

CANDICE PASCOAL E KICKANTE APRESENTAM:

COMO DIVULGAR SUA
CAMPANHA DE

crowdfunding

Parte do best-seller:
Seu Sonho tem Futuro
à vendas nas maiores
livrarias do país
e online

Carta da fundadora e CEO, Candice Pascoal

A Kickante tem a missão de dar o poder de volta às pessoas. Independentemente de visão política, nível educacional, cor da pele ou orientação sexual. Nosso negócio é a democratização do acesso às finanças. Nossos clientes chegam até nós quebrados. Eles têm talentos, um sonho, um plano.

No entanto, ao longo do caminho eles perceberam que simplesmente não conseguiriam alcançar seus objetivos. Não por meio das taxas injustas do banco. Não por meio dos capitais de risco tendenciosos. Não por meio do governo falido. Nós os recebemos preocupados, por vezes desiludidos. E, com prazer, devolvemos a esperança a eles abrindo um espaço de possibilidades com dignidade.

Precisamos ajudar empreendedores, inovadores, criativos, startups, escritores, atletas, educadores, ONGs, ativistas, jornalistas, inquietos e os mais pobres dos pobres, para poder nos desenvolver como uma Nação.

Mais de 1.milhão de brasileiros transformando sonhos em realidade. Esse é o Brasil que a Kickante conhece. Um Brasil com desigualdades e incertezas, sim, mas cheio de oportunidades.

Todos os dias, surge uma nova causa, um novo artista, um novo empreendedor, um novo motivo. ONGs, artes, educação, inovação. Alguém que precisa mais do se imagina, alguém que não imaginava quanto você precisava – da palavra, do incentivo, da contribuição. Damos voz, espaço e abrimos os caminhos. Porque sabemos e podemos. A internet é poderosa para isso.

Nosso negócio é realizar.

Sonhos, iniciativas.

Grandes, médios ou pequenos empreendimentos.

Nossa bandeira é a transformação. De vidas, rumos e histórias que precisam de tão pouco para ser gigantes, de quase nada para se tornar eternos.

Na Kickante estamos dispostos a fazer parte, a estar lado a lado, a dar a mão; porque uma andorinha só não faz verão, é verdade. Estamos sempre atrás de novas andorinhas – para tornar, o que quer que seja, realidade.

Seja bem-vindo! Tire os sapatos e encontre aqui novas razões para acreditar, contribuir ou motivos para seguir em frente. SOMOS BONS NISSO.



Como divulgar sua campanha de crowdfunding

Se você tem uma ideia e quer torná-la realidade com crowdfunding, separamos algumas dicas para promover sua campanha antes de ser lançada, enquanto estiver no ar e depois que for encerrada!¹

A promoção é a chave do sucesso de sua campanha e é importante começar a fazê-la antes mesmo de a campanha ser lançada. Assim, você instiga curiosidade e já cria um círculo de amigos que, mais adiante, vão se tornar seus divulgadores com o famoso boca a boca.

1. Antes do lançamento da campanha

Posso começar uma campanha sem uma base sólida nas mídias sociais?

As campanhas tornam-se sucesso, principalmente, porque os criadores trabalham muito duro para se conectar com as pessoas mais interessadas em seu projeto antes do lançamento. Através de grupos do Facebook, blogs do nicho, perfis no twitter ou outros canais de divulgação, você pode aumentar sua relevância e sua visibilidade.

Geralmente, os 30% iniciais da sua meta vêm de familiares, amigos e contatos de negócios. Isto é, aquelas pessoas que já o conhecem e, de alguma forma, conectam-se diretamente com seu projeto. Estudos mostram, porém, que grande parte das contribuições de campanhas de sucesso vêm de pessoas que não conheciam o criador da campanha e pertencem aos mais diversos locais. Essas pessoas novas virão com a divulgação e o apoio do seu grupo inicial, aquele que já o conhece ou conhece o seu projeto: família, colegas, celebridades, voluntários ou amigos. Por isso, dê duro com a sua divulgação!²

Podemos citar como exemplo a ONG WimBelemDon que, com pouco mais de 4 mil seguidores no Facebook, arrecadou 403 mil reais, 807% de sua meta inicial!

¹ Disponível em: <<https://blog.kickante.com.br/dicas-para-promover-sua-campanha-de-financiamento-coletivo-antes-durante-e-apos-o-termino/>>.

² Disponível em: <<https://blog.kickante.com.br/live-1-kickante-semrush/>>



ONGS

Fixando Raízes WimBelemDon!

Porto Alegre, RS

O Projeto WimBelemDon, que ensina tênis e faz complementação escolar para centenas de jovens em risco social, pode perder sua sede. Evite que isto aconteça!

R\$403.390,00 807%

0 dias restantes 1278 pessoas kickaram

Disponível em: <<https://www.kickante.com.br/campanhas/fixando-raizes-wimbelemdon>>.

A campanha de crowdfunding será seu segundo emprego

Esteja preparado para se dedicar à sua campanha durante a duração dela.

Sua campanha vai exigir que você use o WhatsApp, telefone e as mídias sociais diariamente, contando sua história aos seus apoiadores, respondendo às perguntas dos contribuidores, criando e divulgando novas recompensas.

Como uma campanha precisa de dedicação, se possível, **crie uma equipe e distribua tarefas**. Assim, ficará mais fácil gerenciar e cuidar de todos os pontos mantendo o ânimo elevado! Estar presente e responder a todos com rapidez pode significar algumas contribuições a mais para o seu projeto. No entanto, lembre-se de fazer um *brainstorm* para definir como deve ser a comunicação com o público. No best-seller *Seu sonho tem futuro* (acesse: www.seusonhotemfuturo.com.br), você aprende não só a definir sua *persona* (ou seja, seu público) como também conhece outras ferramentas úteis para a sustentabilidade do seu projeto, além do crowdfunding.

Campanhas de crowdfunding com equipes maiores arrecadam, em média, 80% a mais do que campanhas lançadas por apenas uma pessoa. O motivo? Simples! Apoio de mais membros no seu time na movimentação da campanha e principalmente aumento na distribuição (alcance) da sua mensagem para um público maior que o seu *network* individual.



Observe essa ilustração. Imagine que você seja o círculo do meio. Na sua campanha de crowdfunding você trará a maior parte da captação, pois está liderando o projeto e 100% investido no seu sucesso. Contudo, quanto mais pessoas conectadas a você puderem ajudá-lo a trazer certa quantia, ao divulgar para seus contatos pessoais ou midiáticos, mais você multiplicará seu alcance, no mesmo espaço de tempo!

Veja, a seguir, o depoimento da criadora do Kickante [Piracicaba nos tempos da ditadura](#), na época em que a campanha estava no ar.

“O grupo-base são os 7 autores do livro. Nele, existem jornalistas, um advogado, um sociólogo com experiência em liderança de movimentos sociais, um padre e um ex-vice-reitor. As tarefas foram claramente mapeadas dentro do que cada um poderia desempenhar de melhor. Nos primeiros três dias, cada um dos três jornalistas monitorou praticamente vinte horas por dia as redes sociais. Nenhuma pergunta ficou sem resposta, os questionamentos e o que era compartilhado tinham um rebatimento imediato. Isso foi fundamental. Os contatos com a imprensa eram de responsabilidade específica de um de nós. Enquanto isso, os e-mails, em grupos absolutamente distintos de interesse e de formação de opinião, eram disparados de maneira pessoal, em listas definidas anteriormente ao início da campanha. Mantivemos reuniões semanais para avaliação dos números e do desempenho da campanha, assim como das providências a serem tomadas. Um relatório diário foi gerado por mim, coordenadora da campanha, desde o primeiro dia – e continua até hoje –



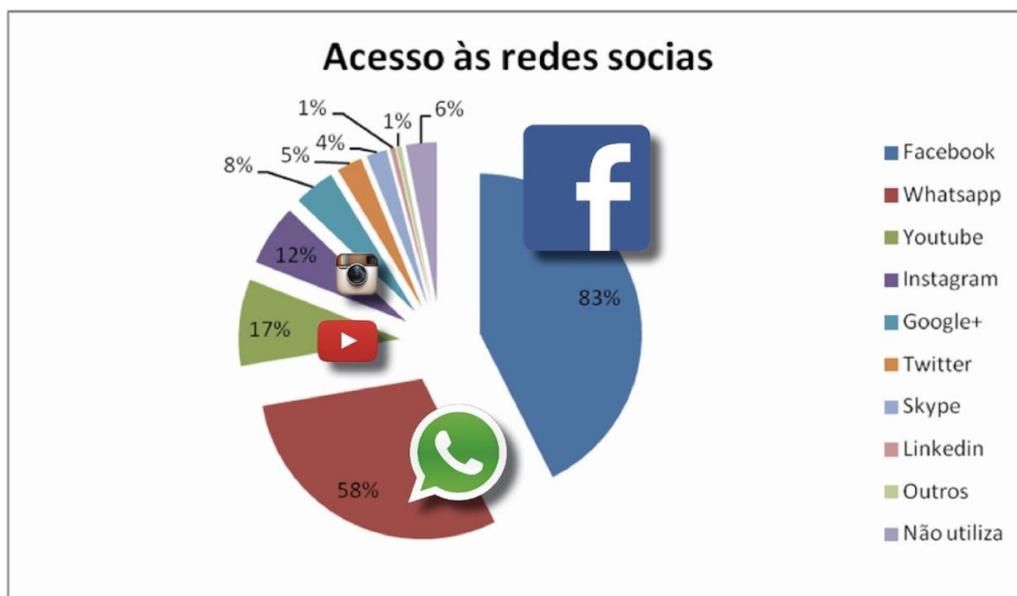
analisando como a mídia se comportara, o valor arrecadado, os convites para debates, as questões em aberto.”³

Com essa estrutura, conseguiram 149% da meta da campanha.

Monte seu plano de divulgação

Toda a sua estratégia de divulgação deverá estar pronta no dia do lançamento. Analise a sua campanha: será que seus contribuidores em potencial estão no Facebook, no twitter, no Instagram, em blogs, jornais impressos, revistas? Seja criativo!

No Brasil, a rede social mais acessada é o Facebook. Por isso, considere estar sempre presente nela, seja criando uma *fan page* para sua campanha (na qual você poderá ativar anúncios a um custo baixo) ou divulgando através de perfis de amigos. Aproveite também para começar a criar expectativas no seu público e aumentar o engajamento. Assim, quando a campanha estiver no ar, você já terá uma base sólida. O WhatsApp é também uma excelente e poderosa fonte de divulgação. Veja aqui como o brasileiro gosta de interagir on-line e adapte a sua estratégia de comunicação:



Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia, 2015 (PBM)

A Kickante envia para o criador um plano de marketing diário que indica como divulgar a sua campanha nas redes sociais e outros canais. Siga esse plano até o fim da campanha ou crie um seu, de acordo com as características de sua campanha. É importante, porém, que a divulgação seja feita com consistência.

³ Disponível em: <<https://blog.kickante.com.br/qual-e-a-boa-do-crowdfunding-entrevista-piracicaba-1964/>>.

Caso você não tenha muito tempo para divulgar sua campanha, almeje uma meta mais baixa (ou recrute um assistente que possa fazer isso por você). Veja aqui uma ideia de quanto tempo é esperado do líder da campanha de crowdfunding para que sua meta seja batida, de acordo com o valor almejado:

	Preciso de R\$ 1 mil - R\$ 10 mil (Bronze)	Preciso de R\$ 10 mil - R\$ 100 mil (Prata)	Preciso de R\$ 100 mil ou mais (Ouro)
Contribuidores	40 a 200	150 ou mais	1 mil para cima
Dias de campanha no ar	30 a 45	30 a 45	30 a 60
Tempo a ser despendido (por dia)	30 min a 2 horas	1 a 2 horas	2 a 4 horas
Atividades para fazer de sua campanha um sucesso	- Ser metódico; - Ter um plano dinâmico e flexível para sua campanha, envolvendo e-mails consistentes e muita conversa nas redes sociais.	- Mesmo que o Bronze; - Influência em blogs.	- Mesmo que o Prata; - Suporte de assessoria de imprensa, para alcance mais amplo.
Relacionamento com sua rede de contatos	- Confiança estabelecida entre o(s) Líder(es) da campanha e sua Rede 1* e parte da sua Rede 2**.	- Confiança estabelecida entre o(s) Líder(es) da campanha e sua Rede 1* e 2**, além de parte da Rede 3***.	- Confiança estabelecida entre o(s) Líder(es) da campanha e sua Rede 1*, 2** e 3***; Muitas vezes o(s) Líder(es) da campanha, são super populares em seu nicho / comunidade, e possui uma base de fãs muito engajada.

*Rede 1: Amigos, família e fãs próximos – Eles contribuem primeiro porque confiam em você e porque já possui um relação estabelecida entre você.

Dica Kickante: planeje-se para entrar em contato com alguns deles antes da campanha ir ao ar, para que eles estejam prontos para o trabalho de incentivadores.

** Rede 2: Amigos dos amigos e conhecidos – Contribuem depois de sentirem sinais de confiança em você e no seu projeto, ou seja, quando eles veem pessoas contribuindo ou espalhando notícias sobre sua campanha nas redes sócias e imprensa.

*** Rede 3: Outras conexões e o público em geral – Em alguns casos contribuem menos porque demora um pouco mais para ganhar a atenção e confiança deles.

Veja mais em: [Como Atingir a Meta da Campanha de Crowdfunding](#)

Não estar atento a esse ponto pode trazer problemas para a sua campanha. Portanto, organize seu tempo com antecedência.

Um dos maiores ganhos de uma campanha de crowdfunding é a visibilidade que trará ao seu projeto e o aprendizado em marketing digital.

Para ajudá-lo a dar o *kick-off* ao seu projeto, nós lhe enviaremos um plano de marketing a ser seguido. Nosso conselho é: siga-o com persistência, faça chuva, faça sol.

Exemplo de plano de marketing diário:

- Dia 10: Postar no Facebook/twitter + enviar e-mail para minha lista.
- Dia 11: Contatar por telefone todos os meus VIPs.
- Dia 12: Postar um "agradecimento" no Facebook + enviar arte "Eu apoio!" para quem já fez contribuições.

Ao seguir seu plano, esteja atento às datas sazonais, comemorativas e religiosas, pois, geralmente, o engajamento é bem menor nesses períodos.

Entenda também que não será todo dia (ou toda semana) que você receberá contribuições. Mesmo com sua divulgação diária, e AINDA ASSIM, é imprescindível que continue e persista na divulgação. Quantas vezes você é impactado por anúncios de marcas na TV, outdoors, revistas ou jornais? Isso porque eles sabem que a maior parte das pessoas precisa ser impactada mais de uma vez (para ser mais preciso, SETE VEZES) antes de agir. **Então, continue divulgando, conte histórias, e sempre inclua o link da sua campanha – mesmo que emocionalmente sinta que as pessoas não se importam.**

Entre o saber e o contribuir, existe a questão do tempo e da repetição. Não se preocupe em cansar as pessoas. Seja criativo.

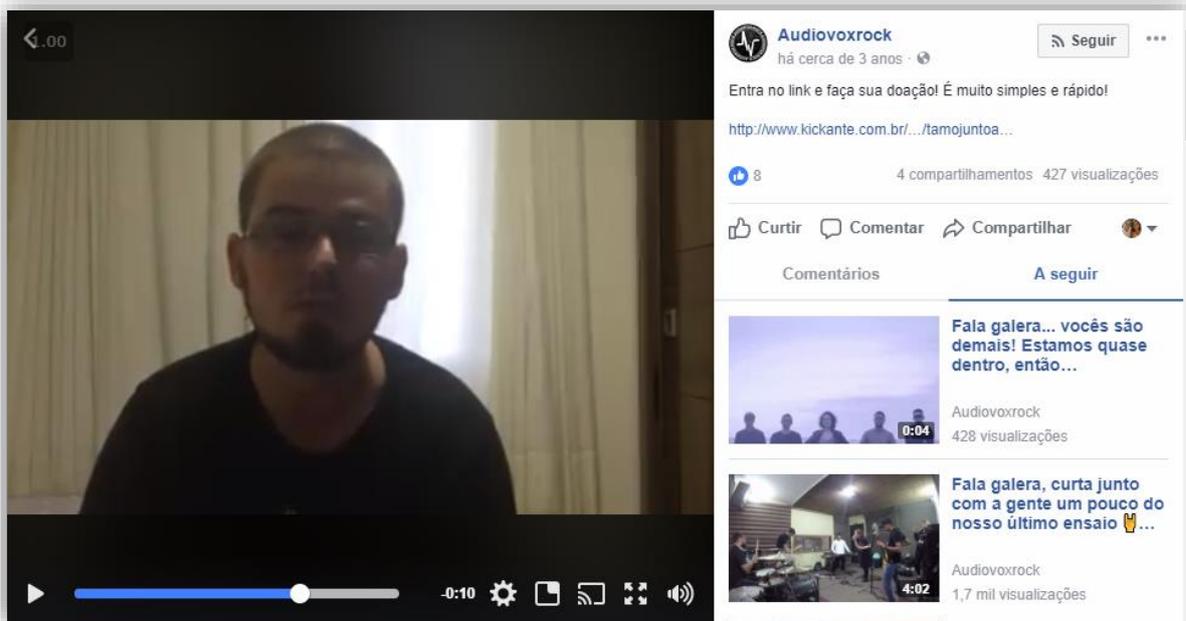
Preocupado em cansar o seu público com divulgação diária? Diversifique!

- Divulgue fotos na segunda-feira;
- Um vídeo caseiro (feito pelo seu iPhone mesmo) na terça-feira;
- Faça um *live* na quarta-feira;
- Envie uma frase motivacional na quinta-feira;
- Distribua informação sobre o projeto na sexta-feira.
- A regra principal é: PERSISTA.

Post com fotos das recompensas do [kickante Projeto Onçafari](#):



Vídeo caseiro da [banda AudioVox](#) para o kickante [#tamojuntoaudiovoxrock](#)



Vídeo do [DJ Hum](#) mostrando como será seu disco viabilizado por meio da [Kickante](#):



[Live de divulgação](#) do [kickante](#) *Seu sonho tem futuro*:



[Grupo fechado no Facebook](#) do [kickante Caçadores da Galáxia](#):



A [ONG Cabelegria](#) [partilhando informações sobre o projeto no Facebook](#):



[Esteban Tavares](#) comemorando no YouTube, pois [seu kickante bateu a meta](#) 11 dias antes do prazo:



COMO DIVULGAR SUA CAMPANHA DE CROWDFUNDING

Lobão [interagindo com fãs no Twitter](#):



Divulgue todos os dias, **sempre lembrando de incluir o link da sua campanha.**

DICA KICKANTE: Separe sua base de contatos em contribuidores e influenciadores. Influenciadores são pessoas influentes entre os seus amigos. Eles podem ajudá-lo a bater sua meta compartilhando e aumentando o alcance da sua campanha entre a rede deles. Influenciadores são geralmente pessoas admiradas, respeitadas ou rodeadas de seguidores. Muitas vezes, um influenciador pode ser também alguém que – embora não tenha grande visibilidade na sociedade – tem sua voz sobre o tema da sua campanha respeitada.

Busque os seus microinfluenciadores, muitas vezes eles trazem mais resultado do que uma grande celebridade.

2. Durante a campanha

Agora é hora de colocar em prática todo o plano de ação que você traçou e bombar nas divulgações. Separamos algumas dicas estratégicas para a sua campanha.

Estudos mostram que, se você conseguir **30% de sua meta de crowdfunding nas primeiras 2 semanas, após lançamento da sua campanha, você tem mais chances de chegar a 100% ou mais até a data de encerramento**. Há uma razão para isso, os 30% contribuidores iniciais são seus "early adopters", ou evangelistas. Eles acreditam na sua ideia ou em você e serão convidados automaticamente pela tecnologia Kickante a se tornarem microinfluenciadores da sua campanha. Eles criarão um poder de maximização e divulgação alta o bastante nas redes deles para gerar uma onda de divulgação para a sua campanha.



Círculo de amizade é seu ponto de partida

Utilize primeiro o seu círculo de fãs, familiares e amigos próximos para alavancar as contribuições já no início da campanha. Isso é extremamente importante, visto que eles dão ibope para a sua campanha e faz com que um público que ainda não conhece você confie na sua iniciativa.

A contribuição de amigos e familiares dá grande credibilidade ao seu projeto em nossa plataforma, geralmente 30% das suas contribuições vêm de amigos e familiares.⁴

Então, antes de pensar em divulgar na mídia, nas redes de grupos de que participa ou newsletters externas, aumente o ibope e percentual de aceitação da

⁴ Disponível em: <<https://www.kickante.com.br/bau-de-ideias/criar-lancar-campanha-crowdfunding/divulgacao>>

sua campanha solicitando ao seu círculo próximo que contribua na primeira semana da campanha.

Você também pode pedir aos seus amigos e aos familiares que o ajudem com a divulgação! Envie uma imagem para que eles possam facilmente compartilhar nas mídias sociais.

Veja exemplos de imagens de divulgação que enviamos para um de nossos criadores.

Imagem para compartilhar nas mídias sociais:



Banner para divulgar no site:



Capa para o Facebook:



E-mail, WhatsApp e Skype convertem muito!

Estamos no mundo das mídias sociais e, às vezes, esquecemos dos meios de divulgação mais tradicionais e menos poluídos, como e-mail, WhatsApp e Skype.

Envie mensagens pessoais e personalizadas. Explique por que acredita nesse projeto e por que ele é tão importante para você.

Fique atento para não Spam (abusar) seus contatos enviando muitas mensagens gerais.

A regra deve ser: nunca enviar mais de uma mensagem semanal geral. Nossa recomendação é que envie uma mensagem por um desses meios a cada duas semanas. Nas mensagens, poste histórias e informe o link.

Reveze semanalmente, entre pedir contribuição ou apenas pedir que aqueles que se importam, compartilhem.

Veja o exemplo de uma das mensagens que enviei aos meus contatos via WhatsApp com o objetivo de angariar fundos para a campanha [Um sorriso para crianças refugiadas + Livro](#):

Bom dia! Estou na RETA FINAL do meu projeto humanitário, por meio do qual levo arte para crianças refugiadas, e quero muito que faça parte dele comigo. Conto com você! Ver: <<https://www.kickante.com.br/campanhas/um-sorriso-para-criancas-refugiadas-2017>>.

*Beijos,
CANDICE*

Junte-se a mim neste projeto... Nós, que trabalhamos diretamente com estas crianças da guerra Síria, sabemos a profundidade da dor no olhar delas. COMPARTILHE, por amor ao outro, e coloque um sorriso no rosto dessas crianças. Vamos juntos transformar dor em ARTE: <https://www.kickante.com.br/campanhas/um-sorriso-para-criancas-refugiadas-2017>

Vamos juntos aliviar o sofrimento dessas crianças...

Sozinha sou apenas uma com pouco poder de mudança, juntos somos uma multidão ♥ Já ajudamos mais de 300 famílias com a campanha do ano passado. Queremos ajudar mais 300 neste ano. Veja mais em: <https://www.kickante.com.br/campanhas/um-sorriso-para-criancas-refugiadas-2017>

Para mensagens via e-mail, você poderia enviar exatamente a mensagem acima, ou usar o exemplo a seguir. Analisamos milhares de mensagens buscando identificar as que geram maior conversão quando enviadas por e-mail e criamos a versão abaixo.

A mensagem faz parte do plano de marketing diário que enviamos aos criadores. Você poderá personalizá-la e enviar a seus amigos, família, colaboradores, seu time, admiradores, clientes e influenciadores.

Olá, (NOME)!

Você é importante para mim, por isso compartilho o meu Kickante em primeira mão:

www.kickante.com.br/sonho

Sua participação é muito importante, seja contribuindo, seja compartilhando este projeto. Conto com você para mostrar ao Brasil que temos um grupo que nos apoia e confia em nosso trabalho!

Sozinhos somos um, juntos somos uma multidão.

Vem comigo?

ASSINATURA

DICA KICKANTE: Mensagens enviadas por e-mail ainda trazem o maior retorno do mercado! Opte pela qualidade da mensagem e dos contatos versus quantidade. No best-seller [Seu sonho tem futuro](#), você conhece ferramentas como mailchimp.com, que permite que você use sua plataforma de disparo de e-mails gratuitamente, e você aprende também as principais regras para ter sucesso com marketing via e-mail.

Tem um site?

Coloque um banner como pop-up. Assim, quando o usuário acessar a home ou as páginas internas, será impactado pela divulgação da campanha de crowdfunding! Veja um exemplo de banner que a equipe de marketing da Kickante enviou para um criador:



No entanto, se você não tem uma equipe ou *expertise* para criar uma imagem persuasiva, não tem problema. Entre em contato com a equipe da Kickante pelo falecom@kickante.com.br, e nós daremos todo o suporte para você arrebentar com a sua divulgação!

Lembre-se de analisar no Google analytics quais páginas são mais visitadas no seu site. Nem sempre será a sua home page, ou página inicial, assim, vá além e coloque o pop-up nas páginas que seus usuários acessam com mais frequência (ou todas, caso não saiba ao certo qual é a página com mais acessos).

Mídias Sociais

Sessenta por cento das contribuições geralmente vêm das mídias sociais. Isso porque as pessoas compartilham seu post, pedindo aos amigos que também façam parte. As mídias sociais se tornaram um grande aliado de captação!



Crie uma imagem simples de sua campanha que possa ser facilmente compartilhada nas redes sociais (ou peça a um amigo que o faça para você). Inclua uma imagem cativante e o link de sua campanha. Imagens têm muito mais poder de compartilhamento na internet, faça a sua parte e use apps geralmente empregados para criar filtros e escrever em fotos para divulgação de cunho pessoal! Lembre-se de fazer um pedido direcionando seu público a contribuir ou compartilhar.

Exemplo:



Responda às menções feitas a você em todas as redes sociais. É na interação que mora a conversão. Tire todas as dúvidas e dê atenção àqueles que podem lhe dar qualquer feedback. Sua página ficará mais interativa e a entrega de seus posts chegará a mais pessoas.

Fazer eventos, postar nos *stories* do Instagram e criar *lives* no Facebook vão ajudá-lo a ter mais alcance e ganhar ainda mais visibilidade para o seu projeto. Divirta-se testando as novas ferramentas das tecnologias existentes!

Identifique a melhor mídia social para seu projeto

Você não precisa utilizar todas as redes sociais que existem. Identifique as melhores plataformas para você, de acordo com seu público (onde estão os seus contatos) e coloque o foco nelas.

- É imprescindível que as redes sociais sejam atualizadas diariamente, assim o público se engaja com a sua campanha.
- Se você tem mais seguidores ou engajamento (pessoas interagindo com suas postagens) na sua página pessoal, do que na sua *fan page* do projeto, poste sempre na sua página pessoal também.
- Se você não tem uma *fan page* no Facebook, esse é um bom momento para criá-la, pois poderá impulsionar postagens (fazer anúncios pagos) por um valor baixo para o alcance e o nível de segmentação que poderá alcançar. Por exemplo, na postagem abaixo, por menos de 20 reais, promovi o conteúdo para cerca de 5 mil pessoas em apenas 24 horas!

Kickante (Predefinição)
20/11 às 11:31 · 🌐

Ama INOVAÇÃO 💡? Quer saber o que está acontecendo de mais avançado no mundo? Siga nossa CEO e fundadora AGORA clicando aqui [Instagram.com/candicepascoal](https://www.instagram.com/candicepascoal) e acompanhe ao vivo a cobertura do evento Singularity University na Holanda! Clique ↴

Candice Pascoal (@candicepascoal)
• Instagram photos and videos
2,254 Followers, 233 Following, 351 Posts - See Instagram photos and videos from Candice Pascoal (@candicepascoal)

INSTAGRAM [Saber Mais](#)

👥 **4980 pessoas** alcançadas [Ver promoção](#)

Mantenha seus posts sempre públicos, assim eles terão maior visibilidade nas mídias sociais. Se você limitar sua postagem ao padrão "Amigos", seu post compartilhado ou curtido não será visto por amigos dos seus amigos, e isso diminuirá seu alcance. Ver abaixo.

✎ Publicação | 📷 Foto/vídeo | 📺 Vídeo em direto | 🚩 Evento da vida
? Sessão de perguntas e respostas

 Em que estás a pensar?

 Foto/vídeo  A sentir-me/Atividade 

 Público [Publicar](#)

Para mudar sua preferência de **Amigos** para **Público**, é muito simples! Basta clicar na setinha logo ao lado da palavra Amigos e selecionar a postagem como PÚBLICA.



Bônus! *Melhores horários de divulgação nas mídias sociais*

Twitter

O Twitter tem um horário de pico específico das 12 às 18 horas, de segunda a quinta-feira. Em geral, pessoas acessam mais durante ou após o período de almoço. Tweets curtos, com menos de 100 caracteres, geram mais engajamento que os maiores.



Facebook

O horário de pico de audiência no Facebook é das 13 às 15 horas, em dias de semana. Na realidade, ocorre um aumento gradual a partir das 9 horas da manhã, chegando ao topo às 15 horas. Seguir esse horário vai lhe garantir mais visualizações e, conseqüentemente, mais engajamento. Cada página e cada público se comportam de uma forma, faça testes com posts na sua página antes de lançar e descubra os melhores horários para atingir os seus seguidores.



Médicos Sem Fronteiras
Página curtida · 28 de junho de 2014 · 🌐

Quando todos estão torcendo por suas seleções, mostre que você torce pela vida.

Todos os dias, Médicos Sem Fronteiras está em campo salvando vidas em mais de 70 países. E sem a ajuda de pessoas como você, isso não seria possível. Entre para a #torcidaMSF!

Acesse www.torcidamsf.org.br, faça uma doação de R\$49 e ainda ganhe uma capa de celular exclusiva de MSF! Confira os modelos disponíveis e participe!

Quando receber seu brinde, poste uma selfie com seu celular, usando a capa de celular MSF e a hashtag #torcidaMSF.

Se você já fez a sua doação, convide seus amigos a fazer parte da #torcidaMSF. Vamos juntos mobilizar o máximo de pessoas para lembrar que a torcida pela vida não pode parar! www.torcidamsf.org.br

Atenção: a campanha será mantida enquanto durarem nossos estoques. As doações feitas por outro caminho que não seja o da #torcidaMSF não receberão seu brinde.

Escreva um comentário...

#torcidaMSF
Você, que torce pela vida, seja #torcidaMSF

MEDECINS SANS FRONTIERES
MÉDICOS SEM FRONTEIRAS

Veja um exemplo de capa de Facebook enviado a um de nossos criadores:



Crowdfunding

Projeto Onçafari

ONÇAS PINTADAS 2018

PROJETO ONÇAFARI

JANEIRO

COLABORE COM A CONSERVAÇÃO DAS ONÇAS PINTADAS. GARANTA JÁ SEU CALENDÁRIO ONÇAFARI REWILD 2018!

KICKANTE.COM.BR/ONCAFARI

MeuKickante

COMO DIVULGAR SUA CAMPANHA DE CROWDFUNDING

Blogs e sites parceiros

Entre em contato com blogs e sites que sejam relevantes para a sua campanha, que sejam do mesmo nicho, e ofereça o envio de artigos. Essa é uma ótima estratégia de divulgação, pois você tornará a sua campanha conhecida para um público que o site/blog já possui.

Além disso, há diversos sites, como [BuzzFeed](#) e [Vista-se](#), que permitem que você crie uma conta e publique seu conteúdo (tornando o processo de divulgação mais rápido e fácil).



Há 2 anos

Santuário dedicado aos animais considerados de consumo precisa de ajuda para não fechar

Local acumula dívidas de mais de R\$ 50 mil.

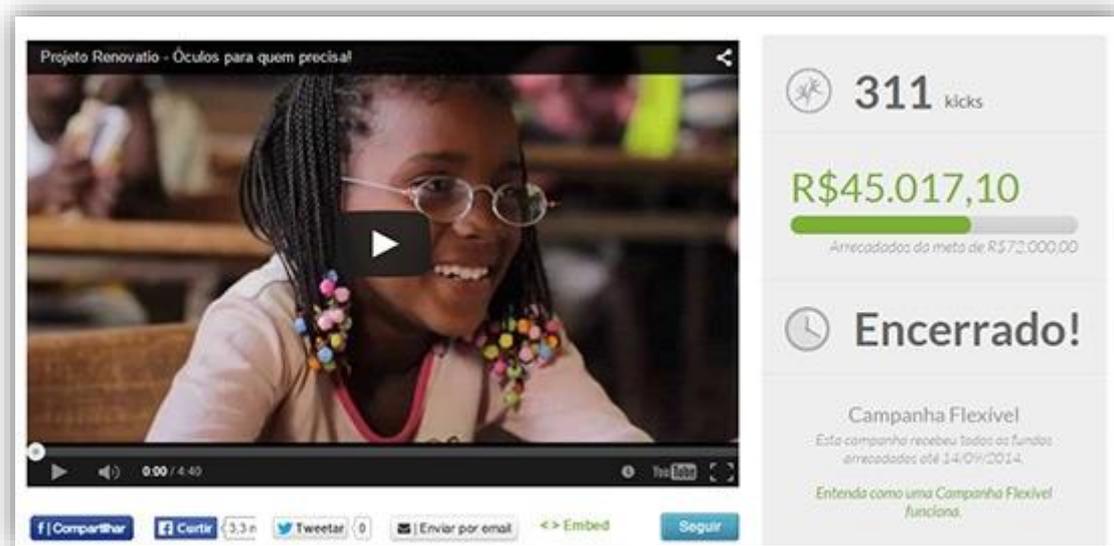
Exemplo de [reportagem da campanha Santuário Animal](#)

Busque, no Google, sites e blogs que possam ajudá-lo nessa missão. É fácil, é só pesquisar utilizando as palavras-chave de seu negócio, que pode ser “maquiagem”, “aplicativo de tecnologia”, “gastronomia”, entre outras. E lembre-se sempre de colocar o link da sua campanha no começo e no final do texto, convidando as pessoas para conhecerem mais.

Veja aqui algumas dicas a serem seguidas:

1. Ao escolher o título de seu artigo, pense em como as pessoas o procuram no Google. Será que elas buscam por ONG ou Terceiro Setor, por exemplo? Para saber, basta fazer uma pesquisa rápida entre seus amigos, eles são o melhor “medidor”.
2. Ao escrever o texto de seu artigo, se possível, crie um conteúdo único, algo que não tenha em nenhum site. O Google adora conteúdo novo e dará crédito a você por isso, o colocando em posições melhores do que os sites que copiam textos.
3. Coloque imagens, vídeos, tudo o que possa enriquecer o conteúdo de seu artigo. Dessa forma, ele também fica mais atrativo para os leitores.

Essas dicas também servem para seu Kickante. Veja como a campanha da [Renovatio: Óculos para quem não pode pagar!](#) ficou bem personalizada e atraente para os contribuidores:



Para saber mais sobre como criar um texto arrasador e ficar bem posicionado no Google, acesse <https://blog.kickante.com.br/sua-campanha-de-financiamento-coletivo-no-google/>

Miniblog

Toda campanha de crowdfunding da Kickante possui um [miniblog](#) acoplado a ela. É lá que você atualiza seus **kickadores** (todos os que já contribuíram para a sua campanha) e **seguidores** (todos os que optaram por seguir o desenvolvimento da sua campanha no site da Kickante, mesmo que ainda não tenham contribuído) sobre o desenvolvimento de seu projeto. E essas atualizações são enviadas automaticamente por e-mail para cada um deles!⁵

Para aumentar o engajamento do seu público com a campanha, recomendamos que sejam feitas atualizações no miniblog de sua campanha a cada 1-3 dias. Não é permitido fazer mais de uma atualização por dia, então planeje e poste com cuidado as suas mensagens. Conte histórias, compartilhe imagens, agradeça os contribuidores. [Veja aqui um bom exemplo:](#)

⁵ Disponível em: <<https://blog.kickante.com.br/mini-blog-da-campanha-de-crowdfunding/>>.



Candice Pascoal

há 2 meses

Últimas horas!!!



ÚLTIMAS HORAS DA PRÉ-VENDA kickante.com.br/sonho/

Hoje é dia de gravação aqui na Holanda...

O livro *Seu Sonho tem Futuro* vem com 2 ebooks gratuitos e mais uma extensão online de vídeos e artigos que complementam os ensinamentos do livro, como: 1. Como criar peças de email que convertem, 2. Como criar sua persona, 3. Como usar o modelo Canvas para estratégias de projetos criativos, 4. Principais dicas para estar no topo do Google (como a Kickante) dadas pelas maiores profissionais de SEO que já tive o prazer de colaborar, 5. Como preencher um modelo financeiro e criar metas para seu projeto. E muito - MUITO - mais!

Bem completo e com tudo que precisa para lançar logo esse projeto e tirar essa ideia do papel. Quando eu me disponho a fazer algo, faço bom, bonito e direito ;)

VAMOS!

Abraços,
Candice



Candice Pascoal

há 2 meses

Você é incrível + Valor Econômico + Instagram

Estamos nos últimos dias da campanha para o lançamento do livro *Seu Sonho tem Futuro* e estou muito feliz com o resultado.

Muitos livros comprados, muitos livros doados e fizemos história com uma pré-venda incrível na Kickante!

Tive o apoio da Cartier, Campus Party, Administradores, Editora Gente, Sebrae Bahia e do meu querido marido que doou mais de 500 livros para serem presenteados a jovens empreendedores no Brasil!

Fomos listados na primeira página do iBook da Apple como recomendação para leitura, e ontem a revista *Valor Econômico* listou o meu livro *Seu Sonho Tem Futuro* como recomendação de leitura de negócios para este mês! Imagina minha felicidade! Incrível!!

Mais do que isso, tenho lido todas suas mensagens de apoio. É maravilhoso saber que nesta longa jornada tenho feito tantos novos amigos. Tenho certeza que ao longo do caminho, vamos nos encontrando aqui e ali ;) É muito bom conhecer cada um de vocês pessoalmente.

E para os ansiosos de plantão (como eu :), o livro começa a ser enviado este mês, e chegará no tempo determinado pela campanha (até o final de Outubro) - mas para a maioria imagino que os Correios irá entregar no próprio mês de Setembro.

Já está me seguindo no Instagram? [instagram.com/candicepascoal/](https://www.instagram.com/candicepascoal/)
Ontem cobri no meu instagram a minha visita ao centro de refugiados que apoio na

Dica kickante: as atualizações poderão ser feitas durante e após o término da sua campanha, assim você pode enviar e-mails em massa para a sua tribo kickante recém-formada com apenas um clique! Mantenha-os informados sobre cada etapa do processo. Envio de recompensas, processo de execução do plano e mantenha-os próximos a você. Seguir esta dica aumentará as chances de os seus contribuidores e os seus seguidores apoiarem uma próxima etapa do seu projeto ou até mesmo um projeto completamente novo liderado por você!

Para acessar o miniblog, basta clicar no link da sua campanha, estando logado nela.

Empurrão Kickante

As campanhas em destaque na nossa página principal não são aleatoriamente escolhidas por nós, mas sim por um conjunto de métricas que define o melhor momento para as campanhas receberem um empurrãozinho amigo da nossa turma, graças ao esforço do seu criador e ao comprometimento de seus apoiadores.

O ***Empurrão Kickante*** analisa toda a atividade de sua campanha, desde doações recebidas, comentários, atualizações até compartilhamentos da sua campanha nas redes sociais. Quanto maior a atividade, maior a possibilidade de sua campanha ser destacada na página principal, e-mail, blog e até mesmo nas nossas redes sociais como Facebook, twitter, Instagram ou YouTube!

Para ter uma campanha de sucesso, tem de se movimentar. Tem de energizar sua campanha todos os dias. Durante o período em que sua campanha estiver no ar, dedique-se a torná-la um sucesso!

Na página de seu Kickante

Quem acessar a sua campanha e não contribuir, verá o pop-up abaixo para que colabore divulgando-a nas redes sociais e pelo e-mail. Aproveite este chamado e compartilhe sua campanha nas redes sempre que acessar o site, ao menos uma vez ao dia.



3. Depois que finalizar a campanha

Sua [campanha chegou ao fim](#), mas seu trabalho ainda não acabou.⁶

Agradeça aos seus kickadores

Agradeça a todas as pessoas que apoiaram a sua campanha através de uma atualização, no miniblog ou por e-mail (se possível envie um e-mail personalizado de agradecimento). Você poderá achar os contatos dos seus apoiadores na aba "Listagem" do Painel de Controle da sua campanha na Kickante.

Você deve usar também as mídias sociais, assim como fez o cantor Esteban Tavares em seu YouTube:



Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=g26splceKCM>>

⁶ Disponível em: <<https://www.kickante.com.br/bau-de-ideias/criar-lancar-campanha-crowdfunding/terminar-campanha>>.

DICA KICKANTE: Lembre-se de informar quando eles receberão as recompensas e como entrar em contato com você.

Atualize sobre o status de sua campanha

Informe a seus kickadores o status de sua campanha: se você bateu a meta, o que fará com o dinheiro? Se você não bateu a meta e sua campanha for flexível (aquela em que você leva o que arrecadar, independentemente de bater a meta), se conseguirá finalizar seu projeto mesmo sem ter todo o dinheiro? Veja abaixo o depoimento da Gerente de Relacionamento com Doadores e One to One de Médicos Sem Fronteiras sobre a campanha [Calendário Médicos Sem Fronteiras- 2014](#)

Michelle: Arrecadamos mais de 54 mil reais com essa campanha na Kickante! Só para você ter uma ideia de como esse valor é importante, conseguimos adquirir cerca de 71.500 sachês de alimento terapêutico à base de pasta de amendoim para tratar desnutrição severa em crianças ou mais de 72.120 vacinas contra o sarampo.

É importante deixar seus kickadores a par de tudo o que acontece, mesmo depois que a campanha estiver finalizada. Informe a eles sobre o envio das recompensas, as etapas de geração do produto, a gravação de seu filme, a criação de games... Seus kickadores precisam e, com certeza, querem fazer parte do projeto. Afinal, contribuíram para que ele se realizasse.

Vamos agora movimentar sua campanha?

Aqui está o seu Plano de Divulgação Semanal, siga os passos dados pelos nossos criadores de sucesso!

1. Primeira semana:

- Compartilhe sua campanha imediatamente nas suas redes sociais (Facebook, twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn) avisando a todos sobre ela. Ao compartilhar o link, escreva algo pessoal, a razão pela qual lançou essa campanha de arrecadação e diretamente peça que contribuam. **Atenção:** você deverá postar nas suas redes sociais **todos os dias** até o final da sua campanha. Redes sociais correspondem a cerca de 37% das contribuições na Kickante, está na hora de usar a ferramenta para apoiá-lo no financiamento dos seus projetos, não acha?
- Certifique-se de usar seus perfis pessoais e o do projeto nessas postagens. Ambos têm grande poder de conversão.
- Ideias de postagem: divulgue nas redes os primeiros apoiadores, divulgue nas redes os comentários postados por seus contribuidores e agradeça a eles pelo apoio, faça depoimentos pessoais (quanto mais pessoal, melhor), publique dados que mostram a importância do seu projeto, e sempre, sempre inclua o link da página da sua campanha (no início do texto, no máximo na 3ª linha);
- Marque amigos e conhecidos nas postagens para aumentar o alcance da sua campanha;
- Tem voluntários, amigos da onça, fãs clubes ou sócios? Defina metas de arrecadação para cada um (exemplo: cada um deverá trazer 10, 15 ou 30 contribuidores para a campanha)
- Campanhas com times arrecadam mais e até ultrapassam suas metas. Monte um time de pessoas que farão "barulho" com você **diariamente**, quanto mais pessoas divulgando, melhor! A hora de engajá-los é essa. Peça que sigam este plano, e marque um dia por semana quando todos falarão entre si sobre o andamento da campanha seja pessoalmente, por e-mail, Skype ou WhatsApp. Peça que sejam pessoais e expliquem por que acreditam neste projeto ao compartilhar o link em cada postagem nas redes sociais, e-mails, WhatsApp ou telefonemas. Certifique-se de que mencionam o link da campanha ao postar!
- Quer se certificar de que todos no Facebook verão sua postagem quando lhes for mais conveniente? Crie hoje mesmo um evento no Facebook sobre a sua campanha, e convide todos os seus seguidores a participar. Lembre-se sempre: escreva algo pessoal na página do evento, a razão pela qual lançou essa campanha de arrecadação e diretamente peça que contribuam informando o link.
- E-mail ainda é a primeira fonte de contribuição na Kickante. Crie agora mesmo uma lista de 50 a 300 contatos de familiares, amigos e conhecidos e envie para eles um e-mail com o link para a sua campanha ainda hoje.
- Envie um e-mail pessoal para a sua lista de membros, clientes, fãs, contribuidores, doadores, colegas de trabalho e peça que participem da

sua campanha de crowdfunding contribuindo com qualquer valor, e que tirem com você este projeto do papel!

- Seja claro e direto! Incentive as pessoas a contribuir com qualquer valor!
- Usa WhatsApp com frequência? Então está com sorte! A Kickante tem uma versão otimizada para "mobile/celular", e o público gosta bastante! Temos um número maior de contribuições via celular do que via computador. Faz sentido não é mesmo? Então envie o link da sua campanha para seus contatos no WhatsApp, para os seus grupos e peça a eles que participem. Mais uma vez, seja pessoal nas mensagens sempre informando o link da campanha, e engaje-os semanalmente informando novidades sobre contribuidores, recompensas, e dados da importância do seu projeto.
- Identifique os contatos mais influentes na sua rede e peça por e-mail ou telefone que eles divulguem a sua campanha **uma vez por semana**. Explique por que esta campanha é tão importante para você.
- Tem um website? Coloque um banner nas suas páginas principais sobre sua campanha. Direcione sua homepage para a página da sua campanha ou coloque um pop-up com essa informação assim seu público saberá sobre sua campanha de maneira orgânica.
- Vamos expandir o seu núcleo de contatos. Liste e faça uma parceria de divulgação com associações e grupos que fazem parte do seu meio para que eles apoiem e divulguem a sua ideia para seus associados/membros. É importante aqui pensar em uma divulgação semanal ou a cada duas semanas (até mesmo 1 vez por mês = 2 vezes durante a sua campanha!). **Repetição gera fidelização que gera conversão**. Se necessário, ofereça recompensas exclusivas do seu projeto, visibilidade ou cross marketing para os que ajudarem com a sua divulgação. Juntos somos mais fortes!

Atenção: É muito, muito importante que sua rede o apoie com sua campanha. Isso dará ibope e credibilidade ao seu projeto e também iniciará o processo de viralização que a Kickante mobilizará com você e seus contatos. Combinado? Então vamos lá! Pois os próximos passos de divulgação só deverão ser feitos quando tiver sucesso com esta primeira etapa.

2. Segunda semana:

Continuar o plano acima e certificar-se que todos os pontos foram realizados antes de seguir para os próximos passos. Finalizar e repetir.

3. Terceira semana:

- Continue com as postagens diárias nas suas mídias sociais (Facebook, twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube e outras). Ao postar nas suas mídias, seja criativo, fale com as pessoas sobre a importância do seu projeto, faça com que elas queiram clicar e contribuir.
- Está na hora de recontatar todos os que receberam o seu e-mail, seu WhatsApp e/ou suas ligações na semana passada (família, amigos, membros,

fãs, colegas e outros) e ainda não agiram. Sim! Persistência é fundamental. Faça-o com leveza e autenticidade, lembrando-os das recompensas, do porquê do projeto e de como precisa deles.

- Como estão seu time, voluntários e fãs clubes? Certifique-se de que estão divulgando e maximizando o potencial da campanha. Os passos da primeira semana (acima) devem ser seguidos por todos no seu time. Fale com eles mais uma vez, e continue engajando-os para essa nova semana. Juntos, vocês têm ainda mais força!
- Crie vídeos interessantes sobre a sua campanha e compartilhe-os nas suas mídias e no seu miniblog.
- Passos seguidos à risca e já está começando a ter contribuições consideráveis: PARABÉNS! Está na hora de começar a atualizar o miniblog da sua campanha semanalmente. Uma mensagem vai para todos os seus contribuidores na Kickante. Você pode pedir a eles que a viralizem, compartilhando o link, ou finalizem contribuições ainda não pagas. Muito legal e conveniente, não é?

4. Quarta semana

- Continue com as postagens diárias nas suas mídias sociais. Envie mais um e-mail e um WhatsApp para suas listagens e faça a reunião com seu time. Continuar o ritmo do processo acima é fundamental. Seja irreverente, criativo, seja você!
- Liste e contate o maior número possível de blogs e comunidades nas mídias sociais que tenham relação ou interesse com seu projeto e peça apoio na divulgação (busca rápida para blogs, disponível em: www.google.com.br/blogsearch), (para busca rápida de comunidades, usar os sistemas de busca do Facebook, twitter, Instagram, LinkedIn e YouTube).

Atenção: Certifique-se de contatar apenas aqueles relacionados ao seu tipo de projeto e começar com os contatos pessoais na mídia ou em comunidades. Diga não ao Spam e sim às parcerias de sucesso!

5. Quinta semana

- Continue com as postagens diárias nas suas mídias sociais. Envie mais um e-mail e um WhatsApp para suas listagens e faça a reunião com seu time. Continuar o ritmo do processo acima é fundamental.
- Crie vídeos curtos sobre a sua campanha e compartilhe-os nas suas mídias e em seu miniblog (**DICA:** Se você possui vídeos no YouTube utilize-os para arrecadar fundos para os seus projetos, temos uma nova ferramenta inédita em sites de crowdfunding do Brasil! – Acesse: www.kickante.com.br/youtube).
- Envie para seus contribuidores um e-mail com uma arte sobre a sua campanha, e o link da campanha em grande visibilidade e peça que ajudem a divulgar postando nas suas redes e listagem de e-mails.
- Sua campanha já está com credibilidade e contribuições. Está na hora de acionar a mídia. Liste e contate (conhecidos/não conhecidos) os principais jornalistas do setor que tenham relação com o tema de sua campanha pedindo apoio.

6. Sexta semana

- A maioria das pessoas precisa ser contatada até sete vezes para agir. Isso explica os comerciais e as ações de publicidade que se repetem até atingir o sucesso, não é verdade? Com arrecadação não é diferente. Portanto, continue com as postagens diárias nas suas mídias sociais. É muito importante que seja criativo e crie o desejo. Envie mais um e-mail e um WhatsApp para suas listagens e faça a reunião com seu time sobre os próximos passos.
- Peça às associações e comunidades que divulgaram sua campanha que façam mais uma postagem. Está na hora de dar mais um gás na sua campanha!
- Reúna-se com o time, e trace os próximos passos. Mantenham-se engajados!

7. Sétima semana

- Vamos lá! Continue com as postagens diárias nas suas mídias sociais. É muito importante que seja criativo e crie o desejo. Envie mais um e-mail e um WhatsApp para suas listagens e faça a reunião com seu time sobre os próximos passos.
- Reúna-se com o time, e comecem uma contagem regressiva nas suas redes sociais. A partir de hoje, postarão todos os dias uma mensagem com o tempo restante e o link da campanha.
- Liguem para quem ainda não fez a contribuição e peçam que finalizem o mais depressa possível. Esta é a semana de focar os VIPs. Temos contribuições de até mesmo 9 mil reais no site!

8. Última semana

- **Opa! Última semana!** Comece uma contagem regressiva nas postagens nas suas mídias sociais informando diariamente quantos dias faltam para a campanha acabar ao informar o link da campanha.
- Envie mais um e-mail e um WhatsApp para suas listagens informando do fim do prazo. Poste no seu miniblog a mesma informação!
- Faça a última reunião com seu time e peça que façam o mesmo que você nas suas redes e e-mails.

No último dia da campanha, envie um último e-mail, miniblog e WhatsApp para sua listagem informando sobre o último dia da campanha. Faça uma contagem regressiva a cada três horas nas suas redes sociais. Crie a urgência e a antecipação! Vamos kickar!!

Vamos lá, comece a captar já! [Lance agora sua campanha](#) ou [aprenda mais detalhes](#) para potencializar a divulgação da sua campanha já criada!