

CROWDFUNDING LED-VERLICHTING



Je wilt graag de LED-verlichting rond het veld crowdfunden. Wat een geweldig doel! Wij helpen je graag op weg met goede ideeën en zorgen dat je met alle belangrijke elementen rekening houdt! Hiervoor hebben wij het [Crowdfunding worksheet](#) ontwikkeld. Aan de hand van dit worksheet werken wij dit voorbeeld voor je uit.



1. Bepaal je doel

Het doel van je Crowdfunding campagne is duidelijk: LED-verlichting. Nu is het natuurlijk van belang te bepalen hoeveel geld je nodig hebt. Wat zijn de totale kosten van realisatie? Zijn er al financiële middelen voor dit doel voorhanden? Is er sprake van subsidie? Is het misschien verstandig om het totale doel op te delen in subdoelen? Zoals losse velden?

Wat is het doelbedrag?

Bij het bepalen van je doelbedrag moet je ambitieus zijn. Crowdfunding voor Clubs is een donatieplatform en je krijgt het geld ook tot je beschikking als je je doelbedrag niet (helemaal) haalt. Je hoeft je dus niet te laten beperken. Stel het volledig benodigde bedrag als doel. Hou hierbij ook rekening met de kosten voor het systeem (7,5% over het opgehaalde bedrag, of de vaste jaarlijkse licentiekosten) en de kosten voor de iDEAL-betaling. Wij raden aan om rekening te houden met een opslag van 10% voor de kosten van het platform en de iDEAL-betalingen. Wil je € 10.000,- ophalen? Stel je doel dan dus op € 11.000,-.

Wat doe je als het bedrag niet volledig wordt gehaald?

Omdat het om donaties gaat is het ook van belang om te communiceren wat je doet als je niet het gehele bedrag ophaalt, maar bijvoorbeeld maar 50%, of 75%.

Ga je dan het doel gedeeltelijk realiseren? Of stel je het project uit totdat er wel voldoende geld is? Communiceer dit op het platform bij "Sub-initiatieven".

Wat is de looptijd van de campagne?

Hoe lang neem je de tijd voor de campagne? Het is gebruikelijk om een termijn tussen de 30 en 90 dagen voor een campagne te kiezen. Waarom? Omdat het zorgt dat mensen eerder geld overmaken omdat het niet oneindig kan, maar ook omdat het een termijn is die organisatorisch te overzien is. Gedurende de campagne is het noodzakelijk om continu aandacht te generen voor je campagne, het doel en de voortgang. Dat doe je met communicatie en evenementen. Om dit goed te kunnen plannen moet het een overzichtelijke termijn zijn die je van tevoren vaststelt. Zorg ook dat je elke maand een grote activiteit doet. Bij een campagne van 3 maanden is dat dus 4 activiteiten. Aan het begin, twee tussendoor en één aan het eind. Houd ook rekening met de seizoenen en eventueel winter- en zomerstop.



2. Wie is je 'Crowd'?

Wie gaan er geld doneren en helpen jou zo jouw doel te bereiken?

Uiteraard zijn dat de 'logische' mensen/partijen:

- Leden
- Oud-leden
- Familie van leden
- Vrienden van leden
- Sponsors
- Leveranciers
- Trainers

Maar denk ook eens verder en misschien wel minder voor de hand liggend:

- Lokale bedrijven
- Buurtgenoten
- Leden van andere verenigingen
- Volstrekt onbekenden

Wat is je verbinding met de 'Crowd'

Bedenk bij al je crowds hoe je ze zou kunnen bereiken:

Leden	Website, nieuwsbrief, flyers, posters, mond-tot-mond, begeleiders, trainers, ouders, gerichte brief/mail, social media
Familie van leden	Website, nieuwsbrief, flyers, posters, mond-tot-mond, begeleiders, trainers, ouders, leden, gerichte brief/mail, social media
Vrienden van leden	Leden, ouders van leden, mond-tot-mond, social media
Sponsors	Website, nieuwsbrief, flyers, posters, mond-tot-mond, sponsorcommissie, gerichte brief/mail, social media
Leveranciers	Bar-/ clubhuiscommissie, sponsorcommissie, gerichte brief/mail, social media
Trainers	Technische commissie, bestuur, gerichte brief/mail, website, nieuwsbrief, flyers, posters, social media
Lokale bedrijven	Flyers, sponsorcommissie, leden, mond-tot-mond, lokale media, gerichte brief/mail, social media
Lokale mensen	Leden, mond-tot-mond, lokale media, flyers, social media
Leden van andere verenigingen	Bestuur andere verenigingen, posters, flyers, website, toernooicommissie, social media
Volstrekt onbekenden	(lokale) media, mond-tot-mond, social media

Op welke manier wordt de crowd geactiveerd?



3. Wie zijn je partners?

Wie gaan je helpen om je crowd te activeren en aan te zetten te doneren?

- Trainers
- Begeleiders
- Bestuur
- Sponsorcommissie
- Aanvoerders

Wie gaan je helpen om te communiceren?

- Communicatiecommissie
- Webmaster
- Sponsors
- (Lokale) media
- Sportbond
- Lokale drukker

Wie gaan je helpen om activiteiten te regelen?

- Sponsors
- Lokale krant
- Gemeente
- Bar-/toernooicommissie

Wie kunnen tegenprestaties organiseren of beschikbaar stellen?

- Sponsors (korting bij aankopen, prijzen voor een loterij)
- Lokale bedrijven (korting bij aankopen, prijzen voor een loterij)
- Teams (bijvoorbeeld d.m.v. clinics of fysieke tegenprestatie (autowassen))



4. Welke tegenprestaties kan je bieden?

Tegenprestaties dienen bij crowdfunding niet alleen om mensen te overtuigen om te doneren, maar ook om mensen te verleiden meer te geven. Maak een logische opbouw van tegenprestaties en zorg dat er voor elke 'crowd' iets bij zit. Dat vergroot de kans op succes aanzienlijk.

TYPE CROWD	TEGENPRESTATIE KLEIN	TEGENPRESTATIE MIDDEN	TEGENPRESTATIE GROOT
Leden	€ 5,- een bedankje via Facebook en Twitter € 10,- LED-lampjes voor op de fiets € 10,- kans op een van de 5 LED pakketten t.w.v. € 100,- (gesponsord?) € 15,- kaartje voor het LED's dance openingsfeest	€ 25,- een kortingsvoucher van € 25,- bij de lokale of online lampenwinkel (bij besteding van € 50,- of meer aan LED-lampen) € 50,- een kortingsboekje met voordeelcoupons bij diverse lokale bedrijven (sponsors) € 50,- VIP kaartje voor het LED's dance openingsfeest (met toegang tot de VIP-lounge met hapjes en drankjes)	€ 100,- 5 jaar lang 10% korting op de contributie € 100,- naamsvermelding in op een led-lichtkrant in het clubhuis € 250,- een beklimming van de lichtmast onder begeleiding.
Familie van leden	€ 5,- een bedankje via Facebook en Twitter € 10,- LED-lampjes voor op de fiets € 10,- kans op een van de 5 LED pakketten t.w.v. € 100,- (gesponsord?) € 15,- kaartje voor het	€ 25,- een kortingsvoucher van € 25,- bij de lokale of online lampenwinkel (bij besteding van € 50,- of meer aan LED-lampen)	€ 50,- VIP kaartje voor het LED's dance openingsfeest (met toegang tot de VIP-lounge met hapjes en drankjes)

	LED's dance openingsfeest		
Vrienden van leden	<p>€ 5,- een bedankje via Facebook en Twitter</p> <p>€ 10,- kans op een van de 5 LED pakketten t.w.v. € 100,- (gesponsord?)</p> <p>€ 10,- LED-lampjes voor op de fiets</p> <p>€ 15,- kaartje voor het LED's dance openingsfeest</p>	<p>€ 25,- een kortingsvoucher van € 25,- bij de lokale of online lampenwinkel (bij besteding van € 50,- of meer aan LED-lampen)</p> <p>€ 50,- een kortingsboekje met voordeelcoupons bij diverse lokale bedrijven (sponsors)</p>	€ 50,- VIP kaartje voor het LED's dance openingsfeest (met toegang tot de VIP-lounge met hapjes en drankjes)
Sponsors	€ 100,- naamsvermelding in op een led-lichtkrant in het clubhuis	€ 250,- naamgever lichtmast naar keuze	€ 1000,- LED Partner
Leveranciers	€ 100,- naamsvermelding in op een led-lichtkrant in het clubhuis		
Trainers	<p>€ 5,- een bedankje via Facebook en Twitter</p> <p>€ 10,- kans op een van de 5 LED pakketten t.w.v. € 100,- (gesponsord?)</p> <p>€ 10,- LED-lampjes voor op de fiets</p> <p>€ 15,- kaartje voor het LED's dance openingsfeest</p>	<p>€ 25,- een kortingsvoucher van € 25,- bij de lokale of online lampenwinkel (bij besteding van € 50,- of meer aan LED-lampen)</p> <p>€ 50,- een kortingsboekje met voordeelcoupons bij diverse lokale bedrijven (sponsors)</p> <p>€ 50,- VIP kaartje voor het LED's dance openingsfeest (met toegang tot de VIP-lounge met hapjes en drankjes)</p>	<p>€ 100,- naamsvermelding in op een led-lichtkrant in het clubhuis</p> <p>€ 250,- een beklimming van de lichtmast onder begeleiding.</p>
Lokale bedrijven	€ 50,- mogelijkheid om deel te nemen in het kortingscouponnenboekje € 100,-		

	naamsvermelding in op een led-lichtkrant in het clubhuis		
Lokale mensen	€ 5,- een bedankje via Facebook en Twitter € 10,- LED-lampjes voor op de fiets	€ 25,- een kortingsvoucher van € 25,- bij de lokale of online lampenwinkel (bij besteding van € 50,- of meer aan LED-lampen) € 50,- een kortingsboekje met voordeelcoupons bij diverse lokale bedrijven (sponsors)	
Leden van andere verenigingen	Deelname aan sportevenement € 10,- tot € 25,-	€ 25,- een kortingsvoucher van € 25,- bij de lokale of online lampenwinkel (bij besteding van € 50,- of meer aan LED-lampen)	
Volstrekt onbekenden	€ 5,- een bedankje via Facebook en Twitter	€ 25,- een kortingsvoucher van € 25,- bij de lokale of online lampenwinkel (bij besteding van € 50,- of meer aan LED-lampen)	

Het is ook slim om tegenprestaties voor je Partners te verzinnen. Zorg voor een wekelijkse prijs voor het team of het lid dat het meeste geld heeft opgehaald. Dat motiveert ze.

Wat moet er voor de tegenprestaties geregeld worden?

Sommige tegenprestaties (het beklimmen van de lichtmast) en ook de voordeelboekjes vergen organisatie en hulp. Hier dienen de partners voor te worden ingeschakeld. Sommige tegenprestaties brengen kosten met zich mee. Hou hier rekening mee en kijk of deze eventueel kunnen worden gesponsord.



5. Via welke kanalen kan je communiceren?

Direct: Website, nieuwsbrief, social media, posters, flyers, narrowcasting, gerichte e-mail/brief

Indirect: Flyer via lid, Social Media, (lokale) media, Sportbond, Brief via promotor, nieuwsbrief via sponsor, mond-tot-mond.

Voor al deze communicatiekanalen is voorbereiding noodzakelijk. Voor de indirecte communicatiekanalen moet de tussen liggende partij geholpen worden om te communiceren. Denk hierbij aan een brief die de leden mee kunnen nemen naar ouders en familie, of een e-mail die ze door kunnen sturen en een bericht dat ze kunnen plaatsen op hun social media.

Zorg ervoor dat leden via een activiteit worden aangezet om zich voor werving in te zetten. Denk hierbij aan kaartverkoop voor het LED's Dance feest of het feit dat ze als deelnemer van de Electric Run (zie 'Activiteiten') een eigen pagina kunnen aanmaken en zichzelf kunnen laten sponsoren.

Maak je bedankje voor een donatie via Social Media origineel en zorg dat het zo leuk is dat mensen het gaan liken en delen. Vraag bijvoorbeeld een reclamebureau (sponsors) om een leuk digitaal bedankje te bedenken of te ontwikkelen.



6. Activiteiten

Zoals bij 'Doel' aangegeven is het van belang om elke maand een grote activiteit te organiseren. Bij een campagne van 90 dagen zijn dit er dus vier. Doelstelling van de activiteiten is:

- Aandacht vragen voor de campagne
- Een reden geven om te geld op te halen
- Een aanleiding geven om te doneren
- Publiciteit creëren
- Crowd, partners en publiek motiveren

Belangrijk is om activiteiten steeds voor andere doelgroepen te verzinnen en door verschillende partners te laten organiseren. Zo profiteer je optimaal van de breedte van de vereniging en hou je het leuk.

Activiteiten waar je aan kunt denken zijn:

Play-in-the-dark sport en spel evenement

Voor de jongste jeugd. Allemaal spelletjes op het sportterrein in het donker. Deelname € 5,- ook voor vriendjes en vriendinnetjes. Probeer de lokale scholen te motiveren.

Een Electric Run

Een electric run is een bijzondere sponsorloop die in het donker plaatsvindt. Zie voor een voorbeeld en inspiratie: www.electricrun.nl. Alle deelnemers moeten minimaal € 25,- ophalen (of betalen) voor de campagne met hun eigen wervingspagina. Nodig de lokale krant uit om verslag te doen.

LED-werk avond voor sponsors, lokale bedrijven en alle leden met veiling

Klik hier voor [een kant-en-klaar plan](#) voor de organisatie van een goede netwerkvavond.

Laat bedrijven/sponsors prijzen ter beschikking stellen en veil deze ter plekke. Dat is voor hen meteen een manier om onder de aandacht te komen.

LED's dance feest

Sluit de campagne af met een groot feest! Het aanbieden van VIP-kaarten zal de inkomsten aanzienlijk hoger doen uitvallen.



7. Kosten en opbrengsten

Welke kosten zijn er?

Voor het platform, de activiteiten en de tegenprestaties. Neem deze mee in het doelbedrag onder 1.

Welke mogelijkheden heb je om de kosten te beperken?

Denk aan subsidie, korting door de leverancier van de LED-verlichting, sponsoring van tegenprestaties, organisatie, prijzen en activiteiten.

Welke nevenopbrengsten streef je na?

Door de aandacht die je voor je vereniging realiseert kan het zo maar zijn dat er een impuls kan worden gegeven aan de werving van nieuwe leden, maar ook nieuwe sponsors. Verder kunnen de activiteiten kansen zijn om nieuwe vrijwilligers binnen je vereniging te vinden.