



I quattro passi per una campagna di successo

Ciao!

LiUU tifa per te, e per dimostrartelo ti sveliamo in questa guida i nostri segreti per avviare in pochi passi una campagna vincente di crowdfundity.

L'aiuto che ti serve è a pochi passi da qui – sei pronto per cominciare?



Definisci il tuo obiettivo

È tutta una questione di numeri!

Il punto di partenza della tua campagna è la risposta ad una domanda: di quanta liquidità hai bisogno?

Non rispondere con leggerezza, cerca invece di calcolare esattamente a quanto ammonta idealmente la tua campagna. Impostare un obiettivo corretto è importante perché:

- **Un obiettivo eccessivo** potrebbe segnalare ai tuoi clienti che sei più in difficoltà di quanto tu non lo sia davvero, e ciò potrebbe disincentivarli ad aiutarti (potrebbe sembrare troppo rischioso offrirti liquidità)
- **Un obiettivo troppo basso** potrebbe risultare nella necessità di aprire una nuova campagna a stretta distanza da quella appena completata, ed anche in questo caso i tuoi clienti potrebbero pensare che sia troppo rischioso offrirti della liquidità

Quando crei la tua campagna, troverai un semplice calcolatore per aiutarti a stimare il tuo bisogno di liquidità.

Altrimenti, puoi anche calcolarlo da solo: dovrai sommare tutte le spese fisse, variabili e straordinarie a cui sei andato incontro nei mesi della crisi. E se la crisi è ancora in corso, cerca di stimare quanto sarà il tuo fabbisogno nei mesi a venire, al netto delle entrate previste.



Spese fisse

Quanto paghi di affitto e bollette fisse ogni mese? Hai dei prestiti aperti? Sei soggetto a tasse il cui valore è indipendente dai tuoi ricavi mensili?



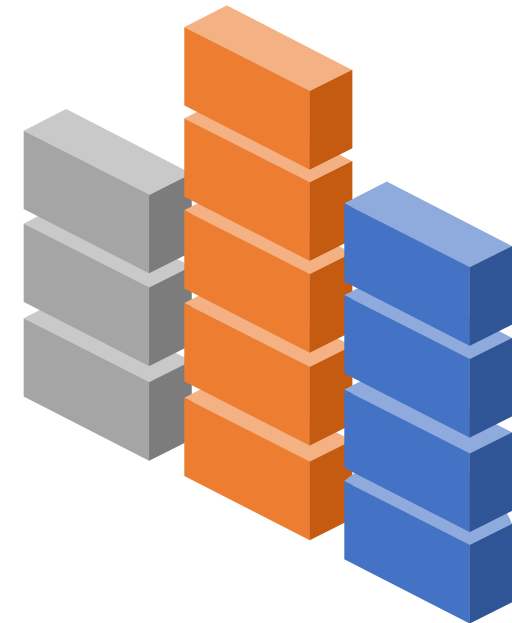
Spese variabili

Durante la situazione di crisi, quanto hai speso / spenderai per pagare i tuoi dipendenti? Quanto hai speso / spenderai per le utenze (acqua, luce, gas)?



Altre spese*

Hai dovuto far fronte ad altre spese impreviste durante questa crisi?



Definisci la tua offerta

Quali prodotti o servizi vuoi offrire?

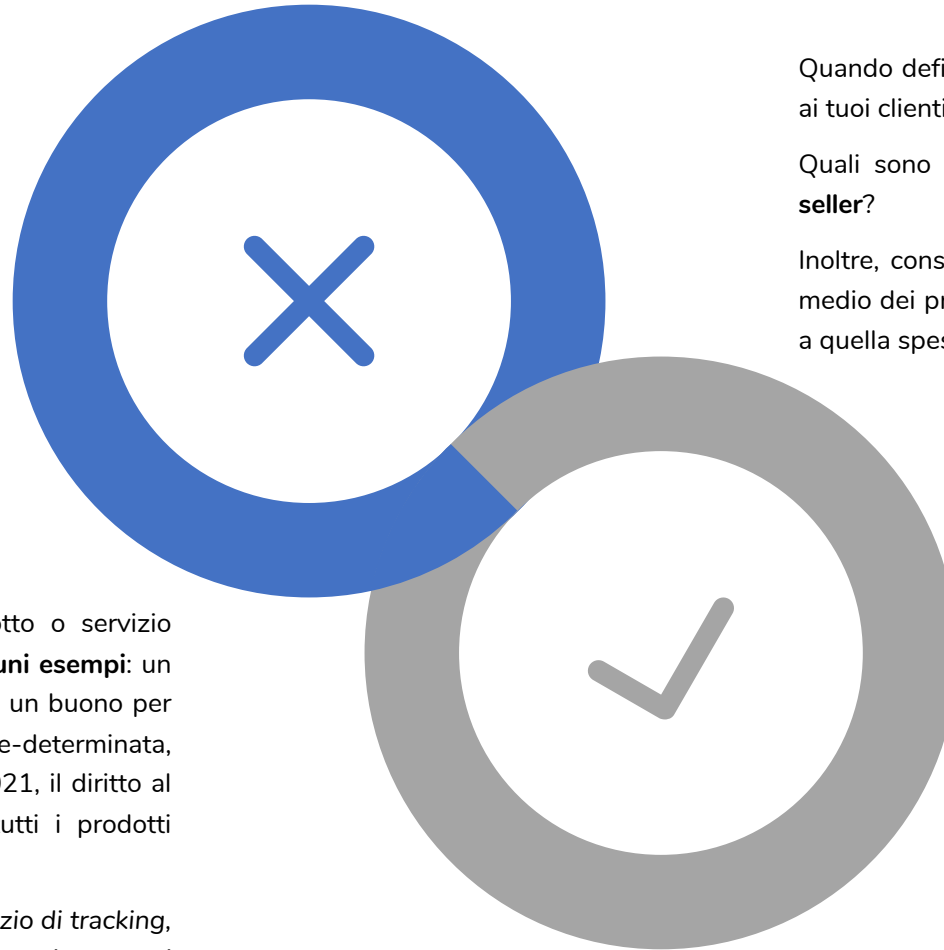


Da non fare

- Non offrire prodotti sconosciuti / fondi di magazzino
- Non offrire prodotti / servizi dal valore medio troppo alto per la tua clientela

Su LiUU, puoi offrire qualsiasi tipologia di prodotto o servizio (purchè in linea con i nostri [termini d'uso](#)). Ecco **alcuni esempi**: un voucher da usare in un periodo di tempo nel futuro, un buono per prenotare una camera d'albergo in una stagione pre-determinata, un taglio di capelli da effettuarsi durante l'estate 2021, il diritto al 10% di sconto (fino a un certo massimale) su tutti i prodotti acquistati.

Ricorda solo che LiUU non offre al momento un servizio di tracking, quindi considera anche la semplicità d'uso per te rispetto ai prodotti offerti: un voucher da 100€ potrebbe essere più semplice da gestire in futuro di uno sconto del 10% con massimale di 100€.



Quando definisci la tua offerta di prodotti e servizi, fallo pensando ai tuoi clienti abituali / potenziali clienti.

Quali sono i **servizi più amati**? Quali sono i tuoi **prodotti best seller**?

Inoltre, considera la spesa media dei tuoi clienti abituali: il valore medio dei prodotti offerti dovrebbe essere di una grandezza simile a quella spesa media.



Da fare

- Offri prodotti e servizi che i tuoi clienti riconoscono ed amano
- Considera il budget medio dei tuoi clienti nella definizione della tua offerta

Definisci le tue condizioni

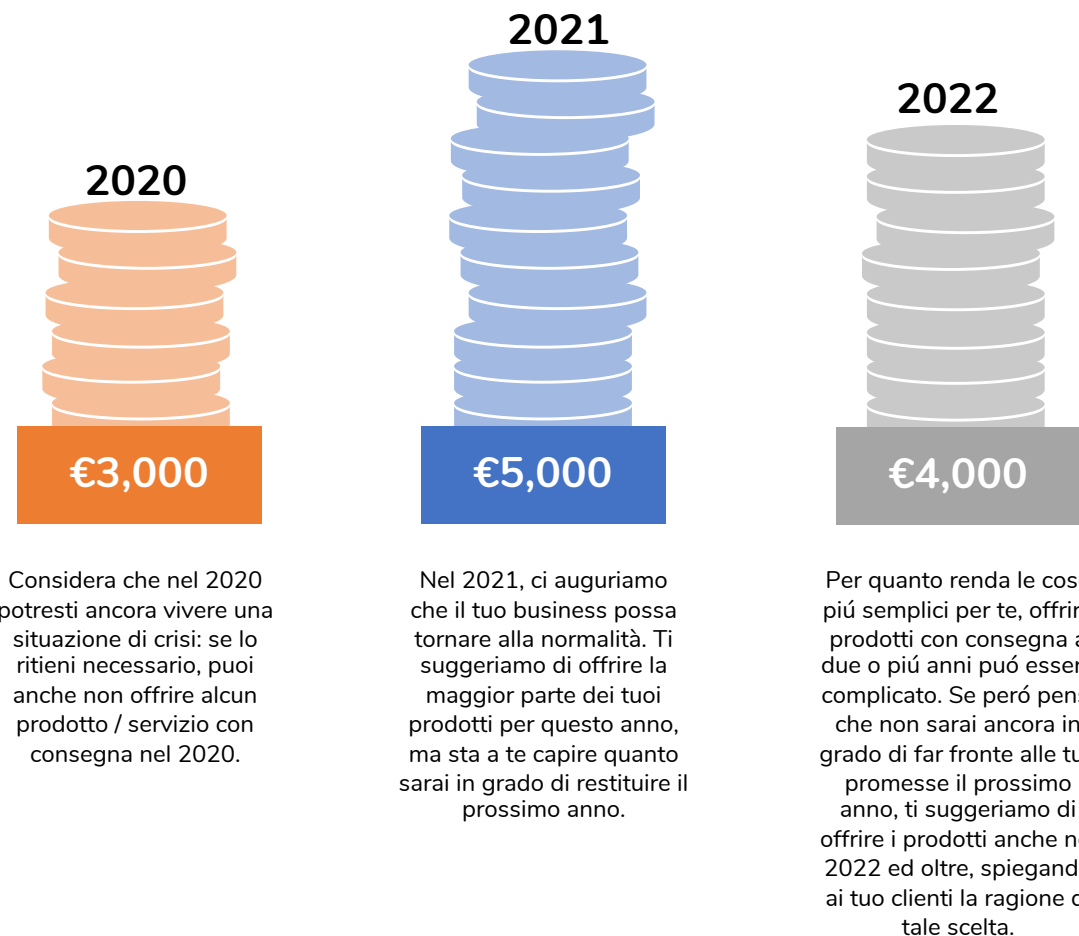
Come definire i termini del tuo contratto con i tuoi clienti

Quando raccogli fondi con la nostra piattaforma di crowdfund, è un po' come se stessi chiedendo un prestito in banca. Solo che, invece che promettere di restituire denaro, **stai promettendo di offrire un certo prodotto o servizio in futuro.**

Esattamente come quando chiedi un prestito, devi assicurarti di **distribuire i prodotti e servizi promessi in un arco temporale adeguato.**

Per esempio, se la tua campagna è di 12,000€, puoi pensare di «restituire» i fondi in 3 anni come mostrato in figura. Per farlo, assicurati di definire le giuste condizioni per i tuoi prodotti e servizi quando inserisci la descrizione nel form per aprire una campagna (ad esempio, se sei il proprietario di un hotel, puoi offrire 3 soggiorni da una settimana nell'inverno 2020, 5 soggiorni nella primavera 2021 e 4 soggiorni nell'estate 2022).

Questo è un passaggio fondamentale, che distingue la raccolta di fondi tramite crowdfund dalla semplice vendita di voucher: sei tu a definire quando i tuoi clienti potranno usufruire dei prodotti e servizi, esattamente secondo le tue esigenze.



Promuovi la tua campagna

Il successo della tua campagna dipende esclusivamente da te!



WHATSAPP

Assicurati di personalizzare i messaggi mandati via SMS o whatsapp

FACEBOOK

Sui social, posta messaggi pubblici e chiedi di condividere, per raggiungere più utenti possibile

EMAILS

Non scrivere testi di email troppo lunghi e non mandare email di spam ai tuoi clienti

Una volta che la tua campagna è completa ed approvata da LiUU, devi ancora fare un ultimo passo: promuoverla tra i tuoi clienti e potenziali clienti.

Ecco i nostri consigli:

1. Utilizza **canali che i tuoi clienti riconoscano**: la tua pagina facebook esistente, il numero whatsapp della tua attività, la tua email ufficiale
2. Usa **messaggi semplici** tramite questi canali, e re-indirizza i tuoi clienti direttamente alla pagina della tua campagna (quando la campagna è completata, potrai copiare il link da usare nei tuoi messaggi)
3. **Sii fantasioso**: pubblicizza la tua campagna come meglio credi – puoi anche preparare dei volantini da lasciare ai clienti che visitano il tuo negozio, o qualsiasi altra idea che convinca i tuoi clienti a darti una mano
4. **Sii reattivo** e rispondi alle domande che ti vengono poste: i tuoi clienti potrebbero avere bisogno di rassicurazioni sullo stato generale delle tue finanze, al netto della crisi, prima di decidere di «investire» dei fondi per aiutarti