



ПРАКТИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ СВОБОДЫ

для ув. читателей – будущих ув. авторов

Текст предполагает вдумчивое прочтение, поскольку является суммой коллективного опыта ведущих авторов платформы

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ, ИЛИ ЗАЧЕМ ЭТО ЧИТАТЬ ВАМ	3
НЕМНОГО ПРАКТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ	6
КАК РАБОТАЕТ ПЛАТФОРМА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ АВТОРОВ И ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ	7
ЧТО СТОИТ ПОНЯТЬ ПЕРЕД СТАРТОМ	9
АУДИТОРИЯ	13
КОНВЕРСИЯ ЗДОРОВОГО ЧЕЛОВЕКА	16
О ДЕНЬГАХ	17
О ТРУДНОСТЯХ	18
И СНОВА О СТРАХАХ	19
Р.С.	21

ВВЕДЕНИЕ, или ЗАЧЕМ ЭТО ЧИТАТЬ ВАМ

Главная цель предлагаемого текста - избавить вас от страха и помочь вам обрести свободу.

Вы, возможно, считаете, что это всё вообще не про вас.

Вы не привыкли думать о себе как о потенциальном авторе Sponsr.ru.

Вы никогда не называли себя «автором» вообще - ни вслух, ни про себя.

Возможно, вам кажется, что граждане, способные зарабатывать самостоятельно, честно и собственными усилиями, получаются в каких-то специальных местах из специально отобранных людей в результате специального обучения и раскрутки. И что вы — лично вы — в их число не входите по определению. И что любая попытка выйти из нынешнего состояния обернётся для вас разочарованием.

Перед тем, как объяснить всю нелепость этого страха, коротко объясним, что даст избавление от него.

В действительности зачастую главным источником разочарований (а также страхов, пониженной самооценки, психосоматических неприятностей и собственно неудач) в жизни современника служит комфортное, казалось бы, пребывание «в структуре» (на службе, в компании и пр.).

В самих по себе суперструктурах, в том числе огромных и *подавляющих индивидуальность*, нет ничего дурного. Только такие структуры строят атомные ледоколы, воюют и запускают космонавтов.

НО. Для людей творческих (в любой форме) и амбициозных они бывают довольно губительны.

Для амбициозного творческого человека такая структура — нередко превращается в фабрику по производству страхов и унижений. Само пребывание в состоянии, когда твои усилия и успехи оцениваются начальником исходя из его субъективных предпочтений (а они меняются) - довольно стрессово.

К этому стрессу зависимости от мнения конкретного «боярина» добавляется:

- зависимость от лиц, приближенных к начальству;
- зависимость от какого-нибудь инвестора;
- зависимость от бухгалтера;
- зависимость от мнения коллег (те всегда готовы подбодрить нас фразой «у тебя ничего не получится, кто ты такой»)
- и прочая выученная беспомощность.

Итогом становятся постоянные удары по самооценке, чувство недооценённости (нередко - совершенно справедливое), потеря веры в себя и чувства перспективы. Современник отчуждён от результатов своего (в том числе творческого, что совсем дико) труда, и даже награда за него представляется в качестве какой-то милости сверху.

В качестве дополнительного «бонуса зла» упомянем наличие в любой хорошо слежавшейся структуре специального класса *блатных*, о которых мы порой с удивлением узнаём что-нибудь вроде «Митя, ничего не умеющий и не делающий балбес, зато сын Миши, друга Ивана Петровича, получает вдвое больше тебя. Кстати, сделай за него один проект, и тогда поговорим о прибавке - ведь ты хотел больше зарплаты? Ну вот: больше ответственности - больше зарплаты».

Лекарством от этого противоестественного состояния испокон веков служит свобода.

Свобода, конечно, как и всё на свете - вещь относительная, она никогда не бывает полной. Но свобода в том смысле, о котором мы говорим сейчас - большая и радостная штука: она уничтожает отчуждение человека от результатов его усилий и даёт ему радостную возможность всё больше и больше участвовать в его собственной судьбе.

Тут стоит процитировать одного большого специалиста по свободе - ливано-франко-американского финансиста Нассима Николаса Талеба. Описывая различия в культуре древней средиземноморской и не столь древней североевропейской цивилизаций, он упомянул: **«Ты (в средиземноморском мире) не можешь быть альфой, если не свободен и не сам-себе-хозяин (или босс)**. Сотрудник Goldman Sachs по статусу ниже местного доктора».

Северная цивилизация (к которой принадлежит в значительной степени и наша страна) сегодня далеко опередила средиземноморскую по части системных успехов: она богаче,

она строит АЭС, запускает ракеты и бороздит льды. Но когда дело доходит до личных творческих успехов - соотношение довольно резко меняется. По сути творческий успех чаще всего «средиземноморский»: он создаётся в основном теми, кто сам себе хозяин.

Теперь - о том, почему страх перед неудачей или разочарованием на самостоятельном пути нелеп, иррационален и не нужен.

Как справедливо заметил другой известный специалист по свободе, канадский психолог проф. Джордан Питерсон - **«сравнивать себя надо не с другими, а с собой вчерашним»**. Это - единственный критерий сравнения, который имеет право на существование. Сравнивание себя с собой вчерашним - это отправная точка свободы, её максимальная концентрация в жизни каждого человека.

Не коллега, не начальник, не звезда в телевизоре, не сын маминой подруги - только мы сами являемся правильной отправной точкой и честным источником сравнения для себя. Как бы ни был скромен поначалу любой успех на самостоятельном пути - он ваш, только ваш и более ничей. И вы властны над тем, чтобы вырастить его (а значит, и вашу собственную свободу).

Тот же учёный, кстати, однажды дал прекрасный совет относительно того, как мотивировать себя «начать что-то делать». Процитируем по памяти:

- Ваша нынешняя жизнь кажется вам дурной и невыносимой? Что ж, представьте, что прошло десять лет, а вы по-прежнему в своём персональном аду. И, скорее всего, он только усугубился (вы не стали ни моложе, ни смелей, вы ещё больше привыкли к этому аду). Не повод ли это начать делать что-то прямо сейчас?

Завершить эту вводную часть хотелось бы формулировкой, знакомой каждому посетителю спортзала: «Подходящего момента не будет никогда». Имеется в виду, что ситуации, в которой звёзды сложатся и сами взгромоздят замороченного бытом человека на беговую дорожку или под штангу - попросту не будет.

Мы в Sponsr.ru считаем свою работу не просто платформой для зарабатывания денег, ув. друзья. Мы считаем её фабрикой свободы - как для наших авторов, так и для наших пользователей (поскольку первые работают без оглядки на систему, а вторые получают результаты этого свободного от системного давления труда. И однажды - при желании - начинают производить такой свободный труд сами).

Таково наше философское видение своей миссии.

А теперь - немного практической информации.

НЕМНОГО ПРАКТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

Sponsr.ru - платформа прямого взаимодействия авторов с аудиторией. Используется для размещения платного контента по подписке, а также для спонсирования лиц и проектов, нуждающихся в поддержке.

Бизнес-модель взаимодействия на Sponsr.ru отличается от традиционного способа привлечения средств, предполагающего инвестиционные или долговые обязательства авторов проектов. В нашей модели речь не идёт об участии подписчиков и меценатов в правообладании. Речь не идёт о возникновении финансовых обязательств со стороны авторов. Подписчики перечисляют средства авторам в том объёме и до тех пор, пока их устраивает получаемое взамен.

Иными словами, с момента старта проекта деньги начинают поступать, а их объём зависит от того, насколько ценный для подписчика контент производит автор (например, ежедневные или еженедельные публикации) - либо от того, насколько важен для подписчика ожидаемый результат (если речь идёт о долгосрочном деле, например, о съёмках фильма или о поддержке конкретного человека).

Ситуация с чистым спонсорством ясна. Благодарные ученики, поддерживающие некогда воспитавшую их учительницу, и так знают, что они делают и зачем. Поэтому мы сосредоточимся именно на авторах - производителях контента в самом широком смысле слова.

Прежде всего - авторам стоит понять, что речь идёт, по сути, о продаже своей работы. Это ничуть не менее благородное занятие, чем работа за зарплату, работа за грант или получение процента с рекламы - за исключением того, что во взаимодействии автора с подписчиком не участвуют:

- Инвестор
- Издатель/галерист/рецензенты
- Корпоративная или тусовочная цензура
- Рекламодатель
- Отдел маркетинга
- и прочее всё посредническое, повелевающее, организующее и направляющее начальство и профессиональное сообщество всех видов, прямо и косвенно монетизирующее автора и его аудиторию - и отстёгивающее автору вознаграждение по своему разумению. Зачастую - после того, как досталось всем остальным.

К творческой и финансовой независимости в полном смысле слова стремятся многие, но не все. Наша платформа - для тех, кто именно стремится и более того - для тех, кто готов прилагать усилия к тому, чтобы между ним и теми, ради кого он работает, не существовало посредников.

Ниакие начинания не могут существовать и развиваться без средств к существованию и развитию. А необходимы в первую очередь деньги.

Так что нам с вами предстоит заниматься продажами, и этого нельзя стесняться - этим нужно гордиться. Наличие (в наш век зашкаливающей агрессивной «медиа-монетизации») людей, уважающих ваш труд настолько, что они готовы платить за него - повод для гордости.

Надо лишь относиться к этим покупателям вашего труда с уважением и в ответ ценить их труд и их средства.

КАК РАБОТАЕТ ПЛАТФОРМА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ АВТОРОВ И ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Авторы создают на платформе свои проекты, а пользователи платформы могут участвовать в их финансировании. Оплата происходит в виде подписки с ежемесячным списанием средств с банковских карт подписчиков в пользу автора. Платформа обеспечивает предоставление доступа к авторскому контенту, а также, опционально - возможность комментирования публикаций и иной коммуникации с автором.

Краткое описание процедуры запуска проекта:

1. При запуске на платформе Sponsr.ru автор публично объявляет проект. Т.е. формулирует название, описание, графическую шапку проекта и наполняет проект контентом, необходимым для старта.
2. Требования к проекту формулирует сам автор. Условия автор определяет сам, и это - предмет его собственной договоренности с подписчиками. Платформа в эти взаимоотношения не вмешивается (если не знаете, с чего начать - можете при желании использовать в качестве ориентиров имеющиеся успешные проекты на Sponsr.ru. Это, подчеркиваем, не образцы: это просто хинты и ориентиры).

3. Бюджет проекта авторам можно специально не оговаривать, но желательно сформулировать ежемесячные суммы взносов, которые будут оплачивать подписчики, и кратко сформулировать, на какой результат (в форме контента, услуг и пр.) может рассчитывать подписчик.

Что происходит потом:

1. Идеальный проект на платформе Sponsr - это проект, который имеет начало, но не конец, то есть продолжает своё развитие неограниченно долго, радуя своих подписчиков новым контентом на протяжении многих и многих лет.
2. Пользователи вносят денежные средства на ежемесячной основе. Хотя доступны разовые платежи, однако подписки предпочтительней, поскольку позволяют собирать больше средств авторам - и не заботиться об этом каждый раз заново подписчикам. Прервать подписку пользователи могут в любой момент, процедура элементарна.
3. Платформа позволяет публиковать весь контент бесплатно, рассчитывая на чистые «донаты» подписчиков (чисто спонсорская модель). Она также даёт возможность сделать часть контента или весь контент платной (модель, фактически воспроизводящая традиционную подписку на журнал «Пионер» или газету «Wall Street Journal»).
4. Важным достоинством нашей платформы для проектов является отсутствие необходимости ждать полного сбора средств. Для многих проектов - это критичный момент. Многие проекты готовы начинать с малого, постепенно развиваясь, наращивать аудиторию и увеличивать суммы сбора средств.
5. Платформа даёт возможность формирования финансового потока за счёт подписчиков. Многие проекты здесь развиваются постепенно, наполняясь контентом (публикациями), как группы в социальных сетях, и для многих проектов важна возможность прогнозирования будущего денежного потока. Платформа позволяет это делать за счёт подписной модели.

ЧТО СТОИТ ПОНЯТЬ ПЕРЕД СТАРТОМ

Хотите ли вы независимости

Многие творческие деятели и эксперты полагают, что настоящеe искусство, а также аналитика, обучение и прочие виды умственной деятельности - могут существовать только на средства условного «бюджета» - частного или государственного. Другие думают, что прямые отношения с аудиторией невозможны, в интернете множество бесплатных текстов, видео, уроков и всего на свете, и единственный путь - «нагонять аудиторию» и привлекать рекламу.

Целый ряд успешных авторских проектов на Sponsr.ru доказывает, что это не так. Деятельность, достаточно востребованная гражданами и осознаваемая ими как нужная, может прекрасно существовать благодаря им, без привлечения высшей инстанции, которая в обязательном порядке собирала бы прямо или косвенно деньги с граждан и финансировала бы деятелей.

Такая инстанция, конечно, важна, когда речь идёт о системных и крупномасштабных вещах, вроде строительства атомоходов или оперных театров, а также поддержке академических исследований. Но возлагать на систему обязательства по финансированию своей индивидуальной деятельности, инструментом и рабочим штатом которой являетесь вы сами, - не обязательно.

Поэтому, если вы хотите быть независимым производителем востребованной деятельности - *зайти на Sponsr* не то что «можно», а попросту **нужно**.

Почему Sponsr.ru

Sponsr.ru - не единственная платформа такого рода в мире. Существуют и другие. Преимущества нашей платформы (с нашей точки зрения) могут быть легко перечислены:

- 1) Мы крайне бережно относимся и к авторам, и к их подписчикам. Это значит, что мы дополнительно не «монетизируем» ни тех, ни других: не рассылаем пользователям какие-либо «ТОП-10 рекомендаций по их интересам», не развесиваем рекламу (товаров, лотерей, услуг и даже других проектов) на страницах авторов, не стремимся никак вмешаться в общение автора и аудитории и отвлечь от него.

- 2) Мы - российская платформа физически и юридически, и значит (для многих это важно) ни средства, ни данные не уходят за рубеж.
- 3) На нашей платформе запрещено то, что именуется «контентом для взрослых», а также прочие предосудительные формы самовыражения. То есть у нас авторы могут не опасаться репутационных потерь от соседства с порнографией, экстремистами, пирамидами и пр.

Говоря проще - мы стремимся изначально занять среди авторских маркетплейсов нишу, которую в торговле одеждой занимают ателье, а в продуктовом ритейле «Азбука Вкуса»: максимальное удобство для авторов и пользователей без попытки навязать им что-либо дополнительно и вообще «продать сначала товар, а потом до кучи ещё и клиента». Комиссии, которые мы получаем за содержание платформы и обработку платежей, мы берём ровно за то, что предоставляем. Если вы - автор, с уважением относящийся к своей аудитории, то мы именно то, что вы, вероятно, выберете.

К сказанному стоит добавить, что средняя величина чека подписки у Sponsr.ru - самая высокая среди аналогичных проектов: авторов, которые ценят своих подписчиков, те ценят в ответ.

Ваша аудитория - это самое ценное, что у вас есть. Или будет

Очевидный факт: сбор средств невозможен без собственно аудитории. Именно заинтересованные пользователи обеспечивают поступление средств, платя из своего кармана. Нет никакой возможности избежать этого - и, значит, успешность проекта в первую очередь зависит от того, насколько верно он определяет потребности своей аудитории.

Редко какой краудфандинговый проект начинает с нуля. Обычно старту предшествует подготовка, так называемый "разогрев". Подготовка эта обычно ведётся в социальных сетях, в мессенджерах и сервисах, подразумевающих обсуждение и комментирование событий пользователями. Этот этап позволяет или уточнить предпочтения аудитории, или сформировать их, направив их интересы в нужное авторам русло.

В идеале проект должен быть предложен как ответ на собственные запросы пользователей - говоря подзабытым языком, "по многочисленным просьбам трудающихся".

Так вот: одной из частых ошибок, как ни удивительно, является запуск проекта без предварительного разогрева аудитории, а зачастую - даже без её оповещения. Мы не можем объяснить природу этого феномена, но периодически его наблюдаем. Стоит отметить, что ряд авторов платформы, осознав эту ошибку, начали активно развивать своё присутствие в медийном пространстве и вовлекать аудиторию - и это придало их проектам необходимую динамику.

Увлечённая аудитория, особенно та часть, которая принимает непосредственное участие в финансировании вашего проекта, зачастую становится "адвокатом" или, если хотите, "евангелистом" вашего замысла. Они активно защищают вашу идею в диалогах с другими лицами, о которых вы никогда не узнаете, в обсуждениях в группах соцсетей, про которые вы никогда не слышали. Ваша увлечённая аудитория - это ценнейший ресурс, который необходимо поддерживать и в котором следует подогревать интерес и веру в успех. Каждый из ваших пользователей может значить (казалось бы) немного, но поскольку они уже "вложились" в вашу идею, то они очень хотят, чтобы у вас всё получилось и чтобы они в итоге не ошиблись в своём доверии к вам. Для этого они готовы прикладывать усилия, порою значительное, используя своё влияние и дар убеждения.

Хорошим примером здесь может послужить история сбора средств на художественный фильм "28 панфиловцев". Небольшая группа энтузиастов, не имея за спиной опыта съемок "большого кино", стартовала сбор средств на фильм о легендарном подвиге. Большое число людей тогда, поддержав сборы фильма своим рублём, затем пошли "в интернет" отстаивать фильм в жарких боях с адептами теории "этого подвига не было". Подобного рода дискуссии позволили проекту значительно увеличить аудиторный охват, и о фильме узнали практически все - при минимальных «маркетинговых» расходах самого проекта. В конечном итоге фильм собрал на пожертвованиях более 35 миллионов рублей при 35 тысячах меценатов и вышел в широкий прокат в 2016-м году, и собрал более 6 миллионов долларов по всему миру.

К слову, сейчас (по состоянию на май 2021 года) создатели «28 панфиловцев» работают над новым фильмом - и ведут свой проект на нашей платформе.

Немного суровости. Не надо ждать чудес

На Sponsr мы полностью отдаём себе отчёт в том, что приходящая к нам аудитория - не наша, а наших авторов. И (сейчас мы ещё раз повторим то, что писали ранее) мы ОЧЕНЬ

бережно относимся к аудитории наших авторов. Это выражается в том, что:

1. Мы никогда не делаем рассылок по нашим пользователям - и не будем этого делать. Т.е. мы не присылаем дайджестов “10 новых проектов этой недели”, “проекты, которые могут вас заинтересовать” и т.д. и т.п. И не будем делать этого впредь.
2. Мы не рекламируем проекты на страницах других проектов. Это значит, что автор, собравший свою аудиторию на нашей платформе, может чувствовать себя защищённым от посягательств других авторов. Но, в свою очередь, он и сам не может рассчитывать на то, что кто-то из чужих подписчиков увидит рекламу его проекта на чужих страницах.
3. У нас на платформе нет никаких рекламных вставок и не будет. Мы уважаем не только наших авторов, но и читателей. Мы ценим их время и их внимание. И нам важно сохранять фокус внимания на материалах авторов и только на них.

Очень важно с самого начала избавить себя от иллюзии, будто старт проекта на крупной платформе решает проблему аудитории или как-то снижает затраты авторов на привлечение платящих пользователей.

Не стоит полагать, что по большим площадкам толпами ходят беспечные пользователи, зажав деньги в кулаке и не зная, куда их деть.

Нет: платформа, бережно относящаяся к своим авторам и читателям, не имеет возможности рекламировать ваш проект за счёт других. Мы также не можем знать про вашу аудиторию больше, чем о ней знаете вы сами.

Также мы не в состоянии продвигать ваш проект своими силами. Простой пример: вы - прекрасный энтомолог-археолог, и вас более всего интересуют так называемые пупарии — хитиновые оболочки мушиных куколок, которые удаётся обнаруживать на стоянках древних людей в Южной Америке. Считая вас, этой темой увлечены ещё человек 100 на планете, и вы планируете организовать собственную экспедицию, которая займётся раскопками уже целенаправленно и строго пупарий, не отвлекаясь на все эти дурацкие глиняные черепки, кремневые топоры, наскальные рисунки и прочую ерунду, которая так занимает антропологов, но совершенно не интересна группе ваших единомышленников.

Так вот: поскольку увлечение это очень ресурсоёмкое, то все эти 100 человек - либо видные меценаты-миллионеры, либо руководители крупных казённых институтов.

Возможно, собрать деньги на экспедицию не составит труда - но нет никаких шансов, что кто-то, кроме вас, знает, где искать ВАШУ аудиторию и КАК мотивировать её подписьаться на ваш проект. И мы тоже не знаем - и не претендуем на это знание.

Суровость закончена.

АУДИТОРИЯ

Здесь мы подходим важному моменту:

1. У вашего проекта должна быть своя аудитория.
2. ваша аудитория должна быть мотивирована и платежеспособна.
3. ваша аудитория должна начать формироваться и аккумулироваться **ДО** запуска вашего проекта.

Для того, чтобы решить эти три задачи, необходимо уделить самое пристальное внимание вопросам маркетинга **до начала** проекта. К счастью, если заниматься маркетингом заранее, то на нём можно сильно сэкономить. Каким образом? Привлекайте на свои стороны людей, имеющих влияние на аудиторию в вашей области. Хотите делать проект про детские книги? Идите в группы для молодых родителей и на форум littleone. Собираетесь делать международный проект? Добро пожаловать на reddit. Пикабу подойдёт всем. Обязательно должны быть свои аккаунты или группы в социальных сетях. Особенно в тех, которые позволяют наращивать аудиторию путём органического роста - YouTube, Instagram. Неплохо иметь свои каналы в мессенджерах. Всё это необходимо наполнять информацией и постоянно участвовать в диалогах с вашими пользователями.

Рассказывайте им о вашем будущем проекте. Страйтесь заинтересовать. Спрашивайте (и страйтесь учитывать, но не перегибая в плане доверия всему сказанному) мнение ваших "адвокатов" и "евангелистов" о вашем проекте. Страйтесь быть убедительными и, убедив их (ваших самых лояльных поклонников), давайте им такие аргументы, которые станут для них необходимым подспорьем, когда они станут вашими адвокатами в диалогах с другими пользователями. Только охватив достаточное количество участников и имея к ним постоянный информационный доступ, вы можете рассчитывать на успех вашего собственного начинания.

И не забывайте вот ещё о чём. Каждый ваш пользователь (составившийся или нет) в какой-то момент столкнётся с вашим проектом впервые в своей жизни. Пострайтесь всегда

смотреть на свой проект глазами именно такого пользователя. Всё ли ЕМУ понятно? Что это для НЕГО, зачем это ЕМУ, почему это нужно ЕМУ? Эти вопросы зачастую ускользают от авторов, которые не в силах поставить себя на место своих пользователей и посмотреть на дело рук своих чужими глазами. Зачем проект автору - обычно вполне очевидно. А вот зачем за проект должен заплатить пользователь - вопрос, с ответом на который стоит определиться заранее.

Где брать аудиторию?

Если время есть, а денег нет - то самое время конвертировать первое во второе. Рецепт, повторим, тот же: соцсети, текстовые публикации, форумы, YouTube, Instagram, Пикабу. Всё, что даёт органический рост. Этот рост не будет быстрым, но в конечном итоге он даст очень качественный результат.

Если деньги есть, а времени нет - то можно нанять рекламное агентство и купить известность - баннеры, видео, инфлюенсеров. Конкретные агентства рекламировать не будем, но задача привлечения рекламной аудитории на проект - уже не редкость. И многие эту задачу успешно решают.

Если есть и время, и деньги: идеальная ситуация. Сочетайте первые два подхода в удобной вам пропорции.

Наконец, что делать, если нет ни времени, ни денег? Увы, чудес не бывает. Для начала предстоит найти в себе немного ресурсности. Хорошая новость в том, что в действительности она есть у каждого - достаточно просто подумать, сколько времени мы тратим на всякое отмокание и компенсацию за ежедневные наши обиды. Лучшая компенсация, дающая сразу +20 очков уверенности и +50 веры в себя - это шаг в сторону свободы.

Важные вопросы, на которые автору следует ответить самому себе

Следует понимать, что каждый подписчик на Sponsr-проект - это покупатель, а подписка - это продажа. Вы продаёте ему свой способ избавления от какой-то его неудовлетворённости. Это может быть неудовлетворённая потребность в эмоциях, в знании, в желании обладания каким-то материальным объектом, потребность в создании

значительного культурного произведения. Но ваш проект претендует на деньги пользователя, и у него должны быть очень веские причины эти деньги отдать вашему проекту. Поэтому:

Шаг 0. Кто я?

Что у вас за проект и зачем ваш проект людям? Какую проблему решает ваш проект для людей? Как эту проблему ваш будущий пользователь решает сейчас, когда вашего проекта ещё не существует? В какое количество денег, времени и усилий это обходится вашему пользователю? От каких денег он откажется, чтобы заплатить вам?

Все эти вопросы - они трудные, но на них нужно искать ответы и отвечать. Не другим, а себе. По крайней мере, начать следует именно с этого.

Шаг 1. Маркетинг

Классический маркетинг. Кто моя аудитория? Где мне брать пользователей? Куда они ходят? В каком настроении их лучше всего пытаться поймать для того, чтобы они захотели “купить” мой проект (от этого зависит, например, тематика видео, если вы планируете сотрудничать с видеоблогерами). Создаём группы в соцсетях. Организуем процессы работы с аудиторией. Намечаем план публикаций. Работаем в комментариях, работаем с негативом и т.п. (это последнее - не обязательно, но часто, особенно в период наращивания аудитории, с этим приходится иметь дело).

Шаг 2. Когда создавать проект на платформе?

В самом деле: когда? Зависит от вашей потребности в бюджете и от готовности аудитории платить вам.

В целом, проект разумнее создавать сразу и постепенно наполнять его контентом, наращивать его аудиторию, одновременно продолжая работать в соцсетях. Можно уделить какое-то время на подготовку пользователей, но лучше не откладывать данный вопрос в долгий ящик. Чем раньше начнёте сбор, тем быстрее начнут поступать вам деньги и тем быстрее вы начнёте понимать, что вы делаете правильно, а что нет.

ВАЖНО: вы никуда не опоздаете. Просто другие в то время, пока вы будете готовиться, продолжат зарабатывать - деньги и, что также бесценно, опыт. Поэтому ответ на вопрос «когда» очевиден: сейчас.

Каждый шаг, который вы сделаете, будет уже шагом на пути к вашему уважаемому подписчику, а значит, к свободе.

КОНВЕРСИЯ ЗДОРОВОГО ЧЕЛОВЕКА

Итак, вы продаёте ваш проект вашим пользователям. А в продажах ключевым фактором успеха является конверсия. Что такое конверсия, вам наверняка расскажут на курсах по продажам. Мы же, со своей стороны, немного остановимся на цифрах конверсии в нашем конкретном случае.

Конверсия числа ваших читателей в соцсетях в ваших платных подписчиков зависит от большого числа факторов. Среди них: характер вашего проекта, география, пол и возраст вашей аудитории, минимальная сумма сбора, а также то, насколько остройю *неудовлетворённость* ваш проект снимает у пользователей.

Чтобы хоть что-то иметь в качестве базиса, ориентируйтесь на конверсию в 1% (бывает больше, бывает меньше). Возьмем для примера канал в Телеграмме с аудиторией 10 тыс. человек, где вы предлагаете вашей аудитории что-то действительно важное и ценное (то, что нельзя получить бесплатно и обильно в соседнем канале). Из 10 тысяч пользователей при конверсии в 1% вы можете надеяться на 100 подписок, из которых 80 платежей будет на минимальную сумму и 20 платежей побольше. Это очень грубая оценка, но лучше грубая, чем никакой.

Всё будет иначе, если ваша аудитория неплатежеспособна. Любой, самый отличный краудфандинговый проект, ориентированный на детей и подростков, обречён на неудачу - просто потому, что у детей и подростков нет ни денег, ни нормальной возможности заплатить.

Специалисты могут на этом месте заметить, что есть исключения в виде лутбоксов и мошеннических схем, но мы ведь не об этом. Важно понимать: если ваш проект не нужен пользователям так, чтобы они не могли удержаться от соблазна заплатить вам деньги, то конверсия будет 0. Если ваши пользователи не имеют денег, чтобы заплатить вам, то конверсия будет 0. Если у вашего проекта нет никакой аудитории, то конверсия в платящих тоже будет 0. Всё это касается любого бизнеса и не является специфическим для нашей платформы. Но понимать это крайне важно, чтобы не было иллюзий.

Хорошая новость: существуют авторские проекты, сумевшие добиться куда более

высокой, чем 1%, конверсии. Этот уровень зависит, повторимся, как от того, насколько проект ярок, так и от того, насколько он необходим и насколько подходит для конверсии его аудитория.

О ДЕНЬГАХ

Вы зарабатываете деньги - и платформа зарабатывает вместе с вами (в этом смысле трудно представить себе более добрых друзей автора, чем мы: никто как мы не заинтересован в вашем успехе, может быть, мы болеем за вас сильнее всех коллег, друзей и многих родных).

Из собранных денег часть суммы уходит на оплату работы платёжных систем, а часть - на оплату работы и дальнейшее развитие самой платформы. Суммы сборов варьируются, но они невелики и общая сумма их уверенно умещается в 10-15%.

Поэтому на правах добрых и заинтересованных друзей позволим себе ещё несколько советов.

Многие авторы пребывают во мнении, что если поставить минимальную сумму платежа, то получится собрать максимальное число подписчиков. Теоретически это так, но у вас нет задачи собрать максимальное число подписчиков, а есть задача собрать максимальное число денег. И вот здесь начинает действовать иная математика. Несложно посчитать, что 100 человек по 100 рублей принесут в четыре раза меньше денег, чем 80 человек по 500 рублей.

Теперь собственно советы, основанные на длительном опыте авторов.

1. Не ставьте минимальный ценник ниже 500 рублей/мес. Лучше ориентироваться на 1000 рублей.
2. Делайте более одного уровня подписки - с разным уровнем оплаты. Лучше всего - три уровня, скажем, 500, 2500 и 5000 рублей в месяц. Важно, чтобы третий уровень был многократно дороже первого. Пообещать за этот уровень тоже важно что-то хорошее и особенное, но это не столь обязательно. Все будут подписываться на первый уровень. Но на фоне десятикратно большего третьего уровня первый уровень не будет казаться таким уж дорогим.

3. Выпускайте текстовые новости и новости с фотографиями не реже чем раз в неделю. Не реже раза в месяц публикуйте видео.

4. Комментарии и лайки прямо на странице проекта включать необязательно. Принято считать, что это важная механика вовлечения аудитории. Это верно совсем не для всех проектов. Дискуссии подписчики пусть ведут в ваших соцсетях - это поможет им стать и евангелистами вашего проекта.

5. Если вы всё же включили комментарии, то общайтесь в комментариях со своими пользователями. На платформе пусть это делает первое лицо проекта или кто-то использующий его аккаунт и фотографию (ну лучше, чтобы сам, конечно)

О ТРУДНОСТЯХ

Во время ведения любого проекта вам придётся столкнуться с разными сложностями. Здесь мы систематизируем их для вас.

1. Выстраивание доверительных отношений с аудиторией и вопрос доверия в целом

Граждане осторожны и недоверчивы. Если вы запустили свой первый проект, то вам может быть сложно ответить на вопрос “а ты кто такой”. Постарайтесь предусмотреть это и заручиться поддержкой тех, людей, которые уже обладают кредитом доверия со стороны интересующей вас аудитории. Если это получится, то часть доверия перейдёт к вам.

2. Ставьте себе реальные цели и реальные сроки

Многие проекты проваливаются из-за плохого планирования. Мы уже говорили выше о том, как важна правильная оценка возможностей вашей аудитории. Не менее важна правильная оценка и ваших собственных сил (помните? - сравнивать себя надо с собой вчерашним, а не с кем-то другим). Будущее предсказывать всегда непросто, но ваши оценки сроков и бюджетов - это ваши обещания. Придерживайтесь их, иначе трудность №1 начнёт преследовать вас с новой силой. Многие проекты обещают своим пользователям золотые горы, никак не учитывая в своих расчётах, что, например, простое обещание выслать диск с фильмом или игрой придётся исполнять для всех, вне зависимости от географии.

3. Поддерживайте интерес

Интерес к проекту нужно поддерживать до проекта, во время проекта и (если речь идёт о сборе средств на фильм, например) после проекта. Многие проекты оказываются не в силах удерживать фокус внимания людей на себе и с течением времени теряют поддержку.

4. Юридические вопросы

Следует учитывать наличие патентов, копирайта и других юридических ограничений. Мир суров и несправедлив, и собирать деньги на выпуск классных футболок с персонажами студии “Союзмультфильм” лучше, имея на руках подписанный лицензионный договор. Равно как упоминать в своём проекте о чьем-либо участии тоже разумно после подписания с ним контракта, а не до.

5. Работа с жалобами и возражениями

Многие авторы недооценивают тот момент, что любой пользователь, заплативший им деньги, рассчитывает на внимание к своим просьбам и сложностям. Люди должны иметь возможность написать вам и получить ответ и помочь, если это требует ситуация.

Большинство краудфандинговых площадок обеспечивают возможность возврата платежа пользователю, если он недоволен проектом. Имейте это ввиду.

И СНОВА О СТРАХАХ

Значительная часть того, что вы прочли выше, ув. друзья - звучит достаточно серьёзно и кому-то может показаться суровой. Кому-то захочется свернуть со старта до старта со словами «нет, у меня нет сейчас такой возможности» или «как же так, вы говорите, что начинать нужно прямо сейчас - и рядом заявляете, что проекту нужна подготовка, и чем серьёзней, тем лучше». Кто-то подумает «нет, это огромный объём работы, как же я справлюсь-то».

У нас есть **шесть** неотразимых доводов в пользу того, что эти страхи беспочвенны.

Во-первых, у многих из вас уже есть с чего начинать, то есть подготовка в значительной степени проведена.

Вы могли об этом ранее не подозревать, но если вы ознакомились с написанным выше, примерили на себя и что-то (не обязательно всё и идеально) сошлось - то мы можем вас поздравить с наличием той самой базы.

Во-вторых, - те, кто ещё не провёл подготовку, могут **в любой момент** (лучше всего сейчас) её начать. Потому что, повторим, Идеального Подходящего Момента не наступит никогда - а практически это означает, что Идеальный Подходящий Момент и есть момент нынешний.

В-третьих - (снова повторим уже сказанное, потому что это важно) - **вы никуда не опаздываете**, если не начали проект или подготовку к нему вчера. Вы никуда не опоздаете, не начав сегодня и даже завтра.

Мы только никак не можем понять, зачем вам ждать и чего именно вы ждёте: ведь кто-то уже работает над своей свободой, а кто-то её уже нарабатывает и увеличивает - почему этот кто-то не вы?

В-четвёртых - никакой неудачи не будет, потому что в нашей философии **никакой неудачи просто не существует**. Успешен проект, находящийся на любой стадии: один у вас ув. подписчик, десять или тысяча, - они двигают вас в нужную и правильную сторону.

Возможно, Sponsr станет для вас основным занятием, а может быть - просто поддержкой, но в обоих случаях вашей свободы (в правильном смысле: вашего собственного участия в вашей судьбе) будет больше.

В-пятых - вы рискуете только тем своим временем и силами, которые ранее тратили без пользы для себя. Для многих творческих людей, признанных великими, их творчество было лишь хобби, средством принесения пользы себе и окружающим.

Великие писатели работали кто бухгалтером на железной дороге, кто чиновником. Великие художники работали учителями. Великие композиторы - о, тут стоит вспомнить

состав нашей национальной славы и гордости, Могучей Кучки:

- Педагог
- Военный
- Химик
- Моряк
- Профессор фортификации и инженер-генерал.

Некоторые из них ушли в чистое искусство, некоторые остались профессионалами и совмещали.

В-шестых - раз уж вы дочитали до этого места, значит, у вас **точно** есть мотивация. Не дайте ей пропасть.

P.S.

Очень рекомендуем прочитать книгу Нассима Талеба “Рискуя собственной шкурой” (Skin in a game). Позволим себе привести цитату оттуда:

“Слушай советы того, кто зарабатывает на жизнь советами, только если он, давая совет, чем-то рискует”.

Мы - рискуем вместе с вами. Поэтому нет оснований сомневаться в том, что наши советы искренни и максимально доброжелательны. Мы за вас. Если у вас возникают вопросы - смело обращайтесь, мы ответим, потому что нам ваш успех тоже важен.

Удачи вам, уважаемые авторы - новые и будущие.

