

A

T

### EXPLORE A PLATAFORMA

Procure projetos relacionados ao seu

Entre em contato com realizadores

Troque informações

Trabalhe SEU PERFIL

Apoie outros projetos

E leia o nosso guia =D

Com base no que temos visto  
acontecer por aqui esquematizamos  
os pontos fundamentais de uma  
campanha pra te deixar por dentro  
de todas as dicas e possibilidades  
para aumentar suas chances de  
sucesso!

\o/

A F a a  
O Ca a ?

O Catarse é uma plataforma de financiamento coletivo para projetos **a** com **b** claros e e que atingem um público . Um espaço de trocas idealizado para que realizadores entrem em contato diretamente com o público para viabilizar um **a** , buscando aproximar afetivamente realizadores e os apreciadores do seu trabalho. Sendo, portanto, uma nova via, mais democrática e horizontal, para que projetos criativos saiam do papel.

Valorizamos projetos que resultem em produtos, serviços, experiências que possam ser acessadas livremente por qualquer um. Que sejam ***distribuídos gratuitamente***; de código livre e licenças ***creative commons***, que permitam a livre reprodução do conteúdo final, ou que sejam disponibilizados em ***domínio público***.

Acreditamos que tudo o que construímos é fruto de nosso relacionamento com outras pessoas, é social e, portanto, deve ser acessado livremente por todos.

O a Ca a !

**P** **a** **a**

**Ca** **a** **?**

O processo todo se baseia em **a** **a** **a** de contatos. É um canal que exige **a** **b** **a** **a** e **ba** **a**, de forma que é também um meio de **a** **a** **a** perante o público, abrindo portas para conexões inesperadas com apoiadores e outros realizadores. O financiamento coletivo não é um atalho para o sucesso das boas ideias e sim um maximizador do seu potencial =D

**C** **a?**

Dentro da plataforma o processo pode ser resumido em 6 passos:

1º - **E** **a** o Projeto para nossa equipe.

2º - Até aí a sua página é um Rascunho. A **C** **a** **a** entra em contato com você pra discutir alguns pontos quanto a forma, o planejamento e viabilidade do seu projeto.

3º - Quando estiver lindinho você avisa a gente e se estiver ok vamos **C** **a** **a**.

4º - Aí é **T** **Na** **a**, ou você atinge sua meta e realiza o projeto ou todo o dinheiro é devolvido aos apoiadores.

5º- **R** **a** **a**. Aqui é contigo! **D** **a**, **C** **a** de pessoas confiaram no seu projeto e na sua capacidade de por ele pra girar...

6º- **P** **P**. É hora de pensar nos seus apoiadores, enviar as recompensas e manter contato com eles.

# C a a O

Para identificar os aspectos condizentes com a visão da plataforma, aceitar (ou não), formatar os projetos e aconselhar os realizadores sobre as boas práticas nesse novo modelo de negócios, todo projeto enviado passa primeiro pela fase de Rascunho.

É aqui que entra a nossa curadoria ;)

Você vai poder ir estudando nossos guias, pesquisando outras campanhas, tendo ideias e aprimorando seu projeto enquanto conversa com a nossa equipe de curadores.

Nessa etapa você vai fazendo as alterações na página do seu projeto, e mandando pra gente suas dúvidas. O processo todo se dá por meio de troca de e-mail.

Quando estiver tudo esclarecido, formatado e justificado, o realizador manda um e-mail avisando o curador. Resta então a esse último avaliar a versão final do projeto e decidir se vai ou não deixar o projeto visível na plataforma para dar início a captação.



**-T**

Não aceitamos: projetos do tipo Financie Minha Vida (exemplo: pagar uma viagem, contas etc...) e Business to Business (exemplo: abertura de uma empresa, ou injeção de capital em uma empresa que já existe). Buscamos projetos empreendedores calcados na criatividade, imaginação e inovação. Se o seu projeto não se encaixar nas categorias disponíveis na plataforma, a equipe de curadoria vai conversar com você pra tentar entender melhor e a decisão fica por conta da subjetividade do curador responsável.

**- D a a**

Ao descrever o projeto é importante apres

### **- O a /M a a a**

Projetos consistentes apresentam um orçamento detalhado e compátivel com as necessidades de execução. Além de ter as taxas da plataforma e custos de recompensas inclusos no valor total, a meta de arrecadação realista é aquela que leva em conta o real alcance da campanha na rede.

### **- R ( )**

Uma campanha de financiamento coletivo depende intrinsecamente da rede de contatos do realizador pra dar certo. Por isso vamos checar a existência dessa rede de pessoas ao redor da sua proposta. O ideal para uma campanha de financiamento coletivo é que esse pessoal esteja reunido em uma comunidade online.

### **- V a a a**

É obrigatório ter um vídeo de qualidade (som, imagem e roteiro) para apresentar o projeto. Nós recomendamos que seja auto explicativo, deixando bem claro que é o vídeo do projeto tal para campanha de financiamento coletivo na plataforma tal e ajuda as pessoas a entenderem como podem contribuir e o que elas ganham com isso. E que tenha entre 2 e 3 minutos de duração.

**E**

**P**

**E**

**a**

## URL

**a a . / ??????**

A URL é o endereço do seu projeto na plataforma.

É esse o link que você vai disparar nos e-mails e redes sociais da vida. Então, sem floreios, quanto mais simples e curta melhor, assim você facilita a vida dos colaboradores que querem te ajudar no boca-a-boca ;)

## N

Aqui também a dica é ser direto, mas também esperto =P

Não apenas dê o nome do seu disco, livro, game, evento, ou etc. Mas procure salientar aí algum diferencial do seu projeto em relação aos demais projetos que estão na plataforma.

**H**

**a**

**C**

**\$**

**a**

**?**

Apresente de cara o motivo pelo qual pretende arrecadar dinheiro pelo financiamento coletivo, deixando claro o objetivo da ação e o que vai ser entregue ao final do prazo.

Explique porque esse projeto é importante para você e para sua comunidade, e a razão de ele procurar o financiamento coletivo para sair do papel. Este fantástico [TED](#) vai te ajudar a entender a importância de conectar as pessoas com a sua causa dessa maneira.

Descreva aqui em mais detalhes as recompensas que está oferecendo e como elas serão entregues aos seus apoiadores.

Por fim, ofereça mais informações sobre a iniciativa, sua história e a de seus integrantes. Disponibilize links relacionados, fotos, vídeos etc... para que os interessados possam conhecer melhor você e o seu trabalho.

## **F a**

Desafio: Resumo da obra.

Te damos 140 Caracteres pra você expressar a importância e objetivo do seu projeto! =D

## **Ca a**

Pra definir em qual categoria seu projeto se enquadra melhor é preciso explorá-las! Procure o ambiente por onde as pessoas que partilham valor com seu projeto são mais ativas. Aproveite pra prestar atenção em como os apoiadores respondem às ofertas de recompensas e como os realizadores interagem com seu público ;)



**Q a \$ ?**

**N a a a a a a a**

**a a a a. O que a curadoria vai olhar é:**

**R a a a V . a a a a b a**

### **TOME CUIDADO!**

A estratégia é boa, mas jogar a meta muito pra baixo esperando ultrapassar bastante é uma ilusão, acontece em pouquíssimos casos.

**A a a a a a 10% a a a a  
ab a.**

A meta financeira, pra ser realista e viável, é definida de acordo com o **a a a a a**.

Se você conhecer o real tamanho da sua base de fãs você terá uma ideia muito mais clara do que é uma meta financeira possível pra você.

Talvez você precise de R\$10.000 pra realizar todo o projeto, mas não consegue mais do que 100 likes no facebook. Não é viável acreditar que cada um deles, sem exceção, vão apoiar seu projeto com o R\$100.

Mapeie exatamente quantos contatos você tem na sua rede social como um todo e multiplique esse número pelo valor mínimo de doações - R\$10 (algumas pessoas podem até apoiar com mais, outras com menos, e algumas daquelas com quem

o que você estava contando podem simplesmente não apoiar). O resultado dessa conta representa um valor bem mais realístico para o seu projeto.

Agora, resta você se perguntar se consegue realizar o projeto com esse valor. Se sim, ótimo! Se não, então você precisa trabalhar mais na construção da rede antes de dar continuidade ao projeto de financiamento coletivo.

**C** **a** **b** **a** **:**

**T** **a** **C** **a**

13%. Lembrando que este valor só será cobrado dos projetos bem-sucedidos. Este valor já inclui a taxa do meio de pagamento, aquela cobrada para emitir boletos, processar os pagamentos com cartão de crédito e por aí vai. Não vamos cobrar nada mais além dos 13%.

**C** **R** **a**

Inclua na sua meta financeira os custos com a produção e entrega das recompensas.

**Q** **a** **a** **?**

O **a** **60** **a** pois a experiência nos mostrou que, contrariando a lógica corrente, mais tempo não significa mais chances de atingir a meta. **A** **a** **a**  
**b** - **40** **a** **a** **a** .

Para definir seu prazo aconselhamos você a considerar sua real

capacidade de mobilizar recursos dentro da sua própria rede.

Para medir seu alcance vale apenas mensurar: amigos no facebook; curtidas na fanpage; seguidores no twitter; likes do VIMEO; contatos no seu mailing list...

**Va a a a a a a :**

(usando uma campanha de 30 dias como base)

1) C a a 30% 10 a .

2) C a 60% a a 10 a .

A a a b a  
60% a a a a a a 99%.

Trabalhe no planejamento e aquecimento da sua rede por um mês antes do projeto entrar no ar. **N** a! Não dá para subestimar o esforço em uma campanha. Você terá que trabalhar bastante antes e durante todo prazo, portanto, é recomendado que durante o planejamento você a a a a a a , a a a , a .

**O V a a a**

**a a**

**O a?**

**O a a a a :**

Vídeo de arrecadação para o projeto tal no Catarse

Qualidade de imagem, áudio e, roteiro são fundamentais para passar credibilidade aos apoiadores. Esse vídeo representa o primeiro contato com algo que foi realizado por você, por isso recomendamos Full HD. Veja exemplos de [\*\*GRANDES VÍDEOS NO CATARSE\*\*](#)

**R a a F a a :**

Pra que você precisa levantar dinheiro?

Quem é você? Por que você está fazendo esse projeto?

Quem se beneficia com isso?

Quando você planeja finalizar o projeto?

**E a VIMEO ( b )**

<http://vimeo.com/>

Esse é um site de compartilhamento de vídeos dedicado exclusivamente a produções dos próprios usuários. É uma boa ferramenta pois oferece informações e estatísticas sobre os seus vídeos.

**D a b V**

**E a Ca a**

Ajude as pessoas a entender como contribuir e não esqueça de escrever . a a . em alguma parte do vídeo.

**a :** Tente gravar em um lugar silencioso ou invista em uma boa edição.

**N a a** : Algo entre 1min30s e 3 minutos vai aumentar as chances dele ser visto por inteiro.

**O 30** : Se você não conseguir prender a atenção das pessoas nesse primeiro momento isso acaba diminuindo muito as chances de elas serem cativadas.

**Ca a a**

**D \$ ?**

**O Ca a a**  
**A ar**

**Ma a a a**

O financiamento só vai rolar bem, ou seja, só vale a pena se empenhar em uma campanha se você tiver essa rede formada, e um bom planejamento de como usá-la a seu favor. Pelo menos 80% do total dos apoios virão de pessoas dos seus **1 E 2 N VEIS DE RELACIONAMENTO**. São amigos, familiares e fãs mais próximos do seu trabalho. Essas mesmas pessoas serão responsáveis pelos primeiros 10% arrecadados. Esse **EMPURR OZINHO**, é um sinal de confiança dado pelo pessoal que já conhece o seu trabalho. Por isso é legal já ter em mente os primeiros 25 entusiastas que irão apoiar o seu projeto.

**C a a ?**

Uma vez que você já trabalhou para construir a rede ao redor do seu projeto, o Catarse entra como uma ferramenta para canalizar essa rede para a captação de recursos e realização do objetivo em comum. De modo que o próximo passo é planejar como utilizar as mídias sociais para ativar esse público.

**Q a a a a ?**

Aqui temos uma estratégia irada criada por um realizador (Thiago Maia, da Fibra Design) que compartilhou com a comunidade:

**PROMOVENDO SEU PROJETO**

**F ?**  
**A a a a**  
**a a a a**  
**Ra =)**

**P**

**E**

**a**

**!**

**B**

**a Ra**

**=D**

Aqui é o lugar pra formatar a página do seu projeto.

Tome o tempo que for preciso pra deixar a sua página bem lindona, apresentação faz uma baita diferença ;)

Agora você pode incluir as informações que por acaso esqueceu de colocar no formulário, como fotos, imagens e vídeos na descrição, criar as recompensas e muito mais.

**A :**  
**a a a a a.**  
**S a a a**  
**a a a a .**

## C a R a O ?

As recompensas são as engrenagens do financiamento coletivo. São ofertas de produtos/serviços criativos que funcionam como contrapartidas diretas ao apoio, premiações, ou gratificações pela contribuição dada ao projeto. Elas vão atrair os colaboradores e ajudá-los a decidir com quanto apoiar.

O mais importante aqui é ter valor afetivo e conectar o apoiador ao projeto!

## C ab - a ?

As recompensas devem ser divididas em cotas de valores partindo de um mínimo de R\$10,00. E cada valor deve ter uma recompensa correspondente. Ao final desse processo você terá uma espécie de cardápio de recompensas em valores crescentes.

Use e abuse da criatividade, a única **a a**  
**a** é que elas NÃO podem oferecer participação sobre os lucros do projeto, % sobre vendas futuras, cessão de direitos autorais.



Aqui temos A a R e a seguir temos algumas dicas e cuidados a serem tomados:

## **DICAS b R a**

### **Ma a l a a**

Esses itens podem ser materiais como: camisetas, posters, cds, dvds, adesivos, bottons etc... E/ou imateriais: links exclusivos para download de fotos, musicas, textos; serviços; experiências etc... As recompensas imateriais reduzem custos de produção e entrega e também o trabalho logístico, sendo uma boa alternativa para recompensas em apoios menores (entre R\$10,00 e R25,00), deixando as recompensas materiais para valores mais altos.

### **L b a**

Você pode limitar as recompensas por disponibilidade e/ou território geográfico para poder estimar com precisão as quantidades, número de apoiadores e os gastos no orçamento com produção e entregas. Todas as recompensas podem ser limitadas.

### **E a R a a a**

No caso de entregas por correio é importante estimar e explicitar o tempo de entrega para os apoiadores, incluindo os custos no valor da recompensa. Com a retirada no local, você economiza em taxas e pode de conhecer os seus apoiadores olho no olho.

**O 3 a 8 a**

O ponto aqui é oferecer opções e ao mesmo tempo não confundir o apoiador com várias recompensas parecidas, de valores próximos, dificultando seu processo de escolha e travando a colaboração. Este [TED](#) explica bem.

**A a R\$30,00 ( 25,00 45,00)**

Disparado, essa é a recompensa mais importante. Em geral é a mais popular, representa uma boa soma do total da arrecadação e reúne a maioria das pessoas que vão te ajudar a divulgar seu projeto na rede.

**R a a a**

Essas recompensas são cartas na manga para dar aquele gás no projeto. Elas podem atrair empresas ou caracterizar produtos/serviços de alto valor agregado (shows, obras de arte, espaço de propaganda etc...). Criar recompensas com valores altos que possam interessar a empresas/marcas é uma boa estratégia, mas elas funcionam melhor quando o realizador tem esses contatos na manga. Não vale apenas contar com a vaga possibilidade de uma empresa estar passeando pela plataforma em busca de projetos para apoiar, ou de um dos seus apoiadores ter uma empresa e por acaso se interessar. Se o seu projeto tem como atrair empresas, então arregasse as mangas e corra atrás delas para que elas fiquem sabendo da sua campanha de financiamento coletivo ;)

**R a a**

Ofereça itens exclusivos, de valor afetivo e busque parcerias, elas podem te ajudar a reduzir os custos e a diversificar suas recompensas.

## **CUIDADOS b R a**

### **T Ob D**

Nos boxes dê destaque aos produtos e/ou serviços, mas sem esquecer do apoiador. Ele precisa se identificar com a sua oferta, fale diretamente com ele.

### **A ! P ?! C a!**

As recompensas são promessas que você faz publicamente, então, antes de tudo as pessoas confiaram na sua palavra de que se apoiassem com X, receberiam Y. Portanto, cumpra o que você prometeu, ou terá sua reputação manchada e a consciência te atormentando sempre.

### **C a a a**

Mantenha a transparência e a comunicação com seus apoiadores. Eles precisam sentir segurança, têm que saber quando e como terão acesso as recompensas escolhidas. Todo esse processo é baseado na confiança entre pessoas, por isso mantenha o canal aberto.

## **I a a a a a**

!

## C - a ?

A coluna a direita na página do seu projeto reúne as informações sobre a campanha, como Meta Financeira e Prazo; seu perfil de realizador; e por fim as recompensas.

Para começar a montar o cardápio clique no link **A a R a**, complete as informações e clique em **C a R a**.

No final você terá algo parecido com isso:



Se você mudar de ideia quanto ao valor, o conteúdo ou a disponibilidade do item, basta clicar no ícone azul no canto direito superior do box e fazer as alterações. Por ali também você

Crie aqui suas recompensas

Não viaje! Pense em como irá entregá-las e coloque tudo isso no orçamento. Prometeu?! CUMPRA! :D

Adicionar recompensa

Valor mínimo\*

20

Este é valor mínimo de apoio para escolher esta recompensa.

Descrição\*

1) Adesivo exclusivo do DVD  
2) Nome nos agradecimentos no encarte do DVD

Descreva sua recompensa de um jeito que desperte o interesse das pessoas para apoiar o projeto. Não seja tímido!

Máximo de apoiadores (opcional)

Se sua recompensa é limitada, informe o máximo de pessoas.

Criar Recompensa

pode excluir a recompensa.

**E a P**

**Aba E**

**Aba S b**

Enquanto seu projeto for um rascunho você pode alterar praticamente tudo o que quiser sobre ele. Basta ir até a **Aba E**. Aqui você pode mudar:

- Nome
- Frase de efeito
- Thumbnail
- Categoria
- Video de Campanha
- Recompensas  
(valor/conteúdo/limite)
- Prazo (até 60 dias)
- Meta de arrecadação
- D



The screenshot shows the 'Forfun' project page for 'DVD Ao Vivo no Circo Voador'. The header includes the project name and a description: 'Um projeto de Música por Marcos Sketch'. Below the header is a navigation bar with tabs: 'SOBRE', 'NOVIDADES (0)', 'APOIADORES (0)', 'COMENTÁRIOS (227)', and 'EDIÇÃO'. A light blue banner below the tabs reads: 'Para saber tudo sobre como estruturar o seu projeto, baixe o GUIA COMPLETO'. The main content area has a form with the following fields:

- 'Qual o prazo para atingir o mínimo? \*' with a text input field containing '2013-03-16 18:43:50'.
- A paragraph of text: 'Finalmente, escolha quanto tempo você quer que sua campanha dure. De novo, é uma escolha estratégica: se você botar muito tempo, as pessoas perderão interesse no meio do caminho; se botar muito pouco, poderá não atingir o mínimo a tempo.'
- 'Id do usuário\*' with a dropdown menu showing '89365'.

## O PROJETO

\*Pessoal: Tem recompensa nova na área! Dêem uma olhada ali ao lado, acrescentamos dois pacotes novos com novas recompensas que bolamos por aqui. Tem uma camiseta exclusiva e um pacote com ingresso pra todos os shows que vc quiser ir em 2013! \*



Chegou a hora de gravarmos nosso primeiro DVD! Há muito queremos fazer esse show especial, e finalmente conseguimos prepará-lo. “\*Forfun ao vivo no Circo Voador\*”, no dia 20 de Dezembro, e para que consigamos produzir o DVD com o padrão de qualidade que desejamos, **precisamos da sua ajuda!**



Para incluir efeitos gráficos no texto, presta atenção nas dicas:

|

Use underlines antes e depois do texto:

\_meu texto\_ = *meu texto*

## N

Use asteriscos antes e depois do texto

\*meu texto\* =

## I a /F

Suba a imagem em algum álbum do facebook e clique com o botão direito sobre ela para copiar a URL. Atenção: copiar a URL da página não funciona, tem que ser direto da imagem mesmo ;)

*Tem que ter .jpg ou .png (no final)*

Exemplo:

[http://sphotos-c.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-snc6/393052\\_442854525781362\\_120947131\\_n.jpg](http://sphotos-c.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-snc6/393052_442854525781362_120947131_n.jpg)

## V L

Copie e cole a URL da respectiva página . Atenção: links iniciados por *https* devem ser modificados para apenas *http* , é só apagar o "s" que fica tudo bacana =D

Sempre que fizer uma alteração clique no botão "Atualizar Projeto". Isso te levará devolta a **Aba S b** pra ver o resultado.



**Forfun - DVD Ao Vivo no Circo Voador** 🖋️

Um projeto de [Música](#) por [Marcos Sketch](#)

SOBRE

NOVIDADES (0)

APOIADORES (0)

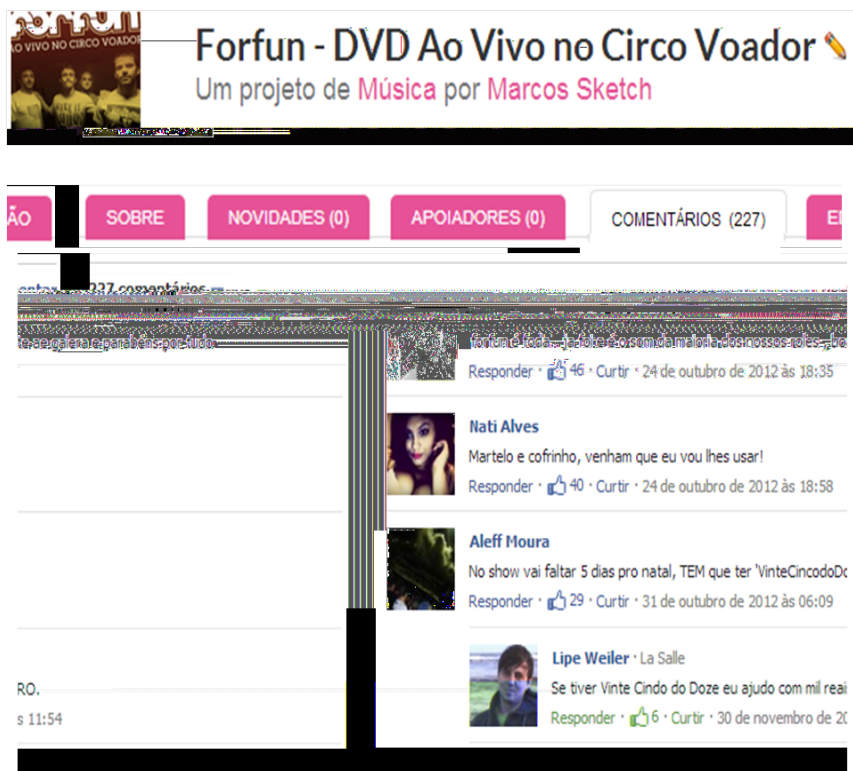
COMENTÁRIOS (227)

EDIÇÃO

# Aba C

Mesmo na fase de rascunho outras pessoas podem visualizar a página do seu projeto. Esse é um bom momento pra colher feedbacks dos seus futuros apoiadores no que diz respeito a atratividade das recompensas, por exemplo. Por isso não se acanhe e divulge a sua iniciativa mesmo antes de ela entrar no ar pra valer. Conhecer e entender a expectativa do seu público contribuí pra deixar o projeto mais redondinho e pode aumentar e muito as suas chances de atingir a meta =D

Pra esse bate-bola com a galera recomendamos que você utilize a **Aba**




Essa aba está integrada com o facebook pra facilitar a comunicação entre você e os seus fãs. Acompanhe as discussões, responda aos questionamentos, proponha enquetes. Se





aparecerem trolls a melhor coisa a se fazer é ignorar, partir pra agressividade vai afugentar as pessoas que estão ali de boa vontade ;) Se nesse processo de rascunho pintar alguma dica bacana, ou uma ideia inesperada que resulte em alterações no projeto, compartilhe com o pessoal nos comentários.

# P R a a



**Marcos Sketch**  
-

 Me envie um email  
 Perfil no facebook  
 Perfil no twitter  
<http://www.forfun.art.br>

PROJETOS APOIADOS

PROJETOS CRIADOS

CRÉDITOS

PREFERÊNCIAS

NOTIFICAÇÕES

---


### Meu avatar

Escolha sua imagem

Escolher arquivo

Nenhum arquivo selecionado

Enviar

 Você também pode mudar a sua foto usando o [Gravatar](#) com seu email.  
É tão simples quanto enviar uma imagem e já funciona para outros sites também ;)

---

### Meus dados

Nome completo / Razão Social\*

CPF / CNPJ

MARCOS HENRIQUE NEVES DA SILVA

05233857731

Se você ainda não preencheu todas as informações do seu perfil, é hora de fazê-lo. Esse é um requisito para que o seu projeto seja liberado para captação, pois é dali que vamos tirar as informações pra emitir nota fiscal. **Ma a ?** Sim, tudo tudo tudo!

**C a a a a a M ?**

Da uma olhada aqui no link ;)

**C a a M**

Pense que **a a b** e  
não deixe de colocar ali a sua foto. **E a-** . Transparência é  
essencial. Fale de você, de trabalhos realizados no passado. De  
prefer

Quando você terminar de editar o projeto, ou seja, quando chegar a versão final, aquela que você gostaria que fosse pro ar, tá na hora de enviar um e-mail para [projetos@catarse.me](mailto:projetos@catarse.me) e avisar a equipe de curadores. Nesse momento seu projeto será avaliado em todos os aspectos descritos nos **C** \_\_\_\_\_ **S** \_\_\_\_\_ e então o curador responsável vai te avisar se o seu projeto foi aprovado ou não.

## **P a a !**

Se o seu projeto for aprovado ele deixa de ser um rascunho pra virar uma página oficial e em breve estará liberado para captação. Pra entender mais sobre o processo dos projetos em fase de captação recomendamos que você leia o guia [PROJETOS NO AR.](#)

## **P a a**

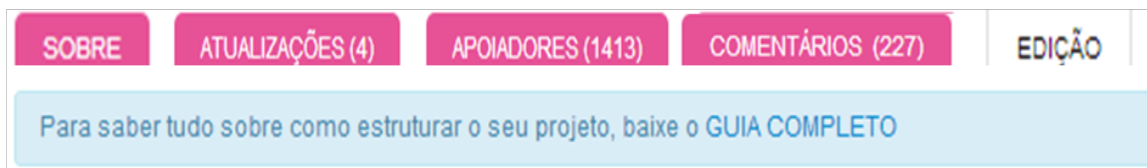
Caso seu projeto não seja aprovado duas coisas podem ter acontecido: ou o curador acredita que você ainda deve trabalhar mais no rascunho, ou seu projeto foi rejeitado por não estar de acordo com os critérios de seleção da plataforma. Você será informado com mais detalhes.

## **U a a a a ?**

Sim. Se o seu projeto for rejeitado e você discordar da decisão dos curadores envie um e-mail para [projeto@catarse.me](mailto:projeto@catarse.me) sob o título de Revisão. Explique em um breve parágrafo porque o seu projeto se enquadra nos critérios de seleção e a nossa equipe entrará em contato com você pra continuar a conversa. Atenção, o pedido de revisão não é uma garantia, ele também pode ser rejeitado.

P

A !



## Aba

Agora que o seu projeto foi aprovado e liberado para captação, até o fim do seu prazo, você ainda pode alterar alguns aspectos dele como:

### - D

Lembra das dicas para incluir efeitos gráficos no texto?

### I

Use underlines antes e depois do texto:

\_meu texto\_ = *meu texto*

### N

Use asteriscos antes e depois do texto

\*meu texto\* =

### I a /F

Suba a imagem em algum álbum do facebook e clique com o botão direito sobre ela para copiar a URL. Atenção: copiar a URL

da página não funciona, tem que ser direto da imagem mesmo ;)

**V L**

Copie e cole a URL da respectiva página . Atenção: links iniciados por https devem ser modificados para apenas http , é só apagar o “s” que fica tudo bacana =D

**- V a a a**

**- T b a**

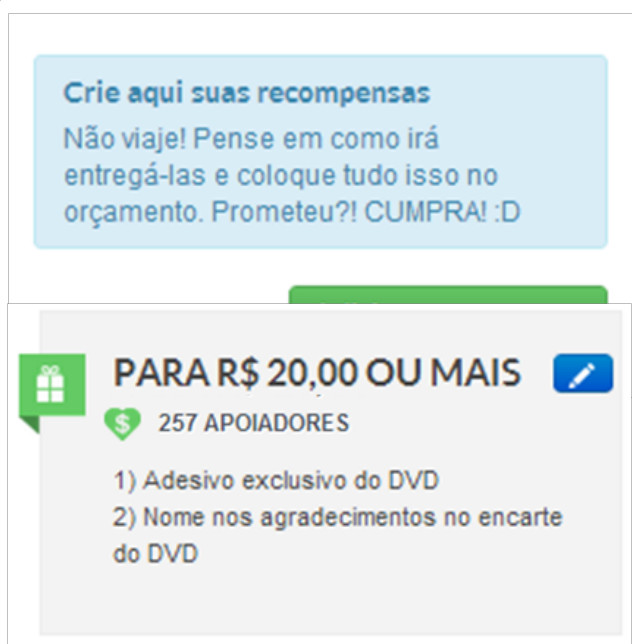
**- R a**

Você só não pode alterar o valor e o conteúdo de recompensas que já tenham sido compradas. Pode alterar o conteúdo e o valor de recompensas que ainda não foram adquiridas, bem como excluí-las por completo. E pode aumentar o limite de recompensas esgotadas. Para editar e/ou excluir recompensas basta clicar no ícone azul no canto direito superior do box. Para criar nova recompensa, basta clicar em Adicionar Recompensa e preencher as informações do item.

**O**

**a a a :**

- URL do projeto
- Nome do projeto
- Meta financeira
- Prazo de arrecadação
- ID do usuário (dono do projeto)



# Aba N a (A a a )



## Forfun - DVD Ao Vivo no Circo Voador

Um projeto de Música por Marcos Sketch

SOBRE

ATUALIZAÇÕES (4)

APOIADORES (1413)

COMENTÁRIOS (227)

Título da atualização

Texto da atualização\*

Quer usar imagens, vídeos, links e formatação? [Clique aqui.](#)

Enviar atualização

Este projeto ainda não teve atualizações. Aguarde =D

Use esse espaço pra comemorar conquistas e dividir com seus apoiadores as novidades sobre a campanha e sua repercursão na mídia. Tudo que você postar aqui será enviado para o e-mail dos seus apoiadores, então tome cuidado pra não virar um spammer, use essa ferramenta com parcimônia e inteligência para dar ênfase a momentos chave da campanha.

# Aba C



## Forfun - DVD Ao Vivo no Circo Voador

Um projeto de **Música** por **Marcos Sketch**

[SOBRE](#)[ATUALIZAÇÕES \(4\)](#)[APOIADORES \(1413\)](#)[COMENTÁRIOS \(227\)](#)[EDIÇÃO](#)

227 comentários ▾

[Comentar](#)

**Bruno Rodrigues**



forfun é foda.. ja foi e é o som da maioria dos nossos roles , boa sorte ae galera e parabéns por tudo

Responder · 46 · Curtir · 24 de outubro de 2012 às 18:35



**Nati Alves**

Martelo e cofrinho, venham que eu vou lhes usar!

Responder · 40 · Curtir · 24 de outubro de 2012 às 18:58



**Aleff Moura**

No show vai faltar 5 dias pro natal, TEM que ter 'VinteCincodoDoze'!

Responder · 29 · Curtir · 31 de outubro de 2012 às 06:09



**Lipe Weiler** · La Salle

Se tiver Vinte Cindo do Doze eu ajudo com mil reais. JURO.

Responder · 6 · Curtir · 30 de novembro de 2012 às 11:54

Continue acompanhando as discussões públicas sobre seu projeto na Aba de Comentários. Não desperdice o feedback, e esteja presente para tirar dúvidas, agradecer os elogios e debater as críticas. Se houverem trolls ignore, não vale apenas entrar na agressividade e afugentar as pessoas que estão ali de boa vontade ;)

# Aba a a



## Forfun - DVD Ao Vivo no Circo Voador

Um projeto de Música por Marcos Sketch

SOBRE

NOVIDADES (3)

APOIADORES (1414)

COMENTÁRIOS (227)

EDIÇÃO



Igo Cesar Silva d...



24/12/2012



Apoiou somente este projeto até agora



R\$ 20 .

R\$ 20,00 - 1) Adesivo exclusivo do DVD 2) Nome nos agradecimentos no en...

igocesar@yahoo.com.br



Marina Tamie Sant...



24/12/2012



Apoiou somente este projeto até agora



R\$ 100 .

R\$ 100,00 - 1) DVD autografado (detalhes na descrição ao lado) 2) Poster ...

mari\_tamie@hotmail.com

Esse espaço reúne todos os perfís de usuários da plataforma que apoiaram seu projeto. Ali você encontra informações sobre o seus apoiadores como : nome, e-mail, valor de contribuição e data, recompensa escolhida e número de projetos apoiados.

# O F - M b a

Queremos te passar uma ideia de como temos visto acontecer a evolução das campanhas por aqui. Em geral elas possuem 2 picos de arrecadação um na primeira semana e um nos últimos dias do prazo.



**A 1ª S a a:** O primeiro pico acontece na logo na 1ª semana do projeto no ar e é composto por apoiadores do 1º nível de relacionamento do proponente. Nessa hora é bom lançar mão de canais que podem ser quebrados por afinidade e proximidade, como Facebook e o Mailling. Aposte no contato individual nesse primeiro momento.

**Ca a a:** Passado o furor da primeira semana o número de apoios diminui significativamente e o importante é não deixar zerar, partindo para uma campanha em massa. Lembre-se; dinheiro é importante mas não é tudo, para atingir esse novo grupo de pessoas você vai precisar de disseminadores responsáveis por romper seu círculo inicial de contatos

**A R a F a:** Depois da calmaria vem a tempestade. Nos últimos dias de captação, o senso de urgência que insurge nos interessados que ainda não efetivaram o apoio ao projeto, faz com que haja um notável aumento nas contribuições, mas isso não significa que você deva diminuir seu esforço de divulgação, muito pelo contrário!

Temos aqui o guia [PROMOVENDO O SEU PROJETO](#) pra te ajudar a tirar o melhor de cada momento.

**P a a a a a a P ?**

Sim, **a b -**, ou seja, atingido a meta mínima de captação. E você só pode **a a a** essa data, nada de querer prolongar o prazo, isso não rola.

Para fazer essa alteração, você deve fazer duas coisinhas:

1 - Acessar o nosso suporte e enviar uma mensagem escolhendo a opção *Quero falar sobre "alteração de prazo de projeto bem-sucedido"*. Lembre de colocar o link do seu projeto e, no corpo do texto, para qual dia (e hora, se quiser detalhar ainda mais) você gostaria que fosse alterado o prazo de encerramento do seu projeto.

2 - Colocar no topo do "Sobre o projeto", na página do seu projeto no Catarse, uma ou duas linhas explicando que o prazo do projeto era anteriormente até dia x, mas que você resolveu adiantar ele para o dia y, por tais e tais motivos. Questão de transparência =)

Se você decidir fazer isso, a decisão é irrevogável, ou seja, só iremos fazer essa alteração uma vez, não dá para a data final do projeto ficar pipocando toda hora de um dia para o outro.

Lembrando que nossa equipe de atendimento não trabalha 30h por dia, ou seja pode ser que não te responderemos na hora. Sugerimos, então, que não seja enviado um e-mail desesperado para que o projeto se encerre no mesmíssimo dia.

Além disso, sugerimos que você, caso for adiantar o prazo de encerramento do projeto, pense em uma estratégia bacana para, quem sabe, conseguir arrecadar mais recursos nessa reta final. Você pode lançar uma recompensa nova e procurar engajar até quem já apoiou o seu projeto para ajudar na divulgação ou, quem

sabe, apoiá-lo novamente por causa da nova e super bacana  
recompensa que foi lança\_

- Criatividade das recompensas
- Movimentação na rede (facebook, twitter, blogs, mídia tradicional...)
- Comentários dos apoiadores
- Frequência diária de apoios

Agora, é uma ilusão pensar que estar nessa página irá aumentar seu número de apoiadores exponencialmente. Lembre-se de que a maioria dos seus apoiadores chegarão ao projeto através de links diretos, aqueles que você vai espalhar através de seus canais de comunicação =P

E a a a a a a a  
ab a a a a .

A ab a !

P a a

Se você chegou até aqui é porque entende (ou veio a entender) que o financiamento coletivo não é um atalho para o sucesso das boas ideias, e sim um maximizador do seu potencial.

Agora é a hora de fazer valer todo o esforço despendido durante a campanha. E isso significa realizar o projeto e aproveitar ao máximo a sua rede de apoiadores!

Não os abandone, dê continuidade a essa relação através das redes e mídias sociais diretamente relacionadas à sua campanha.

**M            b a!**

**C                    a b            a a...**

**C            F a**

Como será feito o repasse do dinheiro?

Quando estará na minha conta do banco?

O pagamento será feito em até 5 dias úteis após o prazo de encerramento do projeto. Assim que você receber o dinheiro na sua C a Pa a V ( a a) M IP e solicitar o saque, levarão no máximo 4 dias úteis para o dinheiro chegar na sua conta corrente (mas geralmente é mais rápido do que isso).

Bom, então você conseguiu o valor que precisava e é hora de arregañar as mangas e fazer o projeto acontecer. Lembre-se de que os seus apoiadores não apenas financiaram seu projeto como confiaram na sua capacidade de cumprir com as suas promessas, então seja cuidadoso nesse momento para que todos saiam satisfeitos com a sua realização.

Se pintar qualquer dúvida na hora de sacar seu dinheiro no banco ou mexer na sua conta do MoIP, dá um grito para gente através da nossa C a S. Lá, alguém da equipe de atendimento te ajudará da melhor maneira possível.

**C            a            a a            a            a a**

? D a: C

a !

E a R a

As recompensas cumpriram um papel fundamental na hora de atrair seus apoiadores, mas até aí é só meio caminho andado. É preciso garantir que todos receberam aquilo que foi requisitado. Para isso você nós te enviamos uma planilha com os dados necessários, mas você também pode olhar a sua **Aba A a** onde vai encontrar o nome, e-mail e recompensa selecionada pelos apoiadores para montar a logística da entrega e trocar mensagens com eles (quando a gente for enviar o dinheiro arrecadado para você, também enviaremos uma planilha com esses dados dos apoiadores). Esse contato direto é essencial para estreitar a relação entre você e seus investidores e negociar os detalhes.

Recomendamos que você dê início às entregas assim que puder, não precisa necessariamente esperar o prazo encerrar para começar ;) Se não for possível fazer isso, não tem problema, mas procure apresentar aos seus apoiadores uma estimativa de prazo para a entrega e alimente-os periodicamente com novidades sobre a evolução do processo. É muito importante manter a transparência e deixá-los por dentro de tudo que envolve esses itens, desde a produção até o acesso a eles. Você pode usar a **Aba N a** para fazer isso ;)

C a

D a a

Ma a a a a a a!

Não é porque o período de captação acabou e você já entregou as devidas recompensas que a sua relação com os apoiadores deve esfriar. Mantenha-os antenados na execução e desenvolvimento do projeto, afinal, eles entraram nessa contigo pra valer e querem fazer parte de todo o processo! Vale pensar em atualizações semanais (no Facebook/ Twitter/ Blog/ Aba de Novidades do projeto), ou que pontuem momentos chave do processo de execução ;)

A gente sabe que problemas acontecem, algo pode atrasar ou até emperrar a execução do projeto. O importante nessa hora é comunicar os seus apoiadores, pois eles tem expectativas sobre o projeto e devem estar a par da situação, seja ela boa ou não, para que a confiança entre vocês seja mantida ;)

**D**

**P a a**

Na descrição do projeto você revelou como pretendia usar o dinheiro arrecadado. Recomendamos fortemente que agora, depois de concluída a execução, você reporte aos seus apoiadores como isso aconteceu na prática. Você pode usar a **Aba N a** para apresentar tabelas de orçamento e links para verificação da execução.

A prestação de contas não é obrigatória, mas conta pontos extras em transparência e credibilidade ;)

**N a !**

Esses mesmos apoiadores podem te ajudar em um projeto futuro se forem bem tratados hoje, é claro.

Eles já conhecem seu trabalho, já confiaram em você uma vez e provavelmente querem saber o que vai acontecer com a sua iniciativa daqui pra frente. Então compartilhe com eles as suas conquistas futuras, forneça conteúdo sobre a repercussão do projeto na mídia, novas ideias e desdobramentos, mesmo depois de encerrada a captação.

Pode ser algo esporádico (trimestral) mas que os faça lembrar que eles são parte fundamental dessa realização (que tal já anotar um lembrete no seu calendário?). Além de demonstrar respeito e consideração pelos seus investidores é simplesmente estratégico mantê-los interessados no que você está fazendo. É sempre bom manter vivo o imaginário coletivo entorno da sua ideia, esse tipo de sensibilização fortalece o senso de comunidade aproximando mais ainda aqueles que acreditam nas mesmas coisas que você.

### Q u a n t a s ?

Aqui estamos falando (como sempre) das redes e mídias sociais diretamente relacionadas a sua campanha. Facebook, Twitter, Blogs, Mailing, mídias tradicionais (rádio, TVs, jornais) e outros. É legal refletir sobre qual canal utilizado na campanha gerou mais repercussão para o projeto e buscar manter o ritmo de divulgação de informações e curiosidades por lá para não perder o fluxo.

E você ainda pode usar a **Aba N a** na página do



seu projeto para fazer isso a hora que quiser! Lembra? Tudo que é postado lá é enviado para o e-mail de todos os seus apoiadores =D

**P** **a** **a**

**O** **a** **a** **?**

A página do seu projeto vai continuar na plataforma para sempre e você vai poder postar na **Aba** **N** **a** e acompanhar o fluxo na **Aba** **C** normalmente.

**E** **,** **a** **a** **a** **?**

Primeiramente, os apoios serão devolvidos aos usuários na forma de crédito na plataforma para caso eles queiram apoiar outros projetos. Nós também enviamos (7 dias corridos após o prazo de encerramento da captação) um e-mail a todos com instruções sobre como pedir o reembolso, caso essa seja a preferência do apoiador.

De qualquer forma, para caso algum deles entre em contato diretamente contigo, há duas possibilidades de reembolso:

- 1) Se o apoio foi feito através de cartão de crédito ou Paypal, assim que ele solicitar o estorno, o reembolso será feito diretamente para a próxima ou subsequente fatura do cartão de crédito que foi feito o apoio;
- 2) Se o apoio foi feito através de transferência bancária ou boleto bancário, ele terá que passar por um processo de abrir uma conta no MoIP, enviar o login MoIP dele pra gente e a partir daí realizaremos o reembolso.

Apesar de uma ou outra etapa desse processo não ser a coisa mais emocionante do mundo, é importante ressaltar que **C**a **a** **a** **b** e prezamos muito por devolver os recursos para os apoiadores que acreditaram no seu projeto. As regras completas sobre reembolsos e utilização dos créditos estão nos nossos **T** **U**.

**O** **a** **?**

Obviamente alguma coisa não funcionou na sua campanha. A causa mais comum é a falta de planejamento para mobilização de rede e divulgação. Porém, existem outros fatores a serem analisados:

- a qualidade do vídeo de campanha (um item muito valioso para dar credibilidade ao projeto);
- a atratividade das recompensas (as vezes elas não batem com as expectativas do público);
- a sua meta financeira, que pode ter sido incompatível com o alcance da sua rede.

Cabe a você agora parar pra refletir sobre o que poderia ter feito melhor nesse processo todo.

Use das ferramentas disponíveis na própria página do seu projeto, como a **Aba** **C** e a **Aba** **N** **a**, para se comunicar com os apoiadores e visitantes do seu projeto e tentar entender melhor quais foram os pontos fracos da campanha, do ponto de vista deles também.