



**Máš nápad?**

**EVER  
FUND**

# PRŮVODCE PRO TVŮRCE PROJEKTU

1. Definuj projekt
2. Nabídní odměny
3. Stanov si cílovou částku
4. Natoč video
5. Vytvoř profil projektu
6. Sdílej
7. Aktuálně informuj
8. Dodrž, co jsi slíbil

## 1. Definuj svůj projekt

---

Ať jde o vydání knihy, realizaci divadelního představení, konferenci nebo rozjezd podnikání - prvním krokem každého tvůrce je popsat svůj projekt. Jasně říct, na co zdroje sháníš.

Je důležité prezentovat zacílený a dobře definovaný projekt s jasným začátkem a koncem. Například: Realizovat uměleckou instalaci - to má jasný začátek a jasné završení. Ale budovat uměleckou kariéru - to toto hledisko nesplňuje, nemá to konec, je to stále probíhající proces.

Když jasně pojmenuješ cíl a záměr, lépe se oslovují potenciální dárci. Vědí, co mohou očekávat a to usnadňuje jejich rozhodování a buduje jejich důvěru. I vám to poskytne příležitost realisticky odhadnout vaše síly a schopnosti naplnit cíle. Když jasně formuluješ cíle, ukotví to v tobě odhodlanost je dosáhnout.

Řekni co a proč děláš, jaká je tvoje motivace a jaký máš cíl. Co tvůj projekt přinese a co se díky němu změní nebo stane.

Everfund vyžaduje jasnost a transparentnost, nejde o charitu, jde o výměnu a k tomu je jasné vysvětlení cílů nutné. Ujistěte se, že komunikujete s jasností a zřetelností. Pokud si nejste jisti, zda se sem váš projekt hodí nebo zda jej správně komunikujete, podívejte se na pravidla Everfundu.

## 2. Nabídni odměny

---

Odměnou je to, co dárci obdrží výměnou za to, že podpořil tvůj projekt. Úspěch projektu hodně závisí na dobrém nastavení odměn - projekty, kde jsou odměny přeceněny nebo nejsou kreativní, mají problém získat podporu. Nejdůležitější na odměnách je, že jsou zábavné a atraktivní, že jsou hmatatelné a adekvátně naceněné.

### Co nabídnout

Odměnami by měly být především samotné výstupy projektu. Pokud cílem projektu je vydat knihu nebo natočit nové hudební album, pak odměny by měly zahrnovat výtisk té knihy nebo CD. Dárci by měl obdržet něco, co pomohl vytvořit.

Odměna má přinést dárci užitek, radost, skutečnou hodnotu za vložené peníze nebo jiné kvality. Měl by z odměny těžit stejně, jako autor projektu z daru.

#### Nejběžnější typy odměn na Everfundu:

- Výtisky, kopie věcí: alba, CD, DVD, kniha, publikace a pod.. Hodnota těchto věcí by měla být taková jako by stály v obchodě.
- Tvůrčí spolupráce: ztvárnění jako hrdiny v komixu, několik jich může nahrát potlesk pro skladbu 7, bude jako model pro propagační letáček a pod.
- Tvůrčí prožitek: návštěva v hudebním studiu při natáčení, VIP pozvánka na křest alba/knihy, prožitek koncertu ze zákulisí a pod.
- Tvůrčí upomínkový předmět: podepsaná fotografie odeslaná z místa spojeném s projektem, uvedení ve filmových titulcích, jmenné poděkování na informační desce u dětského hřiště, symbolický předmět vypovídající o záměru projektu apod.

### Jak to ocenit

Everfund zprostředkovává kvalitní výměny, které jsou směsí obchodu a mecenášstvím / patronátem.

Je dobré nabídnout celou škálu možných příspěvků a odměn. Od nízkých 100Kč až po vysoké např 10.000 nebo 50.000,-Kč. Také zvaž, jaké výstupy projekt přináší.

Co funguje? Nabídní něco co má hodnotu. Skutečná hodnota zahrnuje víc než jen cenovku. Pokud jde o limitované vydání nebo ojedinělý zážitek, pak využij kreativní možnosti jak s dárci pracovat - uvědom si, že to jsou tvoji fanoušci, že je zajímá co děláš, jak přemýšlíš, využij to a nabídní hodnotné a kreativní odměny. Pokud ale jde o zboží, pak je dobré zachovat hodnotu odměny blízko skutečné tržní ceně.

Představ si, že ty sám jseš na místě dárci: Dal bys za to, co nabízíš, své peníze?

## 3. Stanov si cílovou částku

---

Everfund funguje na modelu “všechno nebo nic” - to znamená, že projekt musí dosáhnout svoji cílovou částku, aby peníze a nefinanční příspěvky obdržel. Každý projekt má stanovenou cílovou částku a časový termín pro její dosažení. Minimální doba trvání kampaně je na Everfundu je 1 den, maximální je 3 měsíce. Jak určit částku i čas je u každého projektu individuální. Zde je pár věcí, které je dobré mít na paměti.

### Rozpočet

Kolik peněz potřebuješ? Chceš zde získat celý rozpočet nebo jen jeho část? Zahrnul si do nákladů také odměny a jejich doručení k dárcům?

Důkladným zvážení položek rozpočtu můžeš předejít pozdějším nočním můrám. Buď zcela transparentní, ty i tvůj projekt tak budete důvěryhodní a dárci to ocení!

### Sociální síť

Everfund není kouzelný nástroj na peníze. Cesty ke zdrojům vedou především přes tvoje sociální síť - přátelé, rodina, širší sociální síť, komunity...a když se projektu daří dobře, tak jej lidé sdílí a zdroje přicházejí od vzdálených a neznámých lidí, kterým se projekt líbí. Zmapuj dosah svých sociálních kontaktů.

### Cílová částka

Když víš jaký je tvůj rozpočet a dosah sítí a kontaktů, pak můžeš stanovit cílovou částku. Systém, který zde funguje, je “všechno nebo nic,” můžeš vždycky vybrat víc než je tvůj cíl, ale nikdy ne méně. Uvědom si kolik peněz potřebuješ, abys byl schopen projekt opravdu realizovat a splnit co slibuješ. Pak spolu s předchozí úvahou stanov cílovou částku, která by měla odrážet jak částku pro skutečnou realizaci, tak dosah tvých sítí.

### Nastav konečné datum kampaně

Kampaň může trvat od jednoho dne po 90 dní. Delší doba nutně nemusí znamenat větší úspěch. Statistiky ze zahraničí ukazují, že neúspěšnější projekty trvají 30 nebo méně dní. Po dobu kampaně musíš být v plném nasazení, akčně se o kampaň starat, hledat kreativní způsoby šíření, opakovaně zval dárci ke spolupráci a sdílení...

Dobře zvaž svoji kapacitu, aby projekt nevyvanul. Delší doba trvání projektu snižuje naléhavost a vede k většímu váhání dárců. Platí že každý projekt je jiný - pro některý projekt je vhodná akční a krátká doba 2 týdny a pro jiný je to 2 měsíce.

## 4. Natoč video

---

Většina lidí, když jde na stánku projektu, tak první co udělá je, že klikne na video. Video je nejlepší způsob, jak získat o projektu nějaký pocit, jak se dovědět o motivaci a charakteru projektu. Je to ukázka vloženého úsilí a dobrý předpoklad k úspěchu. Projekty, které mají video jsou úspěšnější než projekty bez videa.

Víme, že z natáčení videa můžete mít obavy. Většina z nás se před kamerou necítí pohodlně. Nicméně natáčení videa je výzvou, která rozhodně stojí za to ji podstoupit. Znamená totiž, že vám na tom, co děláte, záleží natolik, že se kameře a tedy veřejnosti vystavíte. Je to malý risk za velkou odměnu.

Pokud máš počítač s kamerou a dost nadšení, pak máš vše co potřebuješ. Některá videa jsou velkolepé montáže, jiná jsou dlouhé epické záběry, ale většina videí jsou jednoduchá - někdo říká svůj příběh rovnou do kamery. Můžeš strávit natáčením a editováním celé dny nebo to můžeš vyšvihnout s kamarády za pár hodin o víkendu.

Nemusí to být dokonalé, ale musíš to být skutečně ty!

**Ať už chceš udělat video super vtipné nebo zcela obyčejné, každopádně v něm má být:**

- Řekni kdo jsi.
- Řekni příběh, který je za projektem. Kde jsi přišel na tu myšlenku? V jaké fázi to celé teď je? Jaký z toho máš pocit?
- Ukaž se plně a řekni si o podporu, vysvětli, proč ji potřebuješ a co s jejich penězi uděláš.
- Mluv o tom, jak úžasné jsou odměny, které nabízíš. Použij k tomu všechny dostupné příklady, které můžeš.
- Vysvětli, že když nedosáhneš stanovené sumy, nedostaneš nic a všichni budou smutní.
- Poděkuj!

Důležitá věc - neboj se ukázat svůj obličej přímo na kameru, ať lidi vidí komu dávají peníze nebo jiné věci.

Možná bys to neřekl, ale tohle udělá značný rozdíl v úspěšnosti.

A ještě jedna věc: Nepoužívej hudbu, na kterou se vztahují autorská práva, aniž bys neměl legální svolení.

Případné soudní řízení ti za to nestojí. Budeš-li uvažovat o hudbě, podívej se sem: SoundCloud, Vimeo Music Store, Free Music Archive a ccMixer.

A nakonec technická specifikace: video nahraj na youtube nebo vimeo a ..... formát video MOV, MPEG, AVI, MP4, 3GP, WMV nebo FLV.

## 5. Vytvoř profil projektu

---

Tomuto věnuj dostatek času, nešij to horkou jehlou. Úspěšnému autorovi to v průměru zabere 2 týdny než to celé doladí a zveřejní. Vyplácí se pozorný, pečlivý a postupný přístup.

### Název projektu - kampaně

Jméno tvjí Everkampaně by mělo být jednoduché, konkrétní a dobře zapamatovatelné a mělo by korespondovat nebo obsahovat název projektu, pro který sbíráš peníze a jiné zdroje. (například chceš natočit nové hudební album...v názvu kampaně by se měl objevit název alba, název kapely a ne jen “Natáčím nové album” - to nic neřekne, nedá se podle toho nic vyhledat, atd.)

Vyhni se slovům jako “pomoc,” “podpora” nebo “fond.” Vypadá to, že žádáš někoho o laskavost namísto toho, že nabízíte zážitek, který si dárci užije a zamiluje.

### Projektová fotka

Projektová fotka nebo obrázek je image, který tě bude reprezentovat na webu Everfund. Vyber obrázek, který dobře odráží tvůj projekt a zároveň je pěkný, poutavý a zajímavý!

### Krátký popis

Tento krátký popis se objeví na “dlaždicí” projektu - je to to první co si každý přečte. Je to prostor, kde můžeš každému rychle říct, o čem je tvůj projekt. Sděl záměr a jasně řekni čeho chceš dosáhnout. Když bys měl popsat svůj projekt na jeden nádech, co bys o něm řekl?

### Něco o sobě

Tohle je prostor a dobrá příležitost říci více sám o sobě. Proč ses právě ty pustil do takového projektu? Dej sem linky a odkazy na tvój ostatní práci. Tady získáváš důvěru dárců. A na tom záleží, zda tě podpoří nebo ne.

## 6. Sdílej

---

Většina projektů dostává podporu ze svých sítí a ze sítí těchto sítí...tedy od přátel tvých přátel a od jejich přátel. Pokud chceš, aby lidé podpořili tvůj projekt, musíš jim o tom říct. A to více než jednou! A různými způsoby! Tady je postup, jak to dělat:

### Živé vykročení

Milá, upřímná a osobní zpráva je ten nejefektivnější způsob, jak dát o projektu někomu vědět. Pošli email tvým blízkým přátelům a rodině, aby mohli být prvními dárci. Pak využij svůj blog, facebookovou stránku, Twitter účet a zastihni každého, kdo je “na příjmu.” Nezahlcej internetový prostor, nebombarduj nikoho hromadnými zprávami, ale jednoduše dej vědět skrze všechny sítě a kanály, které jsou ti běžně k dispozici. Během kampaně pošli několikrát připomenutí - jako aktualizaci a poděkování. Věnuj čas a energii osobnímu kontaktu s lidmi - dělá to divy.

### Setkání

Neboj se ukázat svůj projekt ve skutečném světě. Nic nenadchne lidi pro tvoji myšlenku více, než když uvidí jak ti září oči, když o tom mluvíš. Uspořádej párty na podporu projektu, vytiskni si letáčky a roznes na místa, kde se pohybuje ta správná komunita, organizuj setkání, kde můžeš vysvětlit o co ti jde, o co se snažíš. Buď kreativní!

### Zaujmi média

Vždycky stojí za pokus kontaktovat místní noviny, televizi a radia. Napiš nebo zavolej a řekni jim o tom co děláš a jak na to získáváš zdroje, připoj link projektu na Everfundu. Najdi blogy, kde se píše o podobných tématech a napiš tam. Příběhy o osobním úsilí a neobvyklých nápadech a realizacích se často otiskují, proč by to neměl být právě ten tvůj?

### Co nedělej

Ať už sdílíš svůj příběh a projekt přes jakýkoli kanál, nespamuj. To také zahrnuje postování projektového linku na stránkách ostatních Everfund projektů, psaní žebrových emailů a zpráv na Twitru, bombardování linky na Facebooku a jiné otravování lidí, které ve skutečnosti neznáš. Přílišné postování může zneprátnit tvé fanoušky a také to vrhá špatné světlo na ostatní projekty Everfundu. Nedělej to!

## 7. Aktuálně informuj

---

Tato část ti slouží jako blog projektu. Je to výborný nástroj na sdílení postupu a vývoje projektu, kde můžeš poděkovat dárcům. Když zde vložíš aktualizaci, automaticky jsou všichni tvoji dárci informováni emailem. Vždy si můžeš zvolit zda konkrétní aktualizace bude veřejná a nebo se zobrazí pouze těm co tvůj projekt podpořili.

### Hybná síla

Zatímco se ti odpočítává čas, informuj své podporovatele a přátele o vývoji, o tom jak pracuješ na projektu. Motivuj je tím k dalšímu šíření po jejich sítích. Namísto postování linku s projektem a žádostí o příspěvek, zacházej s projektem jako s příběhem, který se každý den dál a dál odvíjí. Posdílej fotku s myšlenkovou mapou z včerejšího brainstormingu projektového týmu nebo sdělení “Našli jsme vydavatele pro naši knihu” spolu s linkem projektu, je příjemné, přitahující a neobtěžuje. Buduj hybnou sílu, která vzbuzuje zájem, chuť se zapojit a přispět. Sdílej nadšení a vášně.

### Udržuj kontakt

Pokud jseš úspěšný a dosáhneš cílové částky, pamatuj na všechny ty lidi, které to umožnili! Sdílej s nimi proces realizace, dovol jim sledovat jak to vše vzniká a děje se - jednoduše s nimi sdílej dílčí dosažené cíle, sdílej jaké to pro tebe je, naplňovat svoji vizi, kterou oni podpořili. Můžeš je dokonce požádat o zpětnou vazbu. Udržovat vazbu a informovat dárců je zásadní součást filozofie a přístupu Everfundu.

Pro všechny, co jsou nějak napojeni, nataženi do projektu, všichni co jej sledují, co jej podpořili, ocení a užijí si, když budeš sdílet dotazníky a rozjetí projektu - ať už to bude fotka z křestu alba nebo knihy, fotka prvních dětí, které si hrají na nově vybudovaném hřišti, nebo novinový článek, který píše o tvém projektu. To vše patří všem, kteří tvůj projekt podpořili.

Cesta tvého projektu tady na Everfundu nekončí v momentě, kdy úspěšně dosáhl svého záměru. Stále máš zaujaté publikum, lidi, kteří ti fandí. A komunikovat s nimi může být tím nejcenějším z celého procesu.



## 8. Dodrž, co jsi slíbil

---

Jakmile jednou završíš záměr projektu, čeká tě zásadní krok - poslat všem jejich odměny. Můžeš mít pocit, že to se nedá zvládnout. To co ti pomůže, je dobře to vše zorganizovat. Vždyť si to můžeš užít - posílat odměny může být dobrou zábavou.

### Jak získat informace o E-Founderech

Když sestavuješ odměny, mysli na to, jaké informace budeš od dárců potřebovat: poštovní adresu, velikost trička, jaký ma operační systém v počítači nebo oblíbenou barvu? Tyto požadavky zadej do poznámky již při vytváření odměn.

Pokud potřebuješ zjistit něco dalšího, kontaktuj dárce co nejdříve po završení projektu. Kontakty na všechny dárce najdeš na webu. Tam si dárce můžeš třídít podle toho k jaké odměně patří.

### Plánuj s předstihem

Nezapomeň do nákladů zahrnout náklady na dopravu odměn (třeba i přes oceán) už když sestavuješ rozpočet zcela na začátku. Může to dopadnout tak, že to bude mnohem větší část rozpočtu než sis myslel. Představ si jaké budou tvoje odměny, jakým způsobem je budeš doručovat, kolik budou vážit, kolik jich bude vzhledem k cílové částce... Nezapomeň na skryté náklady (např. bublinkatá fólie jako ochrana).

Udělej si online průzkum. Podívej se na stránky doručovacích společností, začni u české pošty ceskaposta.cz, DPD [dpd.com/cz](http://dpd.com/cz), PPL [ppl.cz](http://ppl.cz), UPC direct [upcdirect.com](http://upcdirect.com), možná najdeš nějakou další výhodnější variantu.

### Komunikuj, komunikuj, komunikuj

Naplnit své sliby a svá slova možná nebude nejzábavnější ani romantický zážitek v rámci Everfundu, ale to co to znamená je, že tím dáváš svůj projekt do rukou těch, kteří jej umožnili. Pořid' fotky jak všechny ty odměny balíš, posdílej nejhorší historku z nějaké pošty - lidi rádi vidí fotky nebo videa jak se chystají balíčky, které pak dostanou.

Také je požádejte o zprávu, že balíček dorazil v pořádku. Pozvi přátelé na sklenku vína a napomoc až budeš nalepovat stovky dopisních známek. Udělej z této práce něco speciálního - jsou to přece poslední momenty porodní fáze tvého projektu, který už odted' bude žít sám o sobě.