

## 1. START HET PROJECT

Start een project via [www.cinecrowd.com](http://www.cinecrowd.com). Je project staat niet meteen online, wij lanceren je campagne als het zover is. In de tussentijd bouw je aan je pagina en geven wij feedback op je pagina en campagneplannen. Spreek een startdatum met ons af, zodat wij hier rekening mee kunnen houden en je de juiste begeleiding kunnen bieden. \* Wil je direct feedback op je pagina? Bel ons dan: 020 331 40 17.

## 2. BEREID JE CAMPAGNE VOOR

Een goede voorbereiding is het halve werk. Het is belangrijk om al voor aanvang van de crowdfunding campagne voorbereidend werk te verrichten. Denk bijvoorbeeld na wie het crowdfunden op zich gaat nemen, dit doet bij voorkeur de filmmaker zelf. En nog belangrijker; denk na over de doelgroep van je crowdfunding en hoe je deze mensen gaat betrekken bij je project. Natuurlijk betrek je je eigen netwerk, maar het liefst trek je het veel breder dan dat. Zijn er bijvoorbeeld organisaties, media of personen met een groot netwerk binnen de doelgroep die jou kunnen helpen met de verspreiding van je campagne? Hoe eerder je deze partijen betreft, hoe meer betrokken ze zich zullen voelen en hoe meer ze voor je kunnen betekenen. Maak een campagneplan en beschrijf daarin welke doelgroepen je wanneer en op welke manier gaat bereiken. Denk aan nieuwsbrieven, persberichten, offline events en social media.



### DIT PROJECT GING JE SUCCESVOL VOOR EN HAALDE €20.540,- OP MET BEHULP VAN 214 SUPPORTERS!

[Onderstroom - documentaire over windmolenproblematiek in Friesland.](#)

#### Betrokken partijen (o.a.):

- > Omroep Fryslân interviewde de maker in een uitzending + plaatste een nieuwsbericht over de campagne op de website.
- > Nederlandse Vereniging Omwonenden Windturbines (NLVOW) stuurde drie keer tijdens de campagne een nieuwsbrief met updates over de campagne en film naar hun leden.
- > Friesch Dagblad plaatste artikel/ interview met de filmmaker



## 3. VUL JE PAGINA VERDER IN

### A. TEASER

In je crowdfunding teaser leg je je publiek uit wat je van plan bent en overtuig je hen om jouw film mogelijk te maken. Je wilt het publiek niet alleen nieuwsgierig maken naar je film, je wilt ook dat ze het jou als maker gunnen om de film te maken. Let op dat een trailer van je film dan ook niet voldoet als crowdfunding teaser.

### INSPIRATIE NODIG? BEKIJK ONDERSTAANDE PAGINA'S VAN FILMMAKERS DIE JE VOOR GINGEN:

- > [Erkhii Mergen. Or Why the Marmot Doesn't Have a Thumb](#)
- > [From the Snow-Covered Hill](#)
- > [Dark Blood](#)
- > [Nocturne](#)

\*Er zijn natuurlijk veel meer inspiratieve pagina's. Alle projecten (succesvol en niet succesvol) vind je op onze website bij [Ontdek Projecten](#).



### B. REWARDS

Sommigen steunen jou omdat ze je mogen, anderen vanwege je onderwerp, maar (bijna) iedereen vindt het leuk om uiteindelijk een herinnering te ontvangen aan het project. De meeste supporters beslissen aan de hand van de teaser of ze je willen ondersteunen, echter bepalen de rewards vaak de uiteindelijke bijdrage. Om te beginnen zorg je ervoor dat de gevoelswaarde van een reward groter is dan het bedrag dat er tegenover staat. Donateurs zijn niet op zoek naar waardevaste rewards maar naar een ervaring. Bedenk je dat donateurs mee willen worden genomen in jouw productieproces! Beschrijf alle rewards zo aantrekkelijk mogelijk en geef indien mogelijk leuke namen (in de sfeer van je film). Geef zowel rewards voor lage bedragen als hoge bedragen (80% van de donaties komt van 20% van de mensen). Sluit hoge bedragen niet uit en zorg tegelijkertijd dat je zoveel mogelijk mensen aan je bindt door ook lage bijdragen mogelijk te maken!



### C. TEKSTEN

In de tekstvakken 'over het project' en 'cast & crew' vertel je het publiek waar je film over gaat en wie je bent. Ga er vanuit dat de achtergrond informatie vaak gelezen wordt nadat de teaser is bekeken. Hier kun je meer vertellen over je film en heb je de ruimte om uit te weiden over wat je motiveert om deze film te maken. De gehele tekst kun je illustreren met foto's en video's. Het publiek kent je werk waarschijnlijk (nog) niet. Presenteer je team en jezelf, deel eerder werk en zorg dat mensen je leren kennen.

## 4. LAUNCH

Als alle informatie op de pagina staat en je campagne is voorbereid, ben je klaar voor de launch!

## 5. CAMPAGNE VOEREN

Natuurlijk houdt het na de launch niet op. Uiteraard blijf je de doelgroep bij je project betrekken (zoals je beschreven hebt in je campagneplan) en check je of de aandacht via ambassadeurs en partijen die jou helpen met het verspreiden van je campagne het gewenste effect heeft. En, niet onbelangrijk: bedank je donateurs!