

planeta.ru

Краудфандинг в маркетинге



Краудфандинг — это...

Способ коллективного финансирования проектов, при котором деньги на создание нового продукта поступают от его конечных потребителей.



3 задачи краудфандинга



Привлечение денег
для реализации идеи



Проверка идеи
проекта на прочность



Привлечение внимания
аудитории к проекту, PR

Если идею поддерживают
финансово еще до её реализации,
значит, она точно востребована

Форматы проектов для бизнеса



Классический краудфандинг как маркетинговый и PR-инструмент

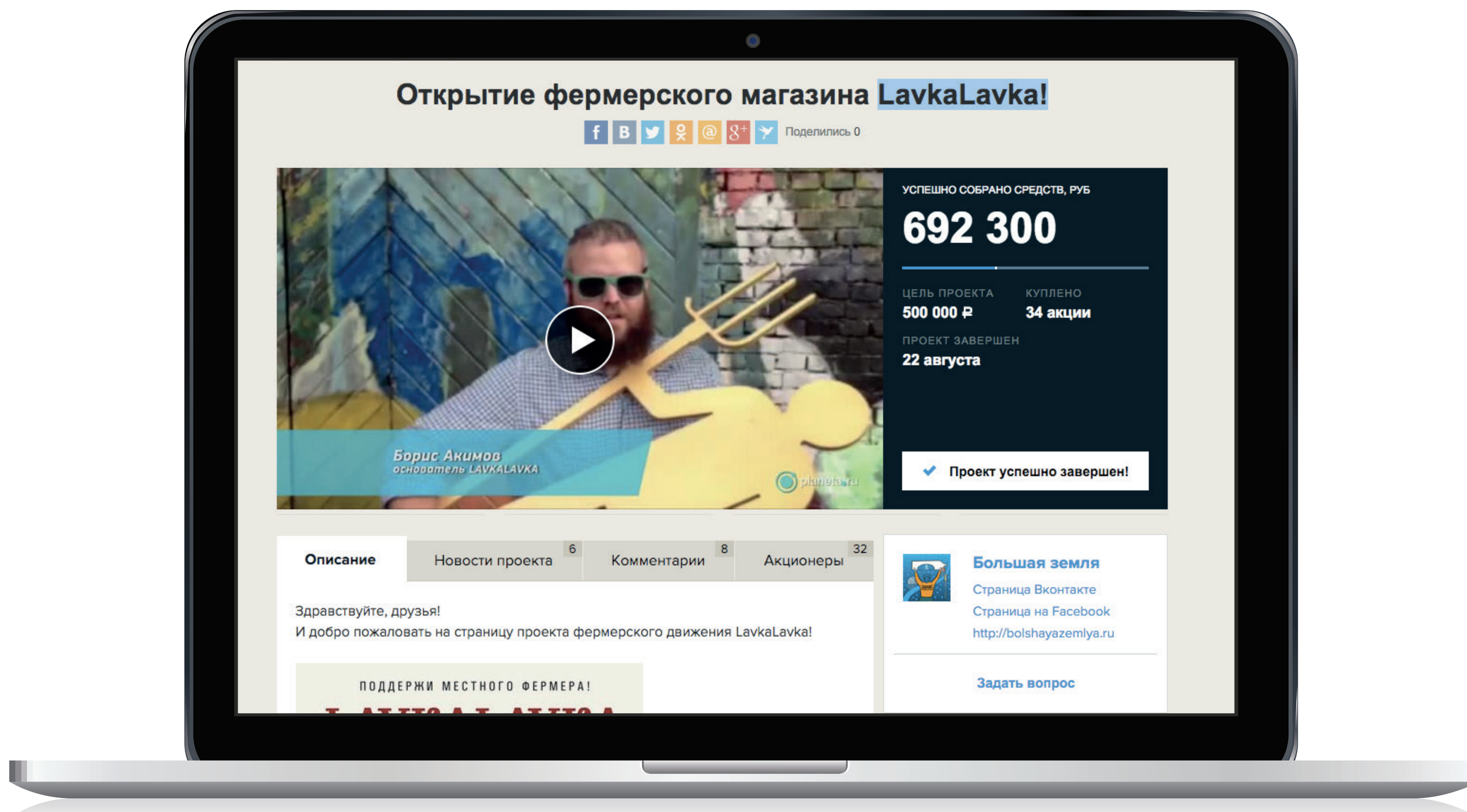


LavkaLavka!

Цель: PR еще до открытия магазина, проверка интереса аудитории

Результат: заявленная сумма – 500 000р. собранная сумма – 692 300р.,
срок достижения финансовой цели – 2 дня

[Перейти на страницу →](#)

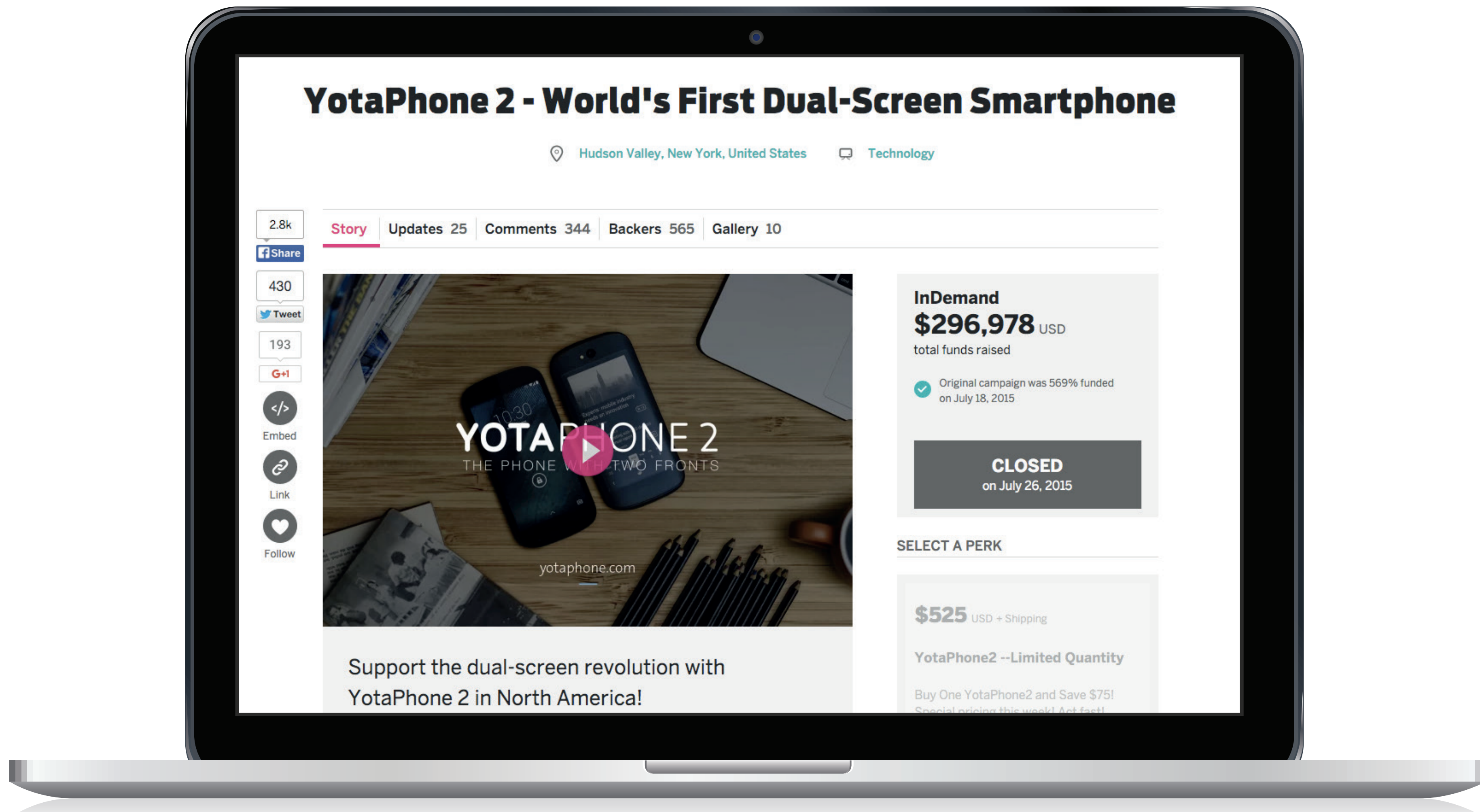


Yotaphone

Цель: выход на новый рынок, проверка интереса аудитории, предзаказ, PR

Результат: заявленная сумма – \$50 000, собранная сумма – \$296 978,
количество акционеров - 565

[Перейти на страницу →](#)



Корпоративная социальная ответственность

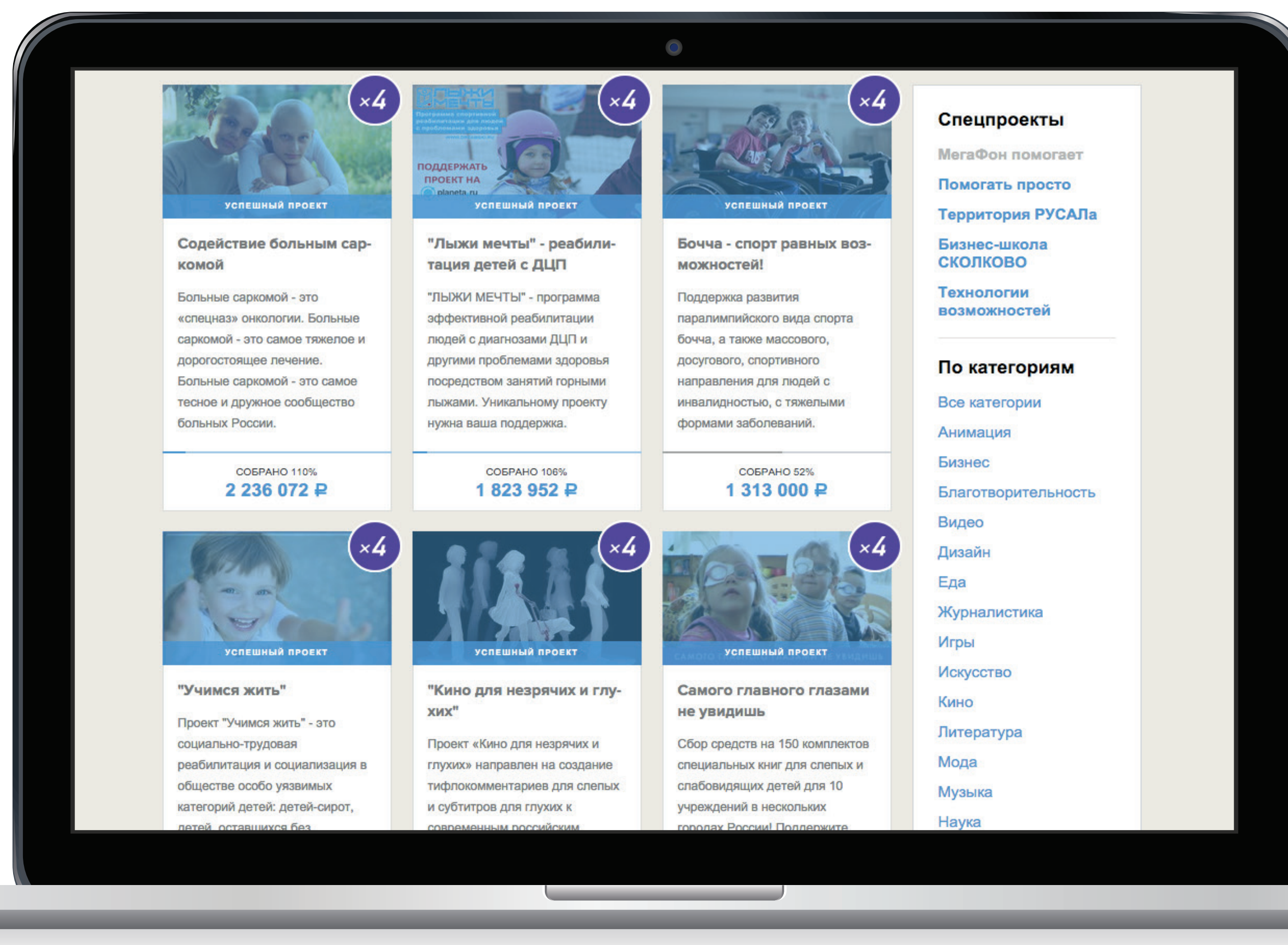


МегаФон

Цель: PR программы «Мегафон помогает», расширение числа участников проекта, демонстрация прозрачности и эффективности программы

Результат: количество реализованных проектов - 11 общий сбор – 12 350 454р.

[Перейти на страницу →](#)

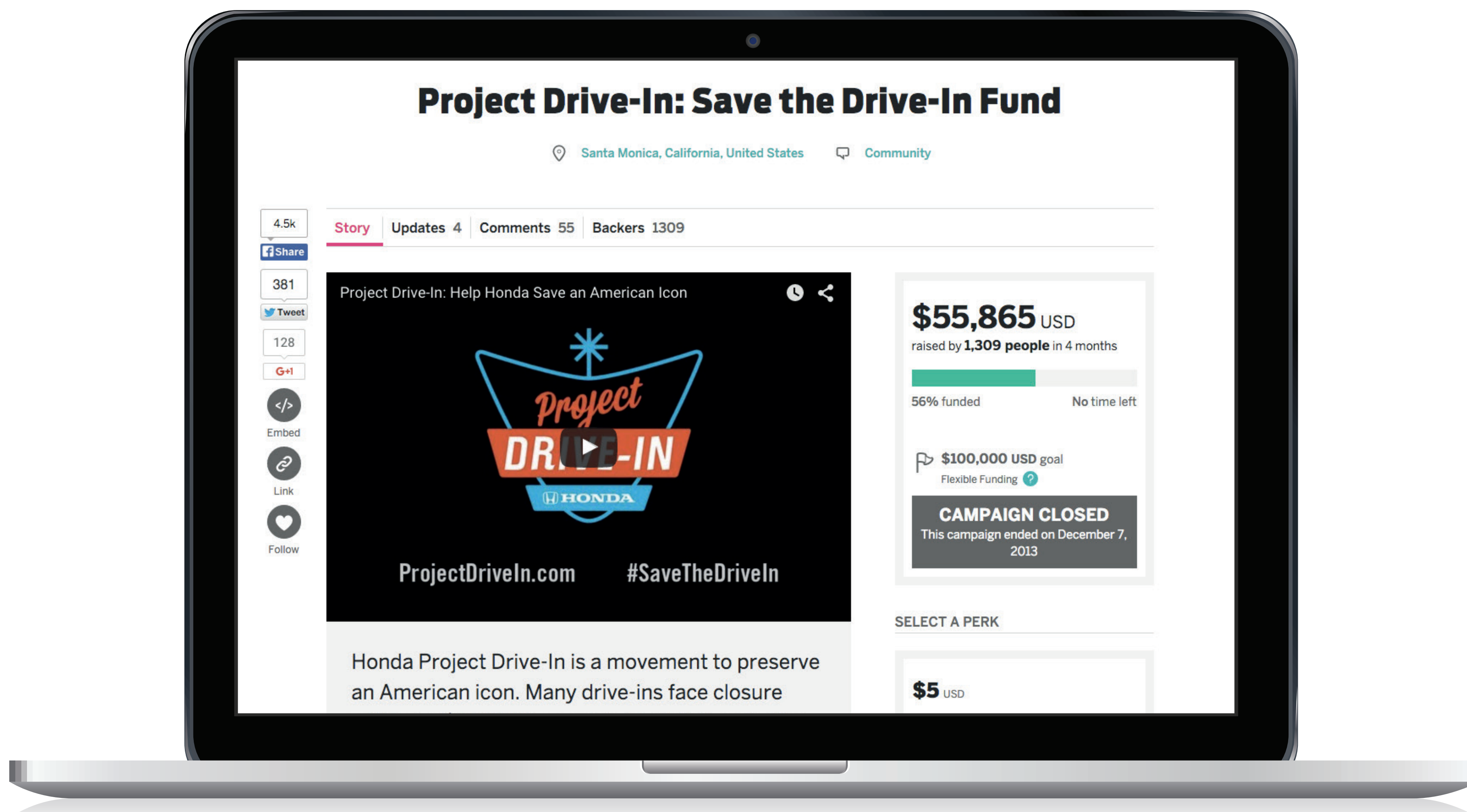


HONDA

Цель: PR

Результат: заявленная сумма – \$100 000, собранная сумма – \$55 865, количество акционеров – 1 309 человек, 10 кинотеатров спасено

[Перейти на страницу →](#)



Спонсорская поддержка

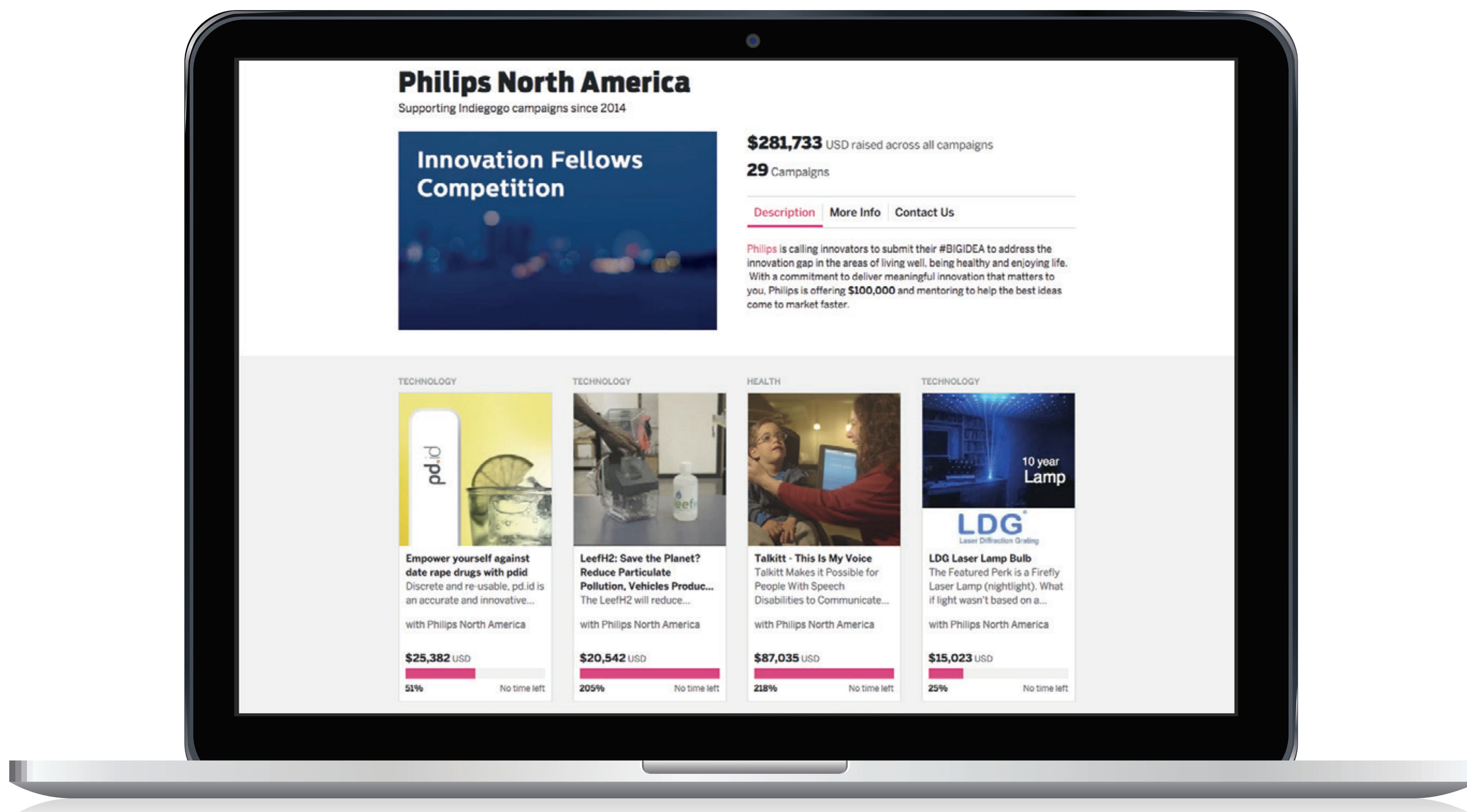


Philips

Цель: PR, позиционирование бренда в качестве эксперта, поиск перспективных проектов для инвестирования

Результат: количество проектов – 29, собранная сумма – \$281 733, количество акционеров – 9 000+

[Перейти на страницу →](#)



GOODSTARTER



ВМЕСТЕ ДЕЛАЕМ МИР ЯРЧЕ!