

**Dicas para a
montagem da
sua campanha no**

RECURRENTE

#ficaadica

Montar uma campanha de sucesso não é tarefa fácil. Envolve planejamento, comunicação, apresentação, divulgação e dedicação.

Estas são dicas para te ajudar a montar os materiais e a se preparar para essa jornada da melhor maneira possível!

Aproveite o que quiser e tácalepau!

PARE!

Antes de começar, queremos dizer que aqui a cultura é sempre ganha-ganha.

Por isso, a gente evita ao máximo o uso da palavra DOAÇÃO, ok?

A maioria das pessoas pensa em filantropia quando ouve essa palavra, mas queremos construir uma rede que vai além disso.

Por isso, antes de continuar, apague essa palavra da sua cabeça, tá?

No lugar, a gente costuma usar colaboração, contribuição ou apoio.

PARTE 1: o segredo do sucesso.

O sucesso na arrecadação de uma campanha depende de muitos fatores, que vão desde a forma que você se apresenta, até o poder da sua rede.

Uma campanha bem sucedida se apoia em quatro pilares fundamentais.

Você não precisa ser perfeito em todos eles mas não deve nunca deixar uma dessas pernas esquecida.

Relevância

Qual é a relevância da sua proposta para alguém que nunca ouviu falar em você ou no seu trabalho?

Provavelmente não é nem um projeto super específico, nem salva a vida de milhares de pessoas. Mas quem não conhece, vê o quê?

Apresentação

Tudo conta na apresentação: vídeo, imagens, diagramação, texto...

Seu projeto não precisa ser o mais lindo do mundo e estar perfeito para ir para a rua, mas uma boa apresentação certamente ajuda a impulsionar a arrecadação.

Poder da rede

Existem redes que têm mais facilidade de acesso à internet, a meios de pagamento online e estão acostumadas com uma cultura de participação e colaboração.

Outras redes são mais difíceis de mobilizar e conseguir um novo assinante é mais trabalhoso. Como é a sua?

Dedicação

Com certeza uma campanha no Recorrente exige algum grau de dedicação do Realizador.

Alguns separam várias horas por semana e outros esperam a coisa acontecer mais naturalmente. Não tem segredo: quanto maior o trabalho, maior o retorno.

PARTE 2: materiais de campanha.

Você vai precisar produzir alguns materiais para colocar a sua campanha no ar.

**Coisa simples, nada de outro mundo.
Mas lembre-se que esses materiais são o seu cartão de visitas para quem não conhece o projeto.**

Por isso, capriche :)

Vídeo

**Não é obrigatório,
mas é o que mais
chama a atenção**

Imagem de capa

**É a imagem que
vai apresentar seu
projeto**

Imagem de fundo

**Deixa a página da
campanha com a
sua cara**

Texto

**É a descrição
mais detalhada
do projeto**

Frase Resumo

**A primeira coisa
que alguém vai ler
sobre seu projeto**

Metas

**Mostram o seu
planejamento de
próximos passos**

Vídeo

1.
Pense no vídeo como o seu “aperto de mão”. É o primeiro contato com quem não te conhece.

2.
Um bom vídeo deve explicar rapidamente o projeto e convidar as pessoas a participarem.

3.
Tente falar sobre o objetivo do trabalho, mas não ser específico demais em relação a metas e recompensas.

Lembre-se: a ideia é que o vídeo fique no ar por bastante tempo, enquanto várias metas são batidas!

4.
Um roteiro básico:

- **O tempo ideal é entre 2 e 3 minutos**
- **Apresente a iniciativa de forma resumida**
- **Fale do impacto coletivo que gera**
- **Cite e mostre quem está envolvido no trabalho**
- **Fale rapidamente das metas de longo prazo, sem ser muito específico**
- **Faça o convite para a colaboração mostrando o link da campanha**

Vídeo

Não é obrigatório,
mas é o que mais
chama a atenção

Imagem de capa

É a imagem que
vai apresentar seu
projeto

Imagem de fundo

Deixa a página da
campanha com a
sua cara

Texto

É a descrição
mais detalhada
do projeto

Frase Resumo

A primeira coisa
que alguém vai ler
sobre seu projeto

Metas

Mostram o seu
planejamento de
próximos passos

Imagem de capa e imagem de fundo

1.

A imagem de capa é aquela que aparece na listagem das campanhas e, se você não tiver vídeo, é a primeira coisa que aparece na sua campanha.

2.

Uma imagem de capa ideal é aquela que chama a atenção, mostra profissionalismo e gera interesse em quem entra na plataforma.

3.

A imagem de fundo é aquela que aparece no alto da página da campanha. Ela não é obrigatória!

4.

A imagem de fundo é boa para deixar a página da campanha com a cara do seu projeto. Vale abusar da criatividade aqui!

5.

Tamanhos:

- Capa: 470x270 pixels
- Fundo: 1200x300 pixels

Vídeo

Não é obrigatório,
mas é o que mais
chama a atenção

Imagem de capa

É a imagem que
vai apresentar seu
projeto

Imagem de fundo

Deixa a página da
campanha com a
sua cara

Texto

É a descrição
mais detalhada
do projeto

Frase Resumo

A primeira coisa
que alguém vai ler
sobre seu projeto

Metas

Mostram o seu
planejamento de
próximos passos

Texto

1.
O texto deve ser o material mais completo, mas o ideal é dividi-lo em etapas, pensando em públicos diferentes.

Todo mundo que ler o texto deve entender o projeto.

Alguns vão querer entender mais superficialmente, outros mais a fundo.

2.
Use e abuse das imagens no meio do texto.

Sempre que terminar de escrever um parágrafo, se pergunte: dá para explicar isso em uma imagem?

3.
Faça testes! Você pode mudar o texto quantas vezes quiser, sempre que quiser.

Então mostre para pessoas próximas e veja o que elas não entenderam.

Mude o que achar necessário, teste, volte e não tenha medo de errar!

Vídeo

Não é obrigatório,
mas é o que mais
chama a atenção

Imagem de capa

É a imagem que
vai apresentar seu
projeto

Imagem de fundo

Deixa a página da
campanha com a
sua cara

Texto

É a descrição
mais detalhada
do projeto

Frase Resumo

A primeira coisa
que alguém vai ler
sobre seu projeto

Metas

Mostram o seu
planejamento de
próximos passos

Frase resumo

1.
Se você encontrasse um investidor no elevador, mas só pudesse falar uma frase para ele, o que diria?

A frase resumo é o que vai atrair um curioso para clicar na sua campanha.

Por isso, ela deve ser explicativa, mas deixar um mistério...

2.
Evite slogans. Não é uma propaganda. Se sua iniciativa for sobre teatro, deixe claro que é de teatro. Se for sobre música, fale de música.

Não use coisas como “o conhecimento começa aqui”, que são totalmente vazias.

3.
Faça testes! Você pode mudar o texto quantas vezes quiser, sempre que quiser.

Então mostre para pessoas próximas e veja o que elas não entenderam.

Mude o que achar necessário, teste, volte e não tenha medo de errar!

Vídeo

Não é obrigatório,
mas é o que mais
chama a atenção

Imagem de capa

É a imagem que
vai apresentar seu
projeto

Imagem de fundo

Deixa a página da
campanha com a
sua cara

Texto

É a descrição
mais detalhada
do projeto

Frase Resumo

A primeira coisa
que alguém vai ler
sobre seu projeto

Metas

**Mostram o seu
planejamento de
próximos passos**

Metas

1.
Credibilidade é o nome do jogo. E a gente acredita que ela está ligada a planejamento e transparência

As metas são uma maneira simples de comunicar quais são os planos para o futuro!

2.
A meta consiste em um valor mensal e uma descrição curta do que você quer fazer com o dinheiro

3.
Você vai poder estabelecer várias metas.

O Ideal é ter sempre a meta atual e a seguinte bem preparadas!

4.
Não existe tudo-ou-nada. Você recebe o dinheiro independente de bater a meta ou não.

5.
Você não precisa dizer em quanto tempo pretende bater uma meta, mas é legal se programar para bater uma meta a cada dois ou três meses, no máximo.

Afinal, alcançar um objetivo traz um senso de realização coletiva incrível para todo mundo que participa!

PARTE 3: ganha-ganha.

A proposta aqui não é criar uma relação de dependência, de pessoas que querem só ajudar uma causa que está capenga e precisa delas.

O legal é estabelecer um tipo de relação diferente, onde o assinante faça parte da iniciativa!

Para que essa relação seja ganha-ganha, tem quatro coisas que você precisa entender bem...

Celebrações

Para cada meta que você estabelecer, você vai propor uma celebração. Toda vez que uma meta for batida, é hora de celebrar!

Pode ser um encontro, uma festa, um vídeo especial, uma camisa... A celebração é um momento pontual, mas importante. É a hora de dizer “chegamos aqui juntos! Obrigado!”

Brindes de entrada

Alguns preferem dar um presente para o assinante assim que ele entra, para marcar esse momento e já criar um vínculo.

Brindes de entrada podem ser oferecidos para serem entregues no primeiro mês de assinatura, e também podem ser separados por valor de contribuição.

Benefícios

Algumas iniciativas podem ter benefícios recorrentes para oferecer. Se você pode oferecer um desconto ou um serviço especial, pode usar isso como benefícios para atrair assinantes.

Você pode, inclusive, oferecer benefícios diferentes para cada valor de contribuição.

Protagonismo

Os brindes, celebrações e benefícios são muito importantes. Mas é fundamental criar um papel de protagonismo para o assinante.

Ele não é só um cliente que dá dinheiro todo mês. Ele faz parte da sua iniciativa. Crie um canal de comunicação, faça consultas e inclua essas pessoas nas decisões!

E aí, tudo na cabeça?

Se tiver dúvidas ou sugestões, manda pra gente no email recorrente@benfeitoria.com

Vamos juntos!