

Worksheet «Wer ist deine Crowd?»

Für eine erfolgreiche Crowdfunding-Kampagne brauchst du eine Crowd – das ist klar! Aber wer ist deine Crowd und wie sprichst du sie am besten an?

Dieses Worksheet hilft dir herauszufinden:

- wer deine Unterstützer sind
- wie du deine Unterstützer ansprichst und überzeugst
- wie du dein Netzwerk vergrößerst
- und wie du ein höheres Finanzierungsziel erreichst.

Zu wissen, wen du erreichen möchtest und wie das gelingen kann, ist für deine Crowdfunding-Kampagne Gold wert! Nimm dir die Zeit für die Vorbereitung.

So geht's

- **Schritt 1:** Überlege dir, wer die Zielgruppe deines Projekts ist. Um diese zu definieren, fülle die Punkte unter Schritt 1 aus. Das hilft dir zu verstehen, wen du mit deiner Kampagne ansprechen möchtest.
- **Schritt 2:** Nun geht es um dein Projekt. Warum findet die Zielgruppe dein Vorhaben spannend? Welche Aspekte davon interessiert sie besonders?
- **Schritt 3:** Die engagierteste Crowd kann dich nicht unterstützen, wenn sie nicht von deiner Crowdfunding-Kampagne erfährt. Überlege daher, wie du sie erreichst und welche Multiplikatoren dich unterstützen können.
- **Schritt 4:** Nun geht es darum, die Punkte, die du analysiert hast, für deine wemakeit-Kampagne umzusetzen.

Hinweise

- Es ist sehr gut möglich, dass dein Projekt mehr als eine Zielgruppe anspricht. Dann fülle die Schritte 1-3 für jede Zielgruppe einzeln aus und mache danach mit Schritt 4 weiter.
- Möchtest du deine Zielgruppendefinition und die daraus resultierenden Handlungsschritte gemeinsam mit einem unserer Crowdfunding-Experten erarbeiten? Dann empfehlen wir dir unser [Package Coaching Large](#).
- Auf Seite 5 und 6 findest du ein Beispiel eines ausgefüllten Worksheets.

Schritt 1: Deine Zielgruppe definieren

Schritt 2: Deine Zielgruppe verstehen

Schritt 3: Deine Zielgruppe erreichen

Warum findet diese Zielgruppe dein Projekt spannend?

Was interessiert die Zielgruppe besonders? Was wünschen sie sich von dir?

Wie erreichst du die Zielgruppe?

Direkte Kanäle
(Mail, Newsletter, Website, ...)

Kontakt
vorhanden?

Indirekte Kanäle (Multiplikatoren,
Blogs, andere Newsletter, ...)

Kontakt
vorhanden?

Ja Nein

Ja Nein

Zielgruppe 1

.....
Wer

.....
Alter / Wohnort

.....
Familienstand / Kinder

.....
Interessen / Hobbies

.....
Werte

1 ----- 5

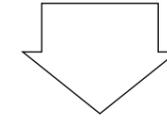
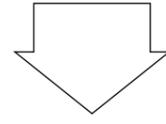
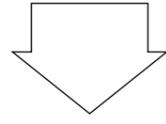
Wie digital ist diese Zielgruppe?

1 ----- 5

Wie liquide ist die Zielgruppe?

.....
Welche Zahlungsmittel bevorzugt diese Zielgruppe?
.....
.....
.....

.....
Weiteres



Schritt 4: Deine wemakeit-Kampagne für deine Zielgruppe(n) gestalten

Gibt es eine Zielgruppe in der du besonders viel Potenzial siehst? Ggf. macht es Sinn dich in deiner Kampagne auf diese zu konzentrieren. Wenn du sehr unterschiedliche Zielgruppen hast überlege, wie du beide ansprechen kannst.

Wenn du verstehst, warum eine Zielgruppe einen Aspekt deines Projekts spannend findet, kannst du in deiner Projektbeschreibung darauf einen Fokus legen.

Überlege dir dabei: Was ist deine Story? Wie fühlt sich dein Projekt an? Mit was für Bildern und was für einem Video kannst du deine Idee am besten überbringen?

Richte deine Belohnungen nach der Zielgruppe aus – was möchten sie für ihren finanziellen Beitrag von dir zurückerhalten? Was interessiert sie? Wie gross ist ihr Budget?

Analysiere wen du über welche Kanäle am besten erreichst. Sind die Kanäle schon vorhanden oder musst du noch etwas aufbauen? Welche Multiplikatoren kennst du schon, welche Kontakte kannst du vor dem Projektstart aufbauen?

Überlegungen / Fokus Zielgruppe

.....

Ideensammlung Story

.....

Ideensammlung Belohnungen

.....

Ideensammlung Kommunikation

.....

Nächste Schritte

Projektseite im wemakeit-Editor erstellen mit Video, Text und Bildern: wemakeit.com/start

Budgetplan erstellen (Vorlage inbegriffen im wemakeit [Coaching Package](#))

- Kontaktlisten erstellen
- Kontakte knüpfen
- Kommunikationskanäle aufbauen
- Kommunikationsplan erstellen (Vorlage inbegriffen im wemakeit [Coaching Package](#))

Beispiel

eines

ausgefüllten

Workshhets:

Zero Waste Laden

Schritt 1: Deine Zielgruppe definieren

Schritt 2: Deine Zielgruppe verstehen

Schritt 3: Deine Zielgruppe erreichen

Warum findet diese Zielgruppe dein Projekt spannend?

Was interessiert die Zielgruppe besonders? Was wünschen sie sich von dir?

Wie erreichst du die Zielgruppe?

Direkte Kanäle
(Mail, Newsletter, Website, ...)

Kontakt
vorhanden?

Indirekte Kanäle (Multiplikatoren,
Blogs, andere Newsletter, ...)

Kontakt
vorhanden?

Ja Nein

Ja Nein

Zielgruppe 1

Studierende/Junge Kleinfamilie

Wer

25-45/Bern

Alter / Wohnort

Kinder

Familienstand / Kinder

Kochen, Radfahren, Umwelt,
Natur

Interessen / Hobbies

Umweltbewusstsein,
Minimalismus

Werte

1 ——X— 5

Wie digital ist diese Zielgruppe?

1 X— —X 5

Wie liquide ist die Zielgruppe?

Banküberweisung, Twint

Welche Zahlungsmittel bevorzugt diese
Zielgruppe?

Weitere Zielgruppe: Anwohner,
Nachbarschaft vom Ladenlokal

.....
.....
.....

Weiteres

- Gibt der Zielgruppe die Möglichkeit ihr Umweltbewusstsein in ihren Alltag zu integrieren.
- Gesunde Ernährung für die ganze Familie.
- Engagement im Umweltbereich

- Lokales Geschäft bietet saisonale und regionale Produkte im städtischen Raum.
- Kinderfreundliche Atmosphäre.
- Bietet Anregungen für kreative Lösungen für alltägliche Probleme.

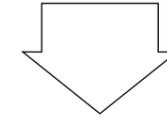
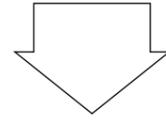
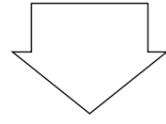
- Persönliches Gespräch
- Facebook, Instagram
- Spezifische Facebook-Gruppen
- Flyer beim Kinderarzt auflegen

X
X
X

X

- Blog zum Thema Ernährung «Kathrins Küche»
- Stadtzeitung: Biorama, etc.

X
X



Schritt 4: Deine wemakeit-Kampagne für deine Zielgruppe(n) gestalten

Gibt es eine Zielgruppe in der du besonders viel Potenzial siehst? Ggf. macht es Sinn dich in deiner Kampagne auf diese zu konzentrieren. Wenn du sehr unterschiedliche Zielgruppen hast überlege, wie du beide ansprechen kannst.

Wenn du verstehst, warum eine Zielgruppe einen Aspekt deines Projekts spannend findet, kannst du in deiner Projektbeschreibung darauf einen Fokus legen.

Überlege dir dabei: Was ist deine Story? Wie fühlt sich dein Projekt an? Mit welchen Bildern und welchem Video kannst du deine Idee am besten überbringen?

Richte deine Belohnungen nach der Zielgruppe aus – was möchten sie für ihren finanziellen Beitrag von dir zurückerhalten? Was interessiert sie? Wie gross ist ihr Budget?

Analysiere wen du über welche Kanäle am besten erreichst. Sind die Kanäle schon vorhanden oder musst du noch etwas aufbauen? Welche Multiplikatoren kennst du schon, welche Kontakte kannst du vor dem Projektstart aufbauen?

Überlegungen / Fokus Zielgruppe

Fokus auf junge Kleinfamilie, da regelmässiger Kunden und grösserer Hunger. Durch den Fokus auf die Kleinfamilien entstehen keine Nachteile für die Studierenden (Kinderspielecke, Baby-Produkte...).

Ideensammlung Story

- Video: Kleinfamilie wird beim Kochen mit unverpackten Lebensmitteln in der eigenen Küche dargestellt.
- Bilder: Vergleichsbilder von einem verpackungsfreien und einem herkömmlich gekochten Gericht.
- Story: Ich koche täglich für eine Jungfamilie mit 3 Kindern und produzierte viel Müll. Alternativen zu finden war umständlich, ich möchte es deswegen leichter für alle machen und einen Unverpackt-Laden eröffnen.

Ideensammlung Belohnungen

- Belohnungen zwischen CHF 15 und CHF 600 anbieten, damit für alle etwas dabei ist.
- Starterkit: Damit der Einstieg in das Zerowaste Leben einfacher ist.
- Postkarte mit einem Rezept
- Ein Büchlein mit Beispielen für nachhaltige Alternativen zu herkömmlichen Alltagsprodukten.
- Einladung zum gemeinsamen Kochabend mit der ganzen Familie.

Ideensammlung Kommunikation

- Kathrins Cousine anfragen.
- Kinderärzte in Bern kontaktieren.
- Elternverein Verteiler nützen.
- Flyer in Kitas auslegen.

Nächste Schritte

Projektseite im wemakeit-Editor erstellen mit Video, Text und Bildern: wemakeit.com/start

Budgetplan erstellen (Vorlage inbegriffen im wemakeit [Coaching Package](#))

- Kontaktlisten erstellen
- Kontakte knüpfen
- Kommunikationskanäle aufbauen
- Kommunikationsplan erstellen (Vorlage inbegriffen im wemakeit [Coaching Package](#))