gördüğünü görmek isteyeceklerdir. Ayrıca bütçe hedefinin üçte birini projenin ilk çeyreğinde toplamaya çalış. Projene gelen fonlar zamanla düşebilir, bu çok normal. Bu durumda projene ivme kazandırmak ve onu canlandırmak için proje boyunca destekçilerine yeni ödüller sunmayı dene. Ama unutma, sana daha önce destek vermiş insanlar aynı destek miktarı için daha iyi ödül görmekten hoşlanmayacaklardır. O yüzden, gelen destek miktarlarına verdiğin ödüllerin sadece çeşidini arttır, değerini değil!

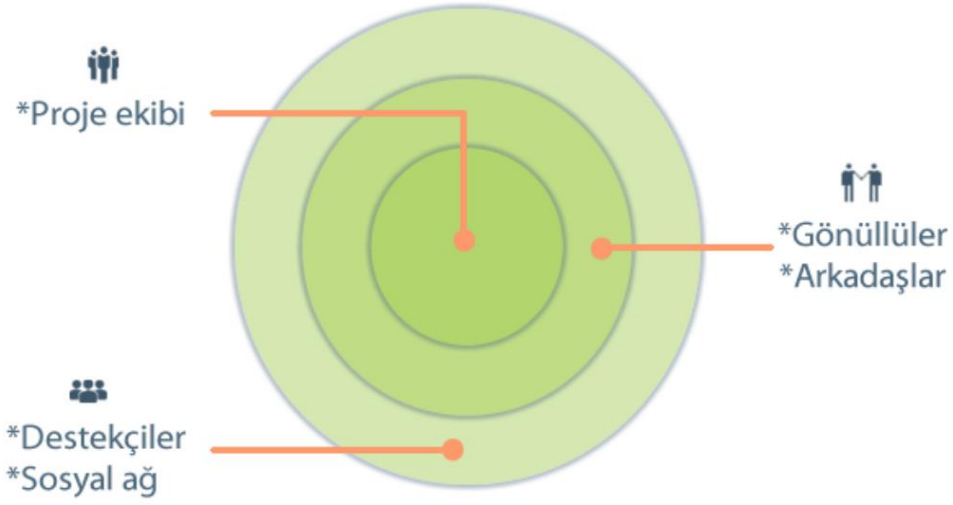
Dinle

Gelen her türlü geri bildirim ve yorumu dinleyerek yakın çevrenin ve ilk destekçilerinin tavsiyeleriyle değişiklikler yapmaya hazır ol. Takipçilerin ve destekçilerinle ne kadar etkileşim halinde olursan onlar da senin hakkında o kadar konuşmak isteyeceklerdir. Bu işbirliği projen için aradığın kitlesel desteğin en önemli avantajlarından. Kesinlikle doğru bir şekilde kullanmalısın.

Kitlelere Ulaş

Ulaşman ve desteğini alman gereken ilk kitle yakın çevren. Projenin ilk 48 saatinde bu kitlenin desteğini almış olmaya çalış. Fikirlerini ve projeni yakın çevrenle paylaşabileceğin ve onların da projene katkıda bulunmasına ön ayak olacak bir buluşma ayarla. Sana destek olmuş kişileri projenin daha geniş kitlelere yayılmasında elçi olarak kullan. Onlara ulaşp projeni çevrelere duyurmalarını rica et. Bu kitlenin desteğini aldığından emin olduktan sonra daha geniş çevrene ulaşabilirsin.

KİTLELERE ULAŞ



E-posta

E-posta kendi ağındaki insanlara ulaşmanın en kolay yollarından biri. Projenle ilgili her şeyi açıkladığın, proje sayfa linkini de içeren bir e-mail hazırla ve bunu ağındaki herkese gönder. Projen için onların da desteğini beklediğini belirterek, daha fazla insana ulaşmak için onlardan yardım iste. Kesinlikle spam mailler oluşturmaktan uzak dur. İkna etmenin kolay olmadığını düşündüğün kişilerle bire bir iletişim kurmaya çalış. Projenin linkini maile eklediğinden emin ol ve imza bölümünde de mutlaka kullan. İstatistiklere göre e-posta, sosyal medya paylaşımlarından %34 daha efektif bir yöntem.

Offline

Projeni daha fazla insana etkili bir şekilde yaymak için sadece online aksiyonlar maalesef ki yeterli değil. Offline alanda da ne yapabileceğin üzerine düşünmen gerekiyor. Yerel medya kanalları -yazılı basın, TV ve radyo- her zaman sunmak için yaratıcı ve ilginç içerik ararlar. Senin projen onlar için mükemmel bir hikaye olabilir! Onlara ulaşmaya ve hikayeni anlatmaya çalış!

Ayrıca, projene faydasının olabileceğini düşündüğün ünlü birini tanıyorsan, tanıtım aşamasında yardımını iste. Onun hedef kitle üzerinden yarattığı etki, doğru kullanıldığı takdirde işine çok yarayacaktır.

Sosyal Medya

Online mecralarda hedef kitleyle mümkün olduğunca fazla etkileşime geçmek kitlesel desteğin en önemli parçalarından biridir. Bu etkileşim sayesinde, projenle ilgili farkındalık, hız ve destek önemli ölçüde artacaktır.

Sosyal medya, gerek varolan çevrenle tekrar iletişime geçmen gerekse seni tanımayan ve projene ilgi duyabilecek insanlara ulaşman için oldukça doğru bir platform.

Post (gönderi), fotoğraf- görsel, video ve daha fazlası için paylaşım olanağı veren sosyal medya, kendi projeni de aynı şekilde yaymak için oldukça dinamik bir alan.

Unutma, insanlardan sadece para istemiyorsun; ayrıca onları iş birliğine davet ediyorsun.

Twitter

o Projenle ilgili bilinirlik yaratmak için en popüler olan ve güncel olan hashtag(#)’leri kullanmaya çalış.

o HER ZAMAN projenin linkini ne tweetlersen tweetle kullan.

- o Hep daha fazla insana ulaşmak için diğerlerinden seni reweetlemesini iste.
- o Projenle ilgilenebilecek potansiyel destekçileri bul ve tanımasan da onlara tweet at.
- o Diğer kullanıcıları takip ederek takipçilerini arttır.
- o Çok fazla tweet atmamaya özen göster.
- o Takım arkadaşlarının da twitter kullanarak projenden bahsettiğinden emin ol.
- o Takipçilerine ödül seçeneklerinden bahset ve özel olarak hepsini açıkla.

Facebook

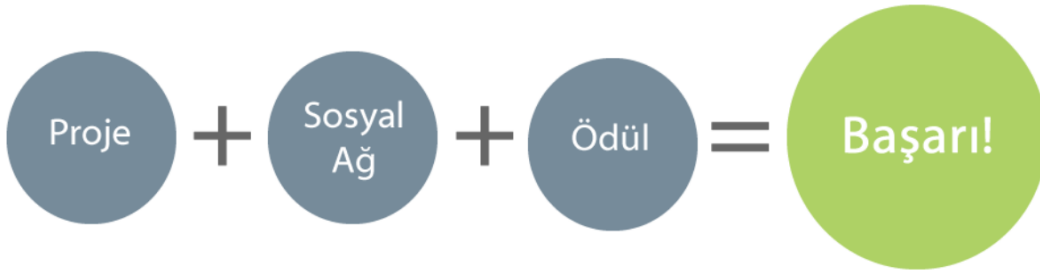
- o Hem kendi kişisel hesabından hem de projenin Facebook sayfasından düzenli güncellemeler yap.
- o Her zaman proje sayfasının linkini postlarına ekle.
- o İnsanlardan geri bildirim iste ve onlara sorular sorarak etkileşim oranını yükselt.
- o Facebook kullanıcıları "Like" (beğen) ve "Share" (paylaş) aksiyonlarına meyillidir. Onlara tasarladığın ödüllerden özel olarak bahset; projenle ilgili video ve imajları paylaş.
- o Projeni daha geniş bir kitleye duyurmak için reklam bütçesi ayır. Bu bütçeyle Facebook üzerinden hedef kitle belirleyip duyurunun bu kitleye ulaşmasını sağlayabilirsin.
- o Facebook paylaşımına gelen yorumlara cevap vermeye dikkat et. Kullanıcılarla etkileşim sağlarsan projene destek olmalarını kolaylaştırırsın.

Instagram

- o Yaratıcı görsellerle kampanyana ivme kazandırmak için Instagram kullan (Ödüllerini hazırlarken, takım arkadaşlarıyla birlikteyken, projeye ilgili çalışırken vs.).
- o Projen için düzenlediğin davetlerin, buluşmaların fotoğrafını çek ve paylaş.
- o Sana ve projene faydası olabileceğini düşündüğün hesapları takip et.
- o Projenle ilgili her türlü kelimeyi etiketle.
- o Özellikle fotoğraflarını proje linkini paylaşarak etiketle.
- o İnsanlara ödülleri, tanıtım videonu ve fotoğraflarını göster.

Linkler

- o Projene ve markana dair görsel bir bilinirlik yaratmak için Pinterest hesabını kullan.
- o Ödüllerinin fotoğrafını pinle ve ilginç, yaratıcı olacağını düşündüğün görselleri burada paylaş.
- o Projene yardımcı dokunabilecek diğer hesapları takip et.
- o Proje sayfana yönlendiren video ve imajları paylaş.
- o Profil bilgilerinde projenin linkine mutlaka yer ver.



Proje Bitmeye Yaklaşırken

ZAMAN TÜKENİYOR!

Acil Durum Algısı: Kampanyanın bitimine 1 hafta kala mutlaka "acil durum algısı" yaratmaya çalış. "Destek vermek için çok az zamanınız kaldı!" gibi.

Destekçilerine Teşekkür Et: İnsanlar projeni fonlar fonlamaz onlara kişisel olarak teşekkür e-postaları gönder. Unutma, sana bir kere destek olan bir destekçi hedefine ulaşman için tekrar destek olabilir.

Gösteri Zamanı: Şimdi dikkat çekici bir performans sergileme zamanı! Kampanyanın bitimine yakın dönemde ilgi çekici ve yaratıcı bir aksiyon alman bu işin olmazsa olmazı. "Hedefimize

ulaşana kadar dans ediyoruz!”, “20.000 TL toplayan kadar şarkı söyleyeceğiz” gibi son dakika takipçilerini daha da fazla desteklemeye yöneltecek paylaşımlarda bulun. Yaratıcılık kısmı sana kalmış!

PROJE BİTTİKTEN SONRA

Seyirciyi Selamla

İcraat

Projen sonra erdikten sonra ödüllerin durumuyla ilgili destekçilerini bilgilendir. Proje boyunca kurduğun ağı, sonrasında da devam ettirmen çok önemli. Gerek kendi websitenden, gerekse sosyal medya kanallarından onlarla etkileşim halinde olduğundan emin ol.

Projen sona erdikten sonra da Fongogo'daki proje sayfandan güncellemeler yaparak destekçilerini bilgilendirebilirsin. Ayrıca, destekçilerinle olan iletişiminin kopmaması için, bütün destekçilerinin gerekli bilgilerini kolaylıkla erişebileceğin bir yerde sakla ve onlardan izinsiz kimseyle paylaşma.

Süreci Değerlendir ve İleriye Yönelik Adımlar At

Bu zamana kadar neler yaptığınızı ve ne kadar geliştiğini gözden geçirerek bir değerlendirme yap. Buradan edindiğin deneyimi, bir sonraki Fongogo projen için etkili bir şekilde kullanabilirsin. Eğer bu proje için tekrar desteğe ihtiyacın olursa, eski kampanyanın devamı şeklinde yeni projeye başlayarak destek arayabilirsin.

şeffaflık

Kampanyan sona erdikten sonra ödüllerin gönderimine kadar projeye ilgili gerekli bütün güncel ilerlemeleri takipçilerin ve destekçilerinle Fongogo üzerinden paylaş. Öğrenmek istedikleri bütün ayrıntıları onlara anlat. Kullandığın sosyal medya hesaplarından projenin sona erdiğini duyur ve ne aşamada olduğuna dair kısa bir bilgi ver. Projen hayata geçtikten sonra buradaki kitleye ilerde de ihtiyacın olacağını unutma. O yüzden, sahip olduğun bu fırsatı çok iyi kullan.

Teşekkürler!

Bütün destekçilerine ulaşarak onlara yardımlarından dolayı teşekkür et.

İLETİŞİM

www.fongogo.com

Her türlü soru ve yorum için: info@fongogo.com

facebook.com/Fongogo

twitter.com/Fongogo_

blog.fongogo.com