



Ejemplos de recomendaciones para interacción comunicación en campañas de crowdfunding

## **Ejemplo Recomendaciones Comunicación Crowdfunding**

*Ejemplo - Película sobre un tema de interés social.*

### **Pre-Campaña: 4 Semanas**

#### Semana 1

- Registrar dominio o dominios interesantes para web.
  - Crear blog y perfiles en redes sociales estratégicas.
  - Desarrollar Bio (mensaje fuerza, lema publicitario) y diseño gráfico homogéneo para facilitar el reconocimiento.
- 
- Publicar en Facebook aprox 20 veces a la semana.

Reparto aproximado

(5 a 8 posteos contenido de presentación de los promotores, proyecto, idea central)

(5 a 8 compartir información relacionada de páginas con temática de interés para nuestro público objetivo)

(3 – 6 posteos de temática más general, buscar socializar)

(3 – 6 posteos de actualidad inmediata)

- Realizar likes en páginas con temática afín. (De 5 a 10 diarios, puede ser un buen número, aunque obviamente depende de la calidad del contenido y de las páginas relativas al tema)

Twitter:

- Desarrollar Bio (mensaje fuerza, lema publicitario) y diseño gráfico homogéneo para facilitar el reconocimiento.

Es preferible tuitear en un corto espacio (enviar 3 a 5 tweets en 15 minutos) y repetirlo este tipo de intervalos. Esto sin contar conversaciones que surjan.

Recomendables hacer #FF los viernes, a personas realmente interesantes en el tema

que nos interesa y/o influencers en nuestra área de actuación.

Reparto aproximado (De 15 a 50 diarios dependiendo de estrategia y conversación)  
(20% presentación de proyecto, idea, promotores) (40% Compartir información  
relativa a nuestro tema) (40% conversación, interacción, RT, Fav, #FF)

- Importante crear listas con usuarios según nos convenga. Ej: Business Angel España – 12 contactos ( o los que sean)

### LinkedIn

Crear perfil o actualizarlo con una buena descripción del proyecto. (De promotor o promotores)

Buscar perfiles de influencers y contactar. (Desarrollar texto por lo que consideremos que esa persona puede estar interesada en sacar adelante el proyecto)

Un buen ritmo es lograr 10 contactos de calidad diarios.

### Semana 2

– Anunciar evento offline/online para el primer día de campaña 1

- Publicar en Facebook aprox 20 veces a la semana.

Reparto aproximado

(5 a 10) posteos contenido de presentación de los promotores, proyecto, idea central, eventos)

(5 a 8 compartir información relacionada de páginas con temática de interés para nuestro público objetivo)

(3 – 6 posteos de temática más general, buscar socializar)

(3 – 6 posteos de actualidad inmediata)

- Realizar likes en páginas con temática afín. (De 5 a 10 diarios, puede ser un buen número, aunque obviamente depende de la calidad del contenido y de las páginas relativas al tema)

Twitter:

Reparto aproximado de tweets (De 15 a 50 diarios dependiendo de estrategia y conversación)

(20% presentación de proyecto, idea, promotores) (40% Compartir información relativa a nuestro tema) (40% conversación, interacción, RT, Fav, #FF)  
Hacer Follows a influencers, pero no descuidar el ratio de personas que me siguen, personas a las que sigo. Debería estar por encima del 0,5 ; el objetivo siempre será tenerlo ese ratio por encima de 1.

#### LinkedIn

Buscar perfiles de influencers y contactar. (Desarrollar texto por lo que consideremos que esa persona puede estar interesada en sacar adelante el proyecto)  
Un buen ritmo es lograr 10 contactos de calidad diarios.

### Semana 3

- Invitar vía e-mail, redes sociales a las personas que creamos influencers para el evento del día 1 de la campaña. (Periodistas, Blogeros, Influencers)

– Publicar en Facebook aprox 20 veces a la semana.

Reparto aproximado

(5 a 10) posteos contenido de presentación de los promotores, proyecto, idea central, eventos)

(5 a 8 compartir información relacionada de páginas con temática de interés para nuestro público objetivo)

(3 – 6 posteos de temática más general, buscar socializar)

(3 – 6 posteos de actualidad inmediata)

– Realizar likes en páginas con temática afín. (De 5 a 10 diarios, puede ser un buen número, aunque obviamente depende de la calidad del contenido y de las páginas relativas al tema)

Twitter:

Reparto aproximado de tweets (De 15 a 50 diarios dependiendo de estrategia y conversación)

(20% presentación de proyecto, idea, promotores) (40% Compartir información relativa a nuestro tema) (40% conversación, interacción, RT, Fav, #FF)

Utilizar herramienta Socialbro u otras, para encontrar mejores horarios para publicar, ahora que ya hay una comunidad de cierto tamaño.

\* Usar listas creadas

Hacer Follows a influencers, pero no descuidar el ratio de personas que me siguen, personas a las que sigo.

LinkedIn

Buscar perfiles de influencers y contactar. (Desarrollar texto por lo que consideremos que esa persona puede estar interesada en sacar adelante el proyecto)

Un buen ritmo es lograr 10 contactos de calidad diarios.

## Semana 4

Incremento de anuncios sobre el evento del día 1

- Publicar en Facebook aprox 20 veces a la semana.

Reparto aproximado

(10 a 14) posteos contenido de presentación de los promotores, proyecto, idea central, eventos)

(5 a 8 compartir información relacionada de páginas con temática de interés para nuestro público objetivo)

(3 – 6 posteos de temática más general, buscar socializar)

- Realizar likes en páginas con temática afín. (De 5 a 10 diarios, puede ser un buen número, aunque obviamente depende de la calidad del contenido y de las páginas relativas al tema)

Twitter:

Reparto aproximado de tweets (De 15 a 50 diarios dependiendo de estrategia y conversación)

(40% presentación de proyecto, idea, promotores) (10% Compartir información relativa a nuestro tema) (50% conversación, interacción, RT, Fav, #FF)

Hacer Follows a influencers, pero no descuidar el ratio de personas que me siguen, personas a las que sigo.

LinkedIn

Buscar perfiles de influencers y contactar. (Desarrollar texto por lo que consideremos que esa persona puede estar interesada en sacar adelante el proyecto)

Un buen ritmo es lograr 10 contactos de calidad diarios.

## **Campaña: 5 semanas**

### - Semana 5

Día 1 Evento

(Maximizar el material audiovisual del evento) Compartirlo durante toda la semana.

Distribuir Notas de prensa

- Publicar en Facebook aprox 20 veces a la semana.

Reparto aproximado

(5 a 10) posteos evento)

(5 a 8 compartir información relacionada de páginas con temática de interés para nuestro público objetivo)

(3 – 6 posteos de temática más general, buscar socializar)

(3 – 6 posteos de actualidad inmediata)

- Realizar likes en páginas con temática afín. (De 5 a 10 diarios, puede ser un buen número, aunque obviamente depende de la calidad del contenido y de las páginas relativas al tema)

Twitter:

Reparto aproximado de tweets (De 15 a 50 diarios dependiendo de estrategia y conversación)

(40% presentación de evento) (20% Compartir información relativa a nuestro tema)

(40% conversación, interacción, RT, Fav, #FF)

LinkedIn

Buscar perfiles de influencers y contactar. (Desarrollar texto por lo que consideremos que esa persona puede estar interesada en sacar adelante el proyecto)

Un buen ritmo es lograr 10 contactos de calidad diarios.

### Semana 6 – 10

- Publicar en Facebook aprox 20 veces a la semana.

## Reparto aproximado

(5 a 10 posteos contenido de presentación de los promotores, proyecto, idea central, eventos)

(5 a 8 compartir información relacionada de páginas con temática de interés para nuestro público objetivo)

(3 – 6 posteos de temática más general, buscar socializar)

(3 – 6 posteos de actualidad inmediata)

- Realizar likes en páginas con temática afín. (De 5 a 10 diarios, puede ser un buen número, aunque obviamente depende de la calidad del contenido y de las páginas relativas al tema)

## Twitter:

Reparto aproximado de tweets (De 15 a 50 diarios dependiendo de estrategia y conversación)

(20% presentación de proyecto, idea, promotores) (40% Compartir información relativa a nuestro tema) (40% conversación, interacción, RT, Fav, #FF)

## LinkedIn

Buscar perfiles de influencers y contactar. (Desarrollar texto por lo que consideremos que esa persona puede estar interesada en sacar adelante el proyecto)

Un buen ritmo es lograr (10 contactos de calidad diarios)



## **Post campaña: 6 semanas**

### Semana 11

Compartir éxito del proyecto, con todos los micromecenas vía mail y redes sociales

Lanzamiento Nota de prensa.

Mensajes agradecimientos vía mail, redes sociales con todos los colaboradores blogueros y todas aquellas personas que hayan difundido el proyecto.

### Semana 12 – 16

- Publicar en Facebook aprox 10 veces a la semana.

Reparto aproximado

(2 a 5 posteos contenido de evolución proyecto, eventos...

(3 a 5 compartir información relacionada de páginas con temática de interés para nuestro público objetivo)

(2 – 4 posteos de temática más general, buscar socializar)

- Realizar likes en páginas con temática afín. (De 5 a 10 diarios, puede ser un buen número, aunque obviamente depende de la calidad del contenido y de las páginas relativas al tema)

Twitter:

Reparto aproximado de tweets (De 15 a 50 diarios dependiendo de estrategia y conversación)

(20% presentación evolución proyecto) (40% Compartir información relativa a nuestro tema) (40% conversación, interacción, RT, Fav, #FF)

Cuidar el ratio seguidores/seguidos.

LinkedIn

Buscar interacción comentando en grupos, recomendando publicaciones y creando debates en grupos de interés.

Pasa a un segundo plano el conseguir contactos.