

Správný čas na crowdfunding

Organizace letošního open air festivalu United Islands 2014 v pražské Kinského zahradě byla výjimečnou událostí nejen pro jeho pořadatele a návštěvníky. Ti se on-line setkali ještě předtím, než se samotný festival uskutečnil. Prostřednictvím crowdfundingové kampaně na portálu Hithit.

Nejen díky portálu Hithit se festival United Islands 2014 stal zatím bezkonkurenčně nejúspěšnějším českým crowdfundingovým projektem. Své zkušenosti s průběhem kampaně přibližuje organizátor festivalu David Gaydečka.

Jak vznikl nápad využít crowdfunding k získání financí potřebných pro uspořádání United Islands 2014?

Měli jsme v našich očích skvělý plán s programem pro 11. ročník a nebyli si jisti, jestli letos opět přesvědčíme všechny partnery akce k jejímu dalšímu rozšiřování. Zvážili jsme vše od zavedení vstupného až po ústup, tedy neuskutečnění zamýšleného plánu, a rozhodli se pro crowdfunding. Po letech, kdy byl festival celý zdarma, nám přišel nejvhodnější, takové referendum o dalším směřování akce.

AUTOR

Jana Filová

Inovační stratég a marketingový specialista

Proč jste si vybral pro propagaci United Islands 2014 právě portál Hithit.cz?

Úspěchy v crowdfundingu mají u nás krátkou historii, tedy vynechám-li „offlineové“ sbírky jako třeba ty legendární na Národní divadlo. Asi

80 % návštěvníků festivalu je z Prahy a zbytku České republiky. Proto jsme zavrhlí možnost využití slavných zahraničních portálů. S Hithitem jsme určité zkušenosti měli. Společník Martin Voňka si na něm pořizoval nějaká CD hned po jeho startu. Navíc jsme se tehdy zapojili i jako podporovatelé. Vše nás sem přirozeně směřovalo.

Můžete v bodech popsat, jak probíhala sbírka na váš projekt? Jak jste se na ni připravili a co vás překvapilo?

Je březen. Rozhodli jsme se. Uplyne pouhý měsíc. Je 14. dubna. Spouštíme sbírku. Limit je 45 dní. Naštěstí máme připravenou kampaň na festival. Obsahově část měníme na propagaci sbírky. První dva týdny to naskakuje pomalu. Přidáváme na intenzitě kampaně. Zapojujeme se na maximum i osobně. Kontaktujeme potenciální přispěvatele a vysvětlujeme, jak to myslíme. Frekvence příspěvků se zvýšila. Já si v polovině ostříhal půlku hlavy a upoutal tak na sbírku pozornost. Snad jsem i ty váhající přesvědčil, že jde o důležitou věc. Na druhou polovinu cílové částky zbývá méně než třetina času. Trochu stres, ale příspěvků přibývá. Nakonec překvapení ve finále. Za pár dní se vybrala celá čtvrtina z finální částky. Tu jsme o 10 % nakonec překročili. Znovu všem děkují! Překvapilo nás každopádně to, jak nám na začátku trvalo srozumitelně vysvětlit náš plán. Kdyby bylo nějaké přístě, určitě bychom začali s propagací minimálně dva týdny před spuštěním.

Jakou roli podle vás sehrávají při prezentaci podnikatelských nápadů formou crowdfundingu sociální média?

Zásadní. Na začátku nám lidé z Hithitu ukázali grafy, ze kterých bylo jasné, že nejvíce přispěvatelů na úspěšné sbírky přišlo ze sociálních medií. Stejně množství obsahu, který se dostane k těm, které to zajímá, těžko někde jinde umístíte. Navíc, stačí málo, klik-

nout na sdílený obsah a pak už se jen rozhodnout, jestli přispět, či nikoli.

Nakolik důležitý je pro crowdfundingovou kampaň video příběh?

Myslím si, že dost. První video se nám nepovedlo. Bylo skvělé, že nás v něm podpořily vážené osobnosti pražského kulturního života, ale my místo toho, abychom to pořádně pečlivě vysvětlili, jsme tam dělali tanyny tanyny. To druhé, kdy jsme se ve dvou třetinách sbírky vynořili z Vltavy, podle nás bylo srozumitelnější a i počtem zhlédnutí v krátkém časovém úseku úspěšnější.

Co nového jste se jakožto ostřílený promotér a organizátor úspěšných akcí díky crowdfundingové kampani na Hithit naučil?

Naučili jsme se, že se diváci festivalu dělí na dvě skupiny, na ty, co přijdou na hlavní scénu, rádi za ni zaplatí a chtějí slyšet jen ty nejdůležitější koncerty, a také na ty, kteří berou festival jako ozvučenou procházku oživeným centrem Prahy.

Co byste na základě zkušeností získaných sbírkou pro United Islands 2014 doporučil jiným podnikatelům? Kdy má, nebo naopak nemá smysl využít crowdfunding?

Myslím, že největší hloupost je hledat, jak využít crowdfunding. Správné je hledat plán, za kterým si plně stojíte. A pokud u něj bude evidentní, že ho rychleji spustíte s pomocí sbírky, než když budete obcházet investory, sponzory a další klíčové partnery, tak je pro crowdfunding ten správný čas.

Plánujete využít zkušenosti s crowdfundingem i v budoucnosti?

Určitě o tom uvažujeme, ale stejně jako u předchozí otázky pro nás platí, že se do příštího crowdfundingu nebo do spolupráce na něm zapojíme jen tehdy, budeme-li si jisti, že máme před sebou skvělý plán, pro který je crowdfunding nejvhodnější forma, jak ho odstartovat. ■



Organizátor festivalu United Islands David Gaydečka.
Foto: e15.cz, Hynek Glos