

# **Come preparare, lanciare e seguire il tuo progetto su Oso - Ogni Sport Oltre**

Per ulteriori domande riguardo la creazione di una locandina o di un video si prega di contattare il proprio advisor OSO di riferimento.

# Indice dei contenuti

## INTRODUZIONE

1.1	Che cos'è	3
1.2	Quando e perché lanciare un crowdfunding	4
1.3	Requisiti di approvazione	5
1.4	Cofinanziamento	6

## COME PREPARARE IL TUO PROGETTO

2.1	Titolo	7
2.2	Descrizione	7
2.3	Descrizione breve	7
2.4	Traguardo	8
2.5	Scadenza	8
2.6	Ricompense	9
2.7	Locandina	9
2.8	Video	9
2.9	Biografia	10
2.10	Preparazione della community	10
2.11	Pianificazione della campagna promozionale	10

## COSA FARE A CAMPAGNA IN CORSO

3.1	Aggiornamenti sullo stato della campagna	12
3.2	Coinvolgere la community	12
3.3	Aiutare gli utenti a fare offerte	13
3.4	Pianificare l'extra - raccolta	13
3.5	La tua campagna giorno dopo giorno	14

## COSA FARE A CAMPAGNA CONCLUSA

4.1	In caso di successo	15
4.2	Modalità di riscossione dei fondi	15
4.3	In caso di mancato successo	16

# Introduzione

## 1.1 Che cos'è

OSO – Ogni Sport Oltre è l'iniziativa promossa dalla Fondazione Vodafone Italia per avvicinare le persone diversamente abili al mondo dello sport, perché lo sport sia davvero un'opportunità per tutti.

OSO - Ogni Sport Oltre si propone di promuovere la realizzazione di progetti legati allo sport per persone diversamente abili e di superare la disinformazione, aggregando tutte le informazioni utili per praticare sport (strutture, corsi, materiali) e creando una community tra gli utenti diversamente abili, le loro famiglie e professionisti ed esperti del mondo dello sport.

Per raggiungere questi obiettivi OSO - Ogni Sport Oltre ha creato l'app OSO e il sito [ognisportoltre.it](http://ognisportoltre.it), dove gli utenti possono visualizzare notizie, commenti e storie della community, nonché i progetti dell'iniziativa che possono essere sostenuti attraverso il crowdfunding.

Per la gestione dell'area "Progetti" OSO – Ogni Sport Oltre si avvale della competenza ed esperienza di Eppela, la piattaforma di crowdfunding, reward-based che permette di lanciare gratuitamente un progetto, condividerlo pubblicamente e ottenere un finanziamento collettivo per la sua realizzazione. Il traguardo economico, viene fissato dai progettisti al momento della stesura del progetto e può essere rilanciato una sola volta nel corso della campagna, fissando un nuovo traguardo esclusivamente finalizzato alla realizzazione di una ulteriore implementazione del progetto stesso. Le campagne su OSO – Ogni Sport Oltre durano da 15 a 40 giorni. OSO – Ogni Sport Oltre applica una sola formula di finanziamento, detta "tutto o niente": se la somma non viene raccolta per intero entro il tempo prefissato, le offerte raccolte durante la campagna verranno riaccreditate ai singoli sostenitori. Il nostro team rimuoverà dal portale ogni campagna che risulti attiva contemporaneamente anche su altre piattaforme di crowdfunding o risulti realizzato dallo stesso soggetto nei 12 mesi precedenti la pubblicazione in piattaforma.

OSO – Ogni Sport Oltre svolge azioni di co-marketing rispetto ai progetti, anche con il supporto di Eppela, investendo in customer service, tecnologia, formazione e, in alcuni casi, promozione attraverso i canali messi a disposizione dai suoi partner.

La pubblicazione e la raccolta di fondi attraverso l'area progetti di OSO – Ogni Sport Oltre e' completamente gratuita, a meno dei costi di transazione del sistema di pagamento e di eventuali oneri fiscali, se dovuti, in caso di raggiungimento del target di raccolta.

Eventuali spese di spedizione e produzione delle ricompense, promozione o consulenze da parte di terzi, resteranno a carico del progettista, che dovrà tenerne conto fin dalla prima stesura della campagna.

## 1.2 Quando e perché lanciare un crowdfunding

Una campagna di crowdfunding ha lo scopo di raccogliere denaro, ma allo stesso tempo si configura come una campagna di comunicazione.

Per questa ragione, prima di contattare OSO – Ogni Sport Oltre, il Progettista interessato a lanciare un progetto deve chiedersi se sussistono alcune condizioni prima di lanciare una campagna.

1. Una chiara idea di progetto, la cui realizzazione e sviluppo possano interessare ad un pubblico sufficientemente ampio
2. Testi, immagini e materiali che spieghino in breve il cuore del progetto
3. Una community già attiva a cui rivolgersi in prima battuta per promuovere la campagna attraverso vari canali (formali e informali, web e tradizionali)
4. Un obiettivo economico compatibile con le disponibilità del proprio target

Il crowdfunding è un ottimo strumento per chi vuole lanciare un progetto, ma soprattutto per chi vuole fare un salto di qualità rispetto ad un percorso già avviato, e necessita di risorse che sarebbe molto difficile reperire da referenti classici come banche o finanziarie.

Ciò detto, se affidarsi alla “folla” azzera la necessità di portare garanzie iniziali (infatti non vengono richieste dichiarazioni dei redditi, fatturati o documentazioni analoghe), dall'altra vincola moralmente e operativamente alla trasparenza verso quanti sono disposti a contribuire in anticipo al progetto.

### 1.3 Requisiti di approvazione

#### Campagne reward-based

Le basi di partenza del crowdfunding sono la fiducia e la partecipazione, i sostenitori di un progetto vengono ricompensati in base all'ammontare della propria offerta. Le ricompense dovranno essere definite alla presentazione del progetto e potranno avere anche valore simbolico. È fondamentale che i progetti siano definiti nei minimi dettagli e ad un avanzato stadio di strutturazione, per far sì che i possibili sostenitori abbiano un'idea veramente chiara e concreta di quello che sarà il prodotto finale. È importante che ogni progetto abbia uno spazio attivo e ben strutturato in rete, un sito, un blog e in particolare dei profili su social network, aspetto indispensabile per la promozione della campagna e la ricerca di sostenitori.

#### Campagne di preordine

In caso si intenda sviluppare un prodotto o un servizio, si può prevedere come ricompensa principale il prodotto o il servizio stesso (un libro, un film, una nuova attrezzatura sportiva, ecc.) che verrà inviato, una volta completo, a un prezzo possibilmente inferiore rispetto a quello di vendita al pubblico.

#### Campagne di ticketing

Offrono come ricompensa principale l'accesso a festival, rassegne, eventi sportivi e via dicendo, possibilmente a un prezzo di vantaggio o con l'aggiunta di altri benefit (a discrezione del progettista).

## 1.4 Cofinanziamento

OSO - Ogni Sport Oltre potrà prevedere delle iniziative di cofinanziamento da parte di mentor che vorranno sostenere i progetti di inclusione sportiva che raccoglieranno fondi attraverso il crowdfunding.

Nello specifico, le iniziative di mentoring potranno essere regolate da specifici regolamenti che definiranno eventuali aree tematiche di interesse, modalità e termini di cofinanziamento. Ad esempio, il cofinanziamento potrebbe essere stanziato dal mentor una volta che il progetto avrà raggiunto il 50% del budget richiesto attraverso la propria community di utenti sostenitori.

La piattaforma non tratterrà alcuna percentuale dall'importo del cofinanziamento ricevuto né dall'importo raccolto dagli utenti sostenitori.

# Come preparare il tuo progetto

## 2.1 Titolo

Prima ancora di approfondire i contenuti del tuo progetto, il visitatore dovrà essere attirato dal titolo. Per questo occorre che sia breve, facilmente memorizzabile e significativo. Da evitare simboli ed espressioni come “sostieni...” o “il mio progetto...”. Il titolo dev’essere diretto, evocativo e accattivante.

## 2.2 Descrizione

Nella scrittura del progetto è necessario essere coinvolgenti e fornire al tempo stesso tutte le informazioni più importanti, nel modo più conciso possibile. Lo stile deve rispecchiare la campagna, con un registro diretto e informale. L’importante è che risponda alle domande che un potenziale sostenitore potrebbe porsi. Mostrati disponibile e aperto al dialogo per quelle domande a cui non potresti non aver pensato, monitora i commenti che riceverai.

Sii onesto, trasparente e creativo. Ricorda che puoi corredare il testo con link di approfondimento, immagini, video, file audio... tutto ciò che può aiutare il lettore a conoscere a fondo il progetto, ma non eccedere nei dettagli tecnici.

## 2.3 Descrizione breve

Un vero e proprio sottotitolo: il primo testo della tua pagina progetto, subito visibile se condivisa sui social network. Spiega in 140 caratteri che cosa accadrà in caso di successo, quando e dove. Non ripetere il titolo del progetto, usa parole diverse.

## 2.4 Traguardo

Nella definizione del traguardo della campagna occorre valutare ogni spesa ad esso legata: quanto più sarai preciso tanto più sarai credibile.

È possibile raccogliere più dell'obiettivo prefissato inizialmente definendo un eventuale secondo traguardo, ma non meno. Il traguardo è strettamente legato all'obiettivo, incide sulla richiesta di finanziamento da fare ai propri sostenitori. Tra le voci di costo più comuni vanno considerate: materie prime, persone da coinvolgere, strumentazione tecnica, costi di stampa, location, costi di spedizione, le commissioni dovute al sistema di pagamento. I soldi e le ricompense sono corrisposte solo nel caso in cui la campagna vada a buon fine, in caso contrario non ci sarà alcuna transazione di denaro tra il sostenitore ed il progettista e di conseguenza nessun obbligo di consegna delle ricompense.

Procedi per piccoli passi. Il crowdfunding è il modo migliore per far fare un primo “salto” al tuo progetto. Per questo, consigliamo di stabilire un budget realistico, che includa le spese di gestione e realizzazione del progetto stesso. Il traguardo, inoltre, non dipende solo dalle voci di costo ma anche dai sostenitori che si prevede saranno interessati al progetto: fai una stima di quanti ti sosterebbero e soprattutto considera la grandezza del tuo network (di amici, colleghi, contatti professionali e non), senza il cui supporto, almeno nella fase iniziale, sarebbe impossibile espandere il passaparola sul lancio del tuo progetto di crowdfunding.

## 2.5 Scadenza

La scadenza di un progetto è correlata al traguardo definito. Il finanziamento va dai 15 ai 40 giorni, periodo entro il quale la cifra indicata deve essere raggiunta o superata. La durata del progetto necessita di precise considerazioni, che mutano in base alla categoria, al finanziamento richiesto, alla capacità di ogni progettista di coinvolgere la propria cerchia di sostenitori.

Il rispetto dei tempi prefissati è prioritario per ogni progettista che è innanzitutto un buon motivatore: deve sapere parlare e trasmettere fiducia ai propri sostenitori perché questi credano davvero in lui. La consegna delle ricompense deve essere vagliata con particolare attenzione perché i sostenitori sono, nel loro piccolo, i clienti più esigenti e vorranno avere un aggiornamento sul tuo progetto, partecipare al tuo evento, vedere i risultati previsti nei tempi che tu stesso hai dichiarato inizialmente.

## 2.6 Ricompense

Definire le ricompense è una fase importante. Anche in questo caso sei di fronte ad una scelta, la tipologia di ricompensa varia a seconda della categoria del progetto stesso e dalla richiesta di finanziamento. Le ricompense non sono la descrizione del modo in cui investirai la cifra richiesta, ma ciò che darai ai tuoi sostenitori in cambio del loro finanziamento.

## 2.7 Locandina

La locandina è il biglietto da visita del progetto, ciò che più lo rappresenta a colpo d'occhio. Lo stile utilizzato può essere grafico, fotografico, incentrato sul prodotto o su un momento dell'evento che si vuole organizzare tramite raccolta fondi. Il formato è sempre orizzontale.

## 2.8 Video

Il video è la vetrina del progetto, e sarà fondamentale per acquisire la fiducia del pubblico; le persone vogliono vedere a chi stanno dando supporto. Una ripresa con uno smartphone, se fatta a dovere, può essere sufficiente.

Condividilo su più piattaforme social e, se lo ritieni opportuno, inserisci dei sottotitoli in inglese.

## 2.9 Biografia

Le persone devono potersi fidare di te! È importante che il progettista si racconti – anche se brevemente, esponendo le proprie esperienze, i percorsi formativi che hanno portato a sposare la causa del crowdfunding.

Registro onesto, semplice e diretto, contornato da link a siti esterni, blog, canali social anche professionali (come LinkedIn).

## 2.10 Preparazione della community

Scambiare punti di vista, sensazioni ed impressioni con i propri interlocutori, nello specifico con le persone interessate al tuo progetto o semplicemente curiose, è fondamentale. Il rapporto costante e costruttivo con la propria rete di conoscenze è un importante trampolino di lancio per ogni progetto. Il meccanismo dei micro-finanziamenti attraverso il web è rappresentabile da tre cerchi concentrici attorno al progetto: il primo cerchio sono amici e familiari; il secondo è costituito dagli amici degli amici; il terzo, che si attiva solamente quando i primi due cerchi lo sono, è costituito dal pubblico eterogeneo del web.

Pensa a comunicare incisivamente con la tua prima cerchia: elenca chi tra i tuoi amici e familiari ti sosterebbe, pensa a come comunicare loro la tua idea. Fai sondaggi sui canali social che utilizzi con maggiore frequenza per vedere in quanti sarebbero interessati. Chiedi consigli a chi prima di te ha utilizzato il crowdfunding, cercando testimonianze e supporto ad esempio nelle svariate e sempre più attive community del web.

## 2.11 Pianificazione della campagna promozionale

Individua in primis il tuo target di riferimento e scegli il modo/tono giusto per instaurare una relazione. I tuoi contatti conoscono il crowdfunding?

Qual è il modo giusto per introdurli al meccanismo? Comincia a spiegare loro di cosa si tratta qualche settimana prima della partenza in modo che, quando il progetto verrà pubblicato, saranno subito pronti a sostenerti. I primi giorni di campagna sono cruciali, sarà quindi fondamentale assicurarsi un numero di sostenitori fedeli e pronti a contribuire già dalle prime ore dalla pubblicazione del progetto. Quindi cura al massimo i tuoi canali social, la newsletter e il sito: è importante preparare il terreno prima che la tua campagna abbia inizio.

A pubblicazione avvenuta, rilancia il link al sito di OSO – Ogni Sport Oltre, ma attento a non eccedere! Utilizza a tale proposito il nostro supporter kit contenente gli elementi grafici da poter inserire sui principali social network per diffondere il progetto. Non dimenticare di inserire il link diretto al tuo progetto su OSO – Ogni Sport Oltre dove puoi! Invia quindi mail di gruppo alla tua prima cerchia di contatti, facendola diventare a tutti gli effetti ambasciatrice del tuo progetto. Non dimenticare di aggiornare con costanza i tuoi profili e lo status del progetto sui social network.

Inizia quindi a pensare ad alcune categorie specifiche di sostenitori e invia loro approfondimenti e update esclusivi, in modo da stimolare altro sostegno al progetto. Questa è la fase in cui devi essere davvero creativo: crea gadget (adesivi, portachiavi, etc.), pianifica eventi (anche piccoli, anche “fatti in casa”) e invita lo zoccolo duro della tua community a partecipare condividendo la tua campagna attraverso di esso. Un evento può essere la migliore occasione per presentare il progetto in modo ancora più personale e promuovere la raccolta fondi dal vivo. Contatta tutti i media e i network vicini al tuo universo in modo che essi portino il loro pubblico sulla tua campagna: sii incisivo e convincente sull'utilità del tuo progetto.

Fatti intervistare, contatta i giornalisti specializzati nel tuo universo e chiedi loro di promuovere la tua campagna. I risultati non tarderanno ad arrivare.

# Cosa fare a campagna in corso

## 3.1 Aggiornamenti sullo stato della campagna

OSO – Ogni Sport Oltre ti offre la possibilità di inserire degli aggiornamenti sulla scheda del tuo progetto per fare in modo che i tuoi sostenitori (e non solo) siano sempre informati sullo stato di avanzamento della campagna. Utilizza con intelligenza gli aggiornamenti, scegli il momento giusto per inviarli, senza esagerare con la frequenza di pubblicazione.

La sezione aggiornamenti permette quindi di inserire nuovi contenuti sulla pagina di progetto, e di condividerli sui social network. Sarà dunque possibile, a partire dalla tua area riservata, inserire di volta in volta dei materiali aggiuntivi che compariranno in testa alla tua pagina progetto. Ogni aggiornamento dovrà necessariamente contenere almeno un titolo e un testo, rivolti ai propri sostenitori.

Oltre a questi, in ogni singolo aggiornamento potrete inserire immagini e video (pre-caricati su Vimeo o Youtube) inserendo l'indirizzo nel relativo campo. Ciascun aggiornamento sarà immediatamente condivisibile su Facebook e Twitter, e la sua pubblicazione sarà notificata automaticamente via e-mail a coloro che avranno già scelto di seguire il vostro progetto.

## 3.2 Coinvolgere la community

I tuoi sostenitori hanno bisogno di sapere che ci sei. Gli utenti potranno non aver chiaro qualcosa, avere necessità di chiarimenti e maggiori dettagli.

Fatti trovare pronto, sia sui tuoi canali che su OSO – Ogni Sport Oltre. Rispondere alle domande più comuni è un modo per instaurare un dialogo diretto con il proprio bacino di sostenitori.

### 3.3 Aiutare gli utenti a fare offerte

Per ogni problema di carattere tecnico non esitare a scriverci o a farci scrivere attraverso il contact form sulla piattaforma OSO – Ogni Sport Oltre, il nostro customer service sarà lieto di darti una mano. Nonostante questo, talvolta gli utenti possono aver bisogno del tuo sostegno immediato per fare un’offerta al progetto. È importante quindi conoscere bene il sistema di pagamento ed essere pronti a dare una prima mano agli utenti. Fai un’offerta su OSO – Ogni Sport Oltre prima di andare online in modo da conoscere adeguatamente il sistema, Scarica la nostra guida al sistema di pagamento e condividila con i tuoi sostenitori in caso di difficoltà nell’effettuare le offerte.

### 3.4 Pianificare l’extra - raccolta

Nel caso in cui venga raggiunto il traguardo economico prima della scadenza della campagna, vi è la possibilità’ di rilanciare con un secondo obiettivo di raccolta che il progettista può porsi oltre il traguardo inizialmente prefissato. È quindi il modo per sfruttare al massimo il tempo a disposizione e raccogliere un numero maggiore di finanziamenti, con lo scopo di migliorare ed espandere ulteriormente il progetto. Potrà essere stabilito un solo traguardo aggiuntivo, definito ragionevolmente rispetto a quello originale e ai risultati fino ad allora conseguiti.

Il nuovo traguardo dovrà essere raggiunto interamente entro il termine residuo della campagna già in essere, che in nessun caso potrà essere prolungata. In caso non venga raggiunto, la somma ulteriore raccolta non sarà erogata ed il progettista, riceverà solo la somma corrispondente al primo traguardo.

Alla definizione di un nuovo traguardo potrebbe essere utile stabilire ricompense aggiuntive, che dovranno essere garantite a tutti i sostenitori. Così, anche coloro che avranno sostenuto il progetto nella prima fase verranno invogliati a sostenere una seconda volta. Sarà importante in tal caso per il progettista considerare bene la complessità del raggiungimento dei nuovi obiettivi e il costo aggiuntivo che questi potrebbero comportare.

### 3.5 La tua campagna giorno dopo giorno

LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SABATO	DOMENICA
Registrati su Eppela e apri una prima bozza di progetto di crowdfunding	Raduna il tuo team e stabilisci i ruoli e chi può darti una mano	Preparati uno storyboard di quello che diventerà il video della tua campagna	Scriviti ciò che dovrà essere detto nel video, prova e senti se funziona	Descrivi il tuo progetto nei particolari, inserisci il testo nella bozza	Aggiungi alla bozza le ricompense che potresti dare ai tuoi sostenitori	Invia la tua bozza, i nostri advisor ti contatteranno al più presto per aiutarti
Recupera una videocamera e fai le riprese per il video	Continua le riprese, prova e riprova, migliora ciò che non funziona bene	Monta il video, fatti aiutare se possibile da qualcuno con esperienza	Montaggio ed eventuale scelta della musica	Ultimi ritocchi al video, esportazione e upload su YouTube o Vimeo		Preparazione della locandina del tuo progetto
Preparazione degli asset grafici per la tua campagna (infografiche, schemi etc.)	Stabilisci con i nostri advisor la data di lancio del tuo progetto			Scrivi una mail pre-campagna che annunci l'imminente lancio	Prepara un comunicato stampa che annunci la tua operazione di crowdfunding	Cerca media da approcciare, anche piccoli e indipendenti
Lancia la tua campagna! Invia il primo giro di info via email e social network	Invia il tuo comunicato stampa ai potenziali media interessati	Rispondi ai messaggi dei sostenitori che si mettono in contatto con te sui vari canali attivati.	Continua a seguire e rispondere ai messaggi relativi alla campagna sui vari canali attivati.		Recupera nuove immagini e info da aggiungere al progetto	
Invia un secondo giro di informazioni via mail e canali social						
		Se dei media hanno parlato del tuo progetto, pubblica i loro articoli!				
Invia un terzo giro di informazioni via mail e canali social						
Valuta se organizzare un evento dal vivo per spingere il tuo progetto	Valuta se partecipare a mostre, eventi o show per promuoverti					
		Fai un countdown ufficiale via mail e social network	Ultimo sprint, ogni minuto conta, spargi la voce fino all'ultimo secondo!	Si conclude la campagna! Invia mail e commenta ringraziando i sostenitori	Preparati all'invio e alla distribuzione delle ricompense	Da qui in poi aggiorna con costanza i sostenitori sullo stato del progetto

# Cosa fare a campagna conclusa

## 4.1 In caso di successo

Innanzitutto festeggia! Raggiunto il traguardo, sarai finalmente pronto a realizzare in modo concreto la tua idea. Il successo sarà la fine di un percorso più o meno lungo e faticoso, e sarà dovuto oltre che alle tue capacità anche alla fiducia che i tuoi sostenitori avranno riposto in te.

Per questo ringraziali, aggiorna il tuo network e coinvolgilo. Ricorda, il tuo lavoro non finisce qui. Celebra la vittoria con tutti coloro che ti hanno sostenuto, utilizza il tuo sito, i tuoi social, il tuo blog, continua ad aggiornare il tuo network, rendilo partecipe dell'eco che il tuo successo ha avuto sui media, informalo costantemente sugli sviluppi della tua avventura. Anche utilizzando gli update a tua disposizione sulla pagina progetto; anche dopo la scadenza della campagna la tua pagina su OSO – Ogni Sport Oltre rimarrà attiva, usala!

Non disperdere la tua community: è una risorsa nata con la campagna di crowdfunding ma che potrebbe esserti utile in futuro per nuove iniziative e progetti. Corrispondi le ricompense pattuite rispettando le tempistiche che hai dichiarato inizialmente. Organizzati per la loro spedizione e contatta i tuoi sostenitori per accordarti con loro per eventuali dettagli o modifiche.

## 4.2 Modalità di riscossione dei fondi

Alla scadenza della campagna, se questa si sarà conclusa con successo, il team OSO – Ogni Sport Oltre invierà un report contenente tutti i dati dei sostenitori del progetto: dati di fatturazione e spedizione indicati al momento dell'offerta, gli importi e le ricompense spettanti. Disponendo di questi dati, potrai eventualmente emettere ricevuta o fattura direttamente ai sostenitori, qualora ne avessero bisogno, per i relativi aspetti fiscali.

### 4.3 In caso di mancato successo

Nel caso in cui la tua campagna non si sia conclusa con successo, cerca di raccogliere feedback dai tuoi utenti per capire i motivi del fallimento, dove hai sbagliato e cosa avresti potuto fare per coinvolgere più efficacemente la tua community. Usa l'esperienza per una nuova e più mirata campagna e non dimenticare di inviare un update finale ai tuoi sostenitori per ringraziarli comunque del supporto dato alla tua causa!