

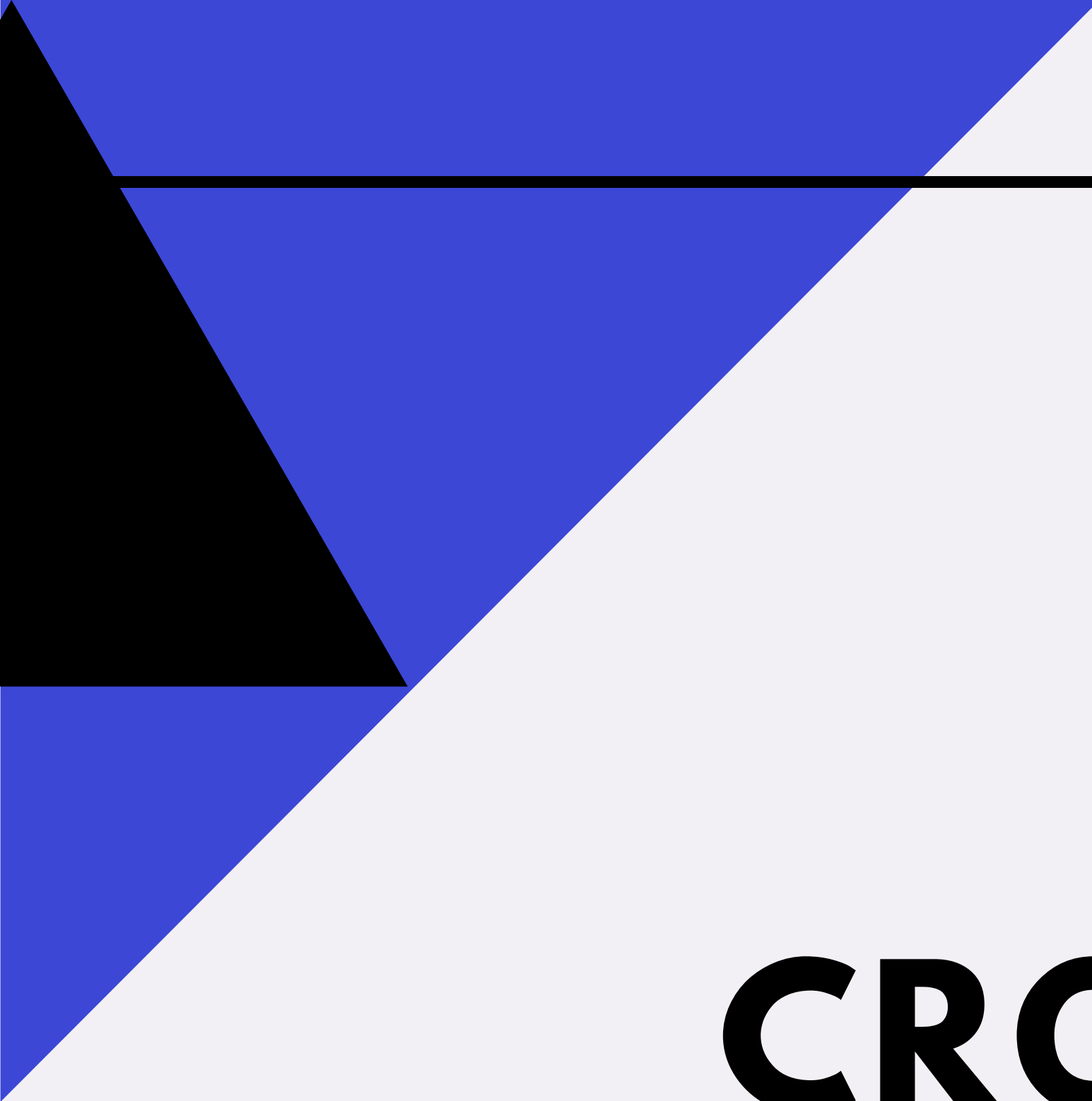
Crowdfunding w OZE

Max Salamonowicz

Warszawa, 13 grudnia 2019



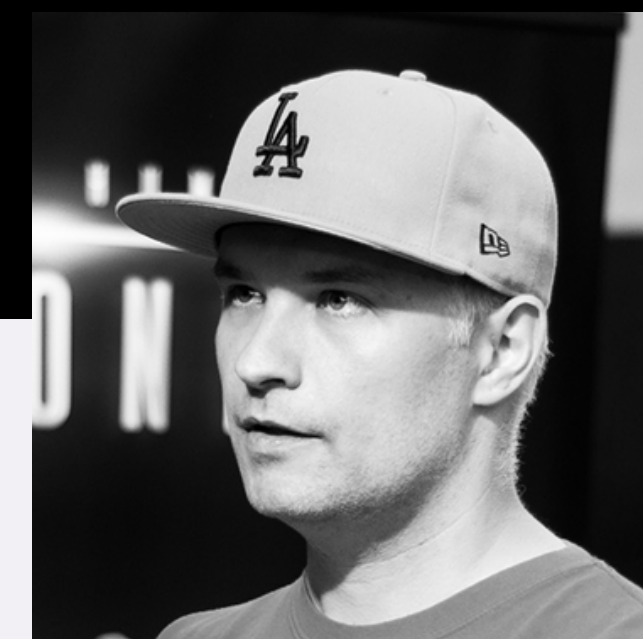
This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 785081. Disclaimer: The content of this material does not reflect the official opinion of the European Union. Responsibility for the information and views expressed lies entirely with the author(s).



Max Salamonowicz

CROWDFUNDING W OZE

MÓWCA



MAX
SALAMONOWICZ

ACR Systems
Three Headed Monster



CROWDFUNDING

...CZY TO DZIAŁA?

Rodzaje crowdfundingu

DOTACYJNY

Chętni wspierają wskazany cel, nie ma zadeklarowanej wartości zwrotnej.

NAGRODY LUB PRE-ORDER

Chętni wspierają w zamian za nagrodę.
Patrz: Kickstarter, IndieGoGo, Wspieram.to

UDZIAŁOWY

Chętni wspierają w zamian za udział w zyskach, udziały lub akcje. Patrz: Beesfund.

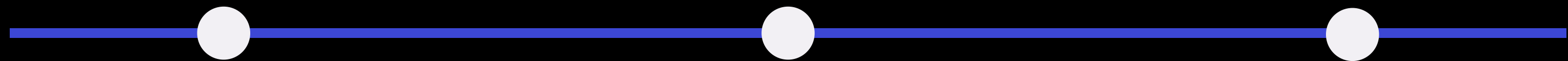
DŁUŻNY

Chętni wspierają wskazany cel, forma zbliżona do obligacji korporacyjnych.

**KLUCZOWYM JEST
WYBRAĆ
ODPOWIEDNIA
FORMĘ**

KAŻDA KAMPANIA SPOŁECZNOŚCIOWA POWINNA BYĆ UNIKATOWA

WAŻNE ELEMENTY SKŁADOWE



SPOŁECZNOŚĆ

Odpowiednia masa
krytyczna konieczna do
przeprowadzenia kampanii z
sukcesem.

PRZEDMIOT

Jasno i przejrzystość
wytłumaczony cel realizacji
kampanii oraz potencjalny
wynik.

WZAJEMNOŚĆ

Prosta zależność
zaangażowania w inicjatywę
przekładająca się na
rzeczywiste rezultaty.

SPOŁECZNOŚĆ

Każdy crowdfunding opiera się głównie na tłumie.
Bez odpowiedniej ilości chętnych - porażka.

PRZEDMIOT

Bezwzględnie precyzyjnie określony cel
crowdfundingu opisany w przystępny sposób.



WZAJEMNOŚĆ

BARDZO ISTOTNA RELACJA

...będąca kluczem do strategii sukcesu kampanii crowdfundingowej. Bez wzajemności będzie to tylko i wyłącznie kampania marketingowa ze sprzedażą.

CEL:

100%

SPEŁNIONYCH OCZEKIWAŃ

ORGANIZATORA CROWDFUNDINGU ORAZ
UCZESTNIKÓW PARTYCYPUJĄCYCH.



TO JEST TRUDNE

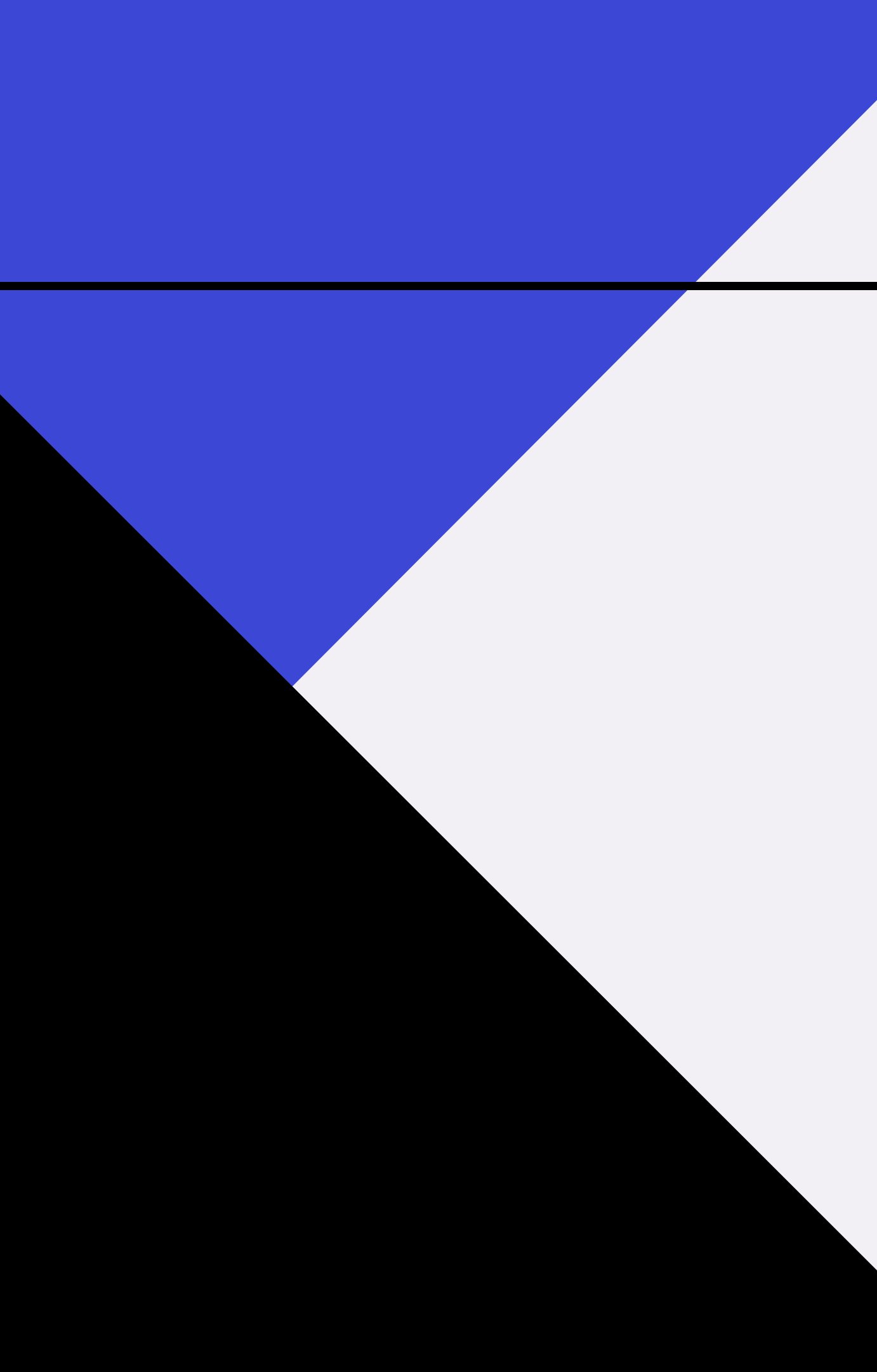
NAJWAŻNIEJSZE TO ROZUMIEĆ TŁUM

CO JEST WAŻNE?

KLAROWNE ZASADY I
RAMY CZASOWE

ZROZUMIAŁA FORMA
PARTYCYPACJI

DOBRE RELACJE I
NATYCHMIASTOWA KOMUNIKACJA



CZY TO MA SENS?

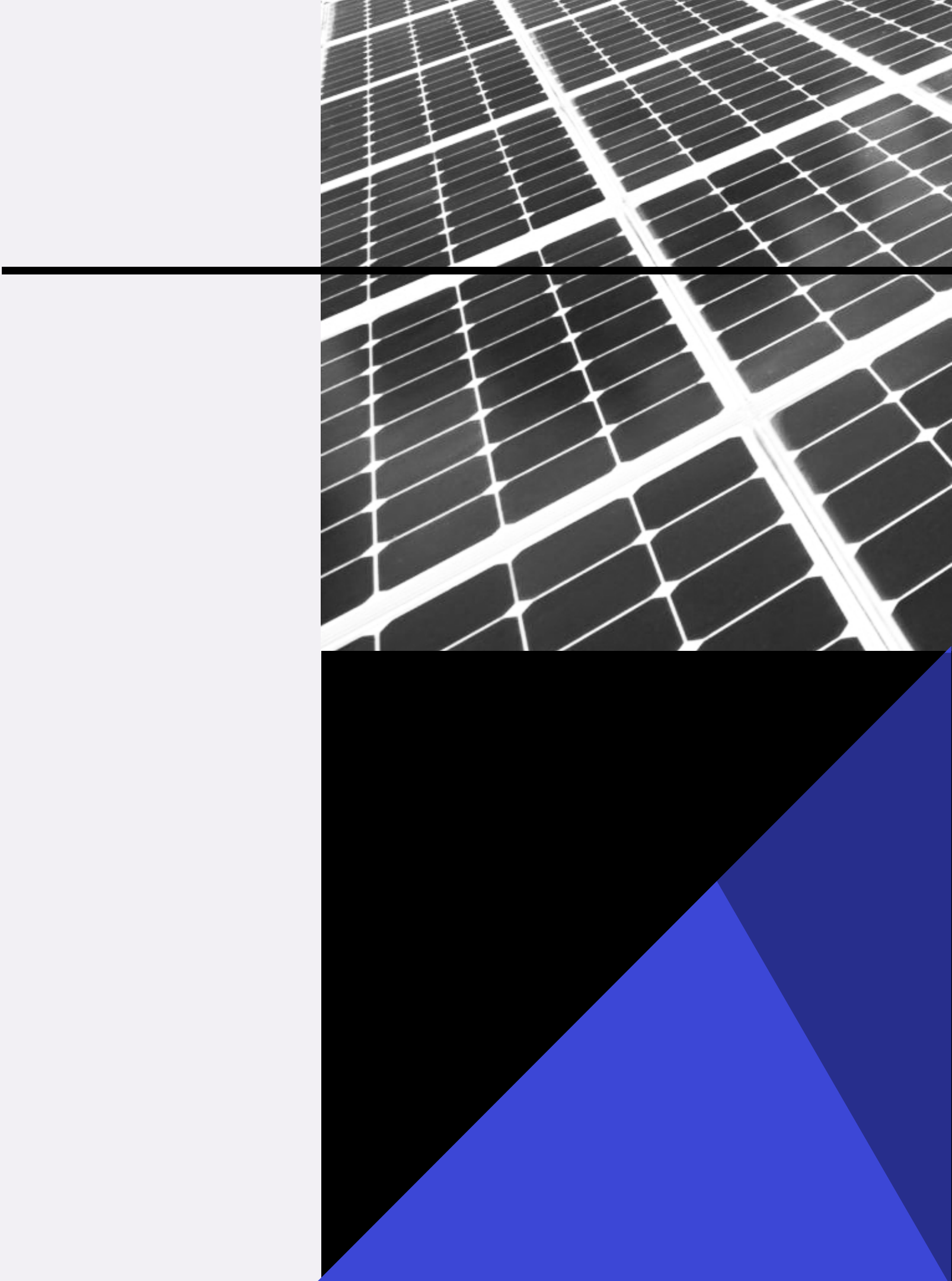
HOLANDIA, 1.3 MLN
EUR W 13 GODZIN

Elektrownia wiatrowa
wsparta przez 1700
gospodarstw domowych.

WIELKA BRYTANIA,
1.2 MLN FUNTÓW

Farma fotowoltaiczna
zbudowana w oparciu o
finansowanie na platformie
Ethex.

EFEKT SKALI



STAR CITIZEN - 250 MLN USD

Rozrywka / gry. Globalny rekord i interesująca historia.

KINGDOM DEATH MONSTER - 12.5 MLN USD

Rozrywka / gry. Bieżący rekord na Kickstarter.

COOLEST COOLER - 13.3 MLN USD

Hardware na Kickstarter - lodówka turystyczna.

EFEKT SKALI, CD

KAMPANIE AWAKEN REALMS - 22+ MLN USD

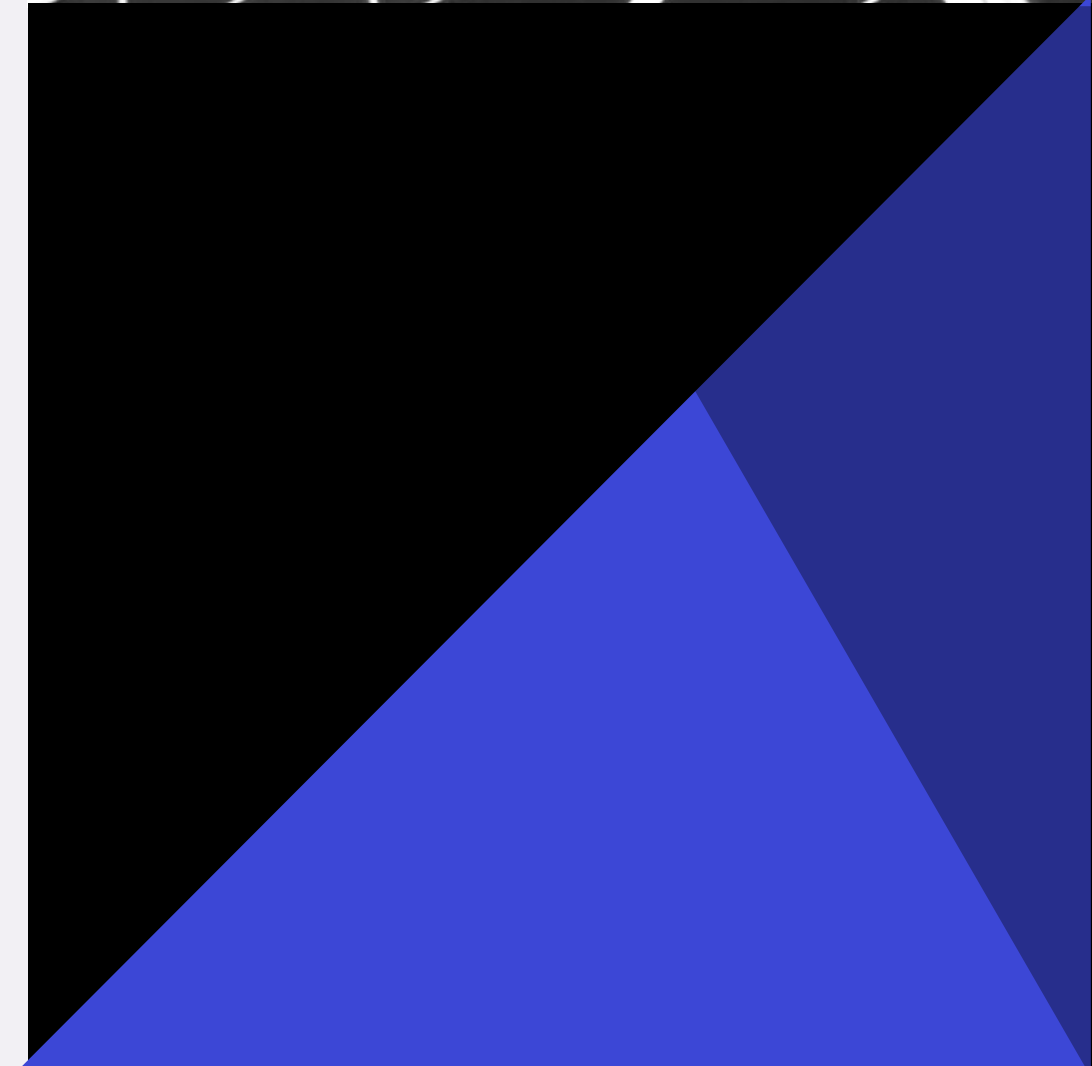
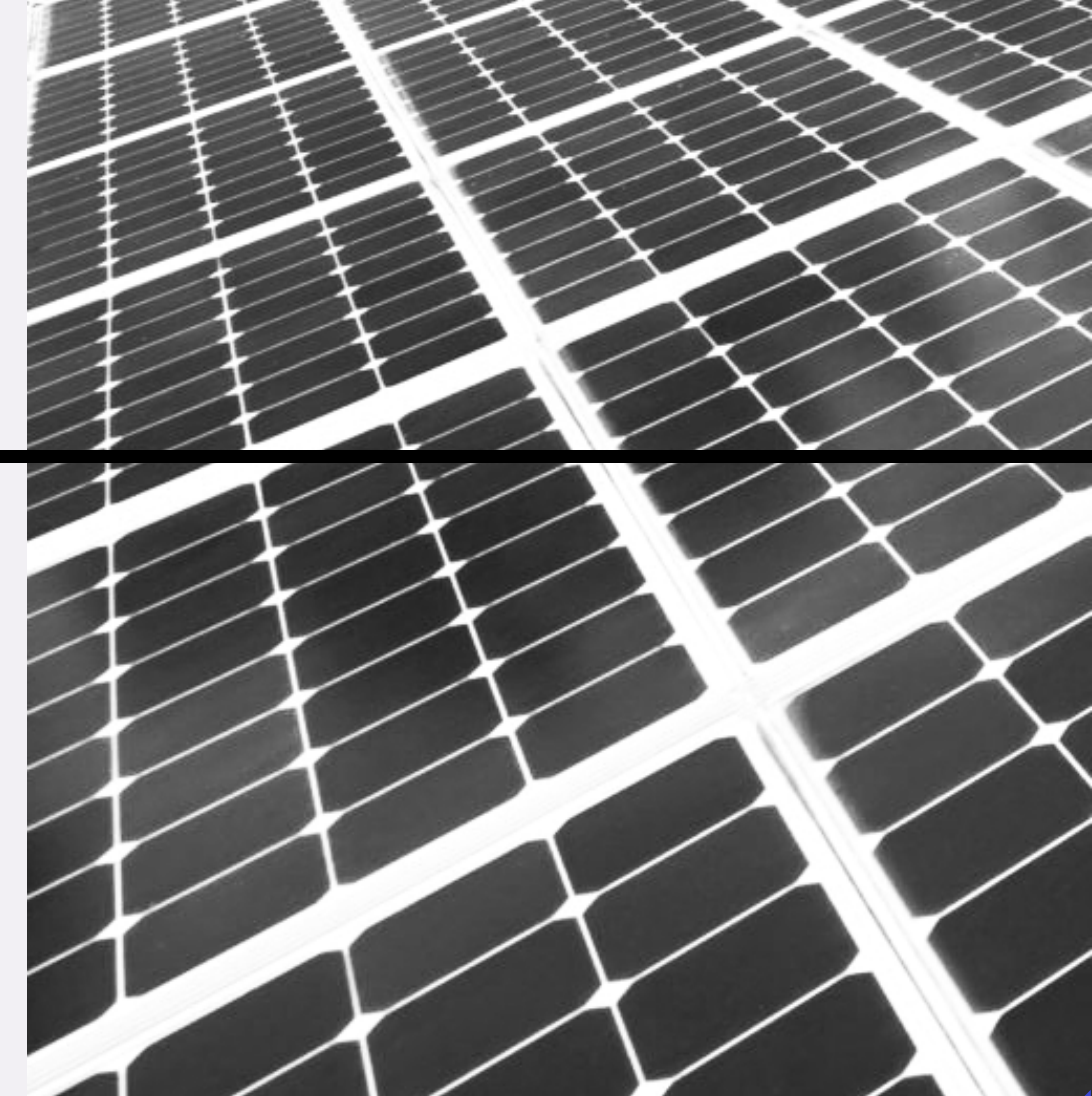
Rozrywka / gry. 9 kampanii Kickstarter studia z Wrocławia.

BREWDOG - 96 MLN USD

Amerykańskie piwa kraftowe - equity crowdfunding.

OZE UK W 2016 - 131.5 MLN USD

Wszystkie zaraportowane projekty OZE w UK z 2016 roku.



4 560 000 000 USD

KICKSTARTER 2012 - 2019 Q3, CROWDFUNDING NAGRODOWY

439 000 000 USD

EQUITY CROWDFUNDING W WIELKIEJ BRYTANII, 2017

CO DAĆ LUDZIOM W ZAMIAN

WZAJEMNOŚĆ

...jest kluczowa. Uczestnicy pragną dialogu - z organizatorem i pozostałymi uczestnikami.

POCZUCIE PARTYCYPACJI

...dzięki umożliwieniu współpracy i komunikacji między uczestnikami, nie tylko na poziomie organizator-uczestnik.

MOŻLIWOŚĆ WYWIERANIA WPŁYWU

...poprzez kształtowanie projektu, produktu, usługi, bycie konsultantem społecznym, podejmowanie rzeczywistych wyborów.

Podstawy udanej kampanii

● **MARKETING SZYTY NA MIARĘ**

Standardowy marketing i PR w większości przypadków nie wystarcza.

● **NATYCHMIASTOWA KOMUNIKACJA**

Być online 24h/dobę. Odpowiadać wszystkim, także sceptykom. Zarządzać oczekiwaniami i gasić pożary w sieciach społecznościowych.

● **ZROZUMIENIE TŁUMU**

Zatrudnić eksperta z portfolio udanych kampanii crowdfundingowych.

● **BARDZO DOBRE PRZYGOTOWANIE**

Każda kampania potrzebuje odpowiednio dużo czasu na przygotowanie. Equity Crowdfunding i kampanie Kickstarter zazwyczaj są przygotowywane przez minimum kilka miesięcy, często ponad rok.



Crowdfunding

...to w rzeczywistości hazard. Wg. większości osób biorących udział w niepopularnych i niespotykanych przez nich formach finansowania projektów widzą niebezpieczeństwo utraty zainwestowanych środków.

PYTAJCIE!

ADRES E-MAIL
max (at) t-h-m.com

