

**MANUAL DE AYUDA
PARA CREADORES**

edición del proyecto



PATROCINA

ÍNDICE

<i>Introducción</i>	pg. 2
<i>Datos básicos</i>	pg. 3
<i>Modalidades de patrocinio</i>	pg. 5
<i>Presentación del proyecto</i>	pg. 7
<i>Creador del proyecto</i>	pg. 8

INDROUCCIÓ

Para lograr el éxito en tu campaña es crucial una perfecta edición de tu página de campaña en la plataforma y que la misma sea atractiva, visual y contenga toda la información imprescindible. Os detallamos en este artículo una serie de sugerencias y recomendaciones para que la página de vuestro proyecto quede perfectamente editada.

Antes de empezar a editar vuestro proyecto, conviene que tengáis vuestro **perfil** completo al 100%, con todos vuestros datos personales y bancarios, así como los links a vuestra web y redes sociales y una foto o logo de vuestra empresa, si se trata de un perfil de empresa. El tamaño recomendado para la imagen de perfil es de 190×190 píxeles.

Una vez registrados y con vuestro perfil completo podréis acceder el **editor del proyecto** para empezar a editar vuestra campaña. Veréis que tenéis la posibilidad de editar la campaña en los **3 idiomas** que tenemos ahora activados (español, inglés y catalán). Podéis editar el proyecto en un idioma, en dos o en los tres. Si lo hacéis en los tres, mejor que mejor.

DATOS BÁSICOS

1. - **Título:** que sea breve y defina al proyecto.
2. - **Descripción breve:** en 250 caracteres debéis describir vuestro proyecto de forma clara y concisa.
3. - Sube tu **logo** (250×100) e **imagen del proyecto** (358×202). La imagen del proyecto es la que se va a ver en la home, por lo que debe ser una imagen representativa del proyecto.
4. - Elige la **categoría** en la que mejor encaje tu proyecto.
5. - Completa los campos **de sitio web, población y país**. ¡No dejes ningún campo en blanco!
6. - Debéis definir un **objetivo mínimo y objetivo óptimo**.

El **objetivo mínimo viable** es el mínimo que necesitáis recaudar en vuestra campaña para que el proyecto salga adelante. Y es obligatorio alcanzarlo para conseguir la recaudación de la campaña. Lo ideal es que este objetivo sea realista y no muy elevado. ¡Y es fundamental que lo alcancemos!

El **objetivo óptimo** es la cantidad que os gustaría conseguir, necesaria para que vuestro proyecto obtenga la financiación necesaria para crecer y mejorar, respecto a ediciones anteriores o para cubrir el 100% de vuestro presupuesto.

No será necesario alcanzar el objetivo óptimo para cobrar la recaudación de la campaña, pero servirá como referencia para conocer lo que el proyecto desea conseguir. Y si superamos esta cantidad pues fantástico, no supone un tope.

7. - Duración de la campaña: podéis elegir entre 40 o 60 días.

8. - Vídeo de la campaña: lo ideal es publicar un videopitching en el que, en 3 minutos máximo, expliquéis vuestro proyecto, que luego quedará más detallado en descripción de la plataforma. En estos tres minutos, debéis explicar:

- Quienes sois.
- Sobre que trata vuestro proyecto y en que punto se encuentra.
- Cual es vuestro objetivo y como pensáis alcanzarlo.
- La financiación que necesitáis y en que la vais a invertir.
- Los beneficios para las marcas y fans que os patrocinen.

El videopitching debe ser imaginativo, con buena calidad de imagen y sonido. Podéis incluir gráficos, imágenes y subtítulos que acompañen y completen. Este es un buen ejemplo de videopitching.

Si en el momento de editar tu campaña no dispones aun del videopitching, puedes poner provisionalmente un vídeo promocional, teaser, trailer o vídeo resumen de ediciones anteriores. Y en cuanto lo tengas, sustituido por el videopitching final

MODALIDADES DE PATROCINIO

Cuando editéis las modalidades de patrocinio, debéis diferenciar entre Patrocinios FAN y Patrocinios Marca.

Patrocinio FAN:

Son los patrocinios ofrecidos a vuestra comunidad de seguidores y a personas que a título personal deseen apoyar vuestro proyecto a cambio de una recompensa o venta anticipada. Esta modalidad de patrocinio es lo que se conoce como **crowdfunding de recompensa**.

¿Cual es la finalidad de estos patrocinios FAN?:

1. Generar comunidad alrededor de vuestro proyecto y mostrar a las marcas el interés que los seguidores tienen hacia el mismo. Si conseguimos despertar un gran interés por parte de los FANS hacia vuestro proyecto, éste será un gran argumento para que las marcas os patrocinen.
2. Conseguir una recaudación adicional por parte de los seguidores o fans de vuestros proyectos.
3. Todas las acciones llevadas a cabo servirán para promocionar vuestro evento e, independiente del objetivo económico alcanzado, la difusión os aportará público para vuestro festival, evento o estreno.

Recomendamos definir 3 cantidades estándar para las **recompensas FAN: 19€, 49€ y 99€**. Aunque podéis definir otras cantidades en función de lo que podéis ofrecer con vuestro proyecto. En la descripción del patrocinio debéis detallar que ofrecéis a cambio de dicha aportación por parte de los fans. Pueden ser recompensas diferentes o ir sumando la recompensa anterior en los patrocinios de mayor tramo.

Patrocinio Marcas:

Nosotros recomendamos ofrecer desde modalidades de patrocinio de bajo rango, que ronde los 250€, accesible para pequeñas empresas, negocios locales o start ups con pequeños presupuestos para publicidad y, a partir de ahí, definir modalidades de patrocinio de mayor rango. Igualmente, en la descripción del patrocinio debéis definir lo que ofrecéis a las marcas a cambio de patrocinar vuestro proyecto.

Tened presente que lo que buscan las marcas es visibilidad y notoriedad. Y eso es lo que debéis ofrecer, así como detallar muy bien todas las acciones que llevaréis a cabo en las que aparecerá su marca. A mayor rango de patrocinio, mayor visibilidad debéis ofrecer a la marca.

Y ser realistas. Pedir cantidades económicas acordes a lo que ofrecéis. Si son importes desorbitados las marcas preferirán anunciarse a través de otro proyecto u otro medio.

Patrocinio en especie:

Podéis personalizar el texto del patrocinio en especie. Y explicar las principales necesidades que tengáis o deseos de cubrir en productos o servicios. En este caso, podéis pasarnos un breve texto y nosotros mismos lo editamos.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Hay que describir muy bien todo el proyecto:

- Debéis crear apartados claros y explicativos.
- Recomendamos poner un índice al principio.
- Recomendamos acompañar los textos con imágenes.
- También es recomendable sustituir explicaciones literales por infografías o gráficos.

A continuación os proponemos un listado de puntos que creemos que debería incluir la descripción del proyecto. Es de referencia, cada proyecto se adapta a unos u otros, pero es importante que la descripción incluya toda esta información.

- Índice.
- Quienes somos.
- ¿Por que apoyarnos?
- Diferenciación.
- Proyecto que desarrollamos.
- Datos clave.
- Audiencia / target.
- Impacto en medios.
- ¿Que dice la gente de nosotros?
- Necesidades del proyecto.
- ¿Por que patrocinarnos?
- Beneficios para la marca.
- Otros patrocinadores.

CREADOR DEL PROYECTO

Aquí deberás incluir todos tus datos personales y bancarios, o los de tu empresa, pues son los datos con los que se generará la factura y a los que te haremos la transferencia de la recaudación de la campaña.

Desde que comiences a editar tu proyecto, puedes enviarlo a revisión periódicamente y nosotros recibiremos un aviso y te daremos feedback sobre lo que lleves editado.

Cuando lo envíes a revisión no podrás seguir editando hasta que nosotros lo volvamos a poner en "Borrador".

Cuando el proyecto esté completamente editado será el momento en que definiremos la fecha de lanzamiento de la campaña y planificaremos las acciones de comunicación que deberemos llevar a cabo.

A partir de ese momento, ¡a tope a conseguir patrocinadores para tu proyecto!