



JOUKKORAHOITUSOPAS

Joukkorahoittamisen hyvät käytännöt

[Klikkaa aloittaaksesi!](#)



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

6Aika



TAMPERE

Yläpalkista huomaat aina missä joukkorahoitusoppaan neljästä osioista olet.

Osio, jossa parhaillaan olet, on värjätty oranssiksi

Pääset suoraan haluamaasi osioon klikkaamalla kyseisen osion nimeä yläpalkista.

Tämä ominaisuus toimii oppaan jokaisella sivulla.

Klikkaamalla ”Hakemisto” – kohtaa pääset jokaiselta sivulta suoraan hakemistoon.

Tästä oranssista nuolesta pääset liikkumaan oppaassa edelliselle sivulle



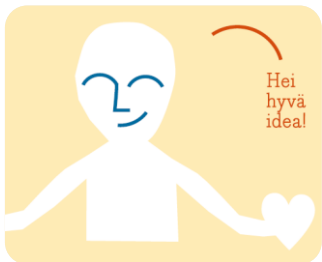
Tästä oranssista nuolesta pääset liikkumaan oppaassa seuraavalle sivulle

HAKEMISTO

Tämä opas toimii diaesitys-tilassa hiirellä klikkailemalla.

Tässä hakemistossa pääset liikkumaan oppaan eri sivuille suoraan klikkaamalla sisällysluettelon otsikoiden nimiä.

Oppaan sivuilta pääset palaamaan tälle hakemistosivulle klikkaamalla navigointipalkin oikeasta reunasta löytyvää Hakemisto-kohtaa.



SISÄLLYS

Joukkorahoitusoppaan käyttöohje	1	Päätä kampanjasi kesto & Päätä vastikkeet ..16	
Mikä ihmeen joukkorahoitus?	5	Hinnoittele oikein & Määrittele toimitusaika ..17	
Joukkorahoituksen muodot	6	Suunnittele markkinointi	18
Vastikkeellinen rahoitus	7	Onnistunut kampanja vaatii työtä	20
Hyvät tavat ja vastuut.....	8	Aloita tiedottaminen heti	21
Kampanjan onnistuminen	9	Hyödynnä sosiaalista mediaa	22
Oman kampanjan luominen	10	Perinteinen media	23
Kampanjan rekisteröiminen palveluun	11	Älä unohda näitä	24
Rahaliikenne	12	Myös organisaatiot voivat rahoittaa	25
Kampanjan suunnittelun tiekartta	13	Esimerkkejä onnistuneista kampanjoista ...	26
Määrittele kampanjasi sisältö & budjetin laatiminen	14	Suomen Pelimuseo	27
Määrittele rahatavoite ja minimimitavoite & Ennakkomarkkinoi ja sitouta yleisö	15	Käräjätörmän kyläpyörä.....	28
		Piirun talo	29

ALUKSI

Joukkorahoitusopas on toteutettu osana Tampereen 6Aika - Avoimet innovaatioalustat -hanketta, jonka tavoitteena on vauhdittaa joukkorahoituksen yleistymistä Tampereella. Opas on syntynyt tarpeesta levittää tietoisuutta joukkorahoituksesta sekä tuoda esille hankkeen kokemuksia sekä oppeja joukkorahoitukseen liittyen. Hanke on tehnyt yhteistyötä Mesenaatti.me-yhteisörahoituspalvelun kanssa, joten oppaassa esille tuodut ohjeet soveltuvatkin siten parhaiten kampanjan toteuttamiseen Mesenaatin alustalla.

Hankkeen yhtenä tuotoksena on myös avattu joukkorahoitussivusto osoitteessa www.mesenaatti.me/tampere, joka tuo yhteen tamperelaiset joukkorahoituskampanjat, niiden toteuttajat ja rahoittajat. Tämän lisäksi hanke on järjestänyt infotilaisuuksia sekä sparrausta tukemaan joukkorahoituskampanjoiden suunnittelua ja toteutusta.

Hanketta rahoittaa Euroopan aluekehitysrahasto ja Tampereen kaupunki. Valmennustilaisuudet on järjestetty yhteistyössä Mesenaatti.me-yhteisörahoituspalvelun kanssa.

Joukkorahoitus – Mitä se on ja miten se toimii?



Mikä ihmeen joukkorahoitus?



Joukkorahoitus on kansainvälisesti jo vakiintunut rahoitusmuoto, jossa ihmiset osallistuvat yhdessä heille tärkeän hankkeen rahoittamiseen. Hanke voi olla esimerkiksi uusi palvelu, tuotekehitysprojekti tai yhteisön tai yrityksen toiminnan rahoittaminen.

Joukkorahoituksen idea on yksinkertainen. Hyväksi pitämäänsä hanketta voi tukea vaikka muutamalla eurolla. Kun näin tekee iso joukko ihmisiä, voidaan kerätä rahoitus isoonkin hankkeeseen. Yleisö pääsee suoraan vaikuttamaan siihen, minkälaisia tuotteita tai palveluita syntyy ja välikädet putoavat pois tuottajan ja yleisön väliltä.

Tämä julkaisu on joukkorahoituksen abc

Tämän joukkorahoitusoppaan myötä opit joukkorahoituksen ensimmäiset askeleet ja saat hyviä neuvoja oman joukkorahoituskampanjan luomiseen ja kampanjan markkinoimiseen.

Tästä oppaasta löydät myös infoa joukkorahoituskampanjan rahaliikenteestä sekä yleistä tietoa joukkorahoituksesta rahoitusmuotona.

Ensimmäisessä osiossa kerrotaan yleisesti joukkorahoituksesta ja sen eri muodoista. Toisessa osuudessa on infoa uuden kampanjan suunnittelusta ja kolmannessa kerrotaan, millaisista elementeistä rakentuu onnistunut joukkorahoituskampanja.

Lopuksi käydään läpi hyviä esimerkkejä onnistuneista joukkorahoituskampanjoista.

Joukkorahoituksen muodot

Maailmassa on useita erilaisia tapoja joukkorahoittaa. Yksikään ei ole parempi kuin toinen. Me täällä Tampereella edistämme vastikkeellista joukkorahoitusta, jossa rahoittajat saavat vastineeksi esimerkiksi palveluja, elämyksiä tai hankkeen lopputuotteen – eivätkä esimerkiksi osakkeita kuten osakepohjaisessa joukkorahoituksessa.

Maailmalla on useita joukkorahoituspalveluita – ja palveluita. Eri palvelut käyttävät eri joukkorahoituksen muotoja. Suurin joukkorahoitus alusta on yhdysvaltalainen **Kickstarter**, joka on toiminut vuodesta 2009.

Suomen suurin joukkorahoituspalvelu on **Mesenaatti.me**, jonka kanssa myös Tampereen kaupunki tekee yhteistyötä.

Erilaisia joukkorahoituksen muotoja

- **Vastikkeellinen lahjoitus** projektille tai hankkeelle. Vastike voi olla tuote, lahja tai palkinto, mutta ei rahaa.
- **Vertaislainapalvelu** Vertaislainat ovat lainoja, jotka yksityishenkilöt myöntävät toisille yksityishenkilöille. Palvelun tarjoaa luotonvälittäjäyritys, joka perii välityspalkkioita lainan ottajilta. Välityspalkkion lisäksi lainan ottaja maksaa korkoa.
- **Joukkotuottaminen (Crowdco-production).** Projektiin tai yritykseen sijoittaminen, jolloin saa vastineeksi aikanaan aikaan saatavia tuotteita tai projektia voi tukea tilaamalla tuotteita ennakkoon.
- **Pääomitusperusteinen joukkorahoitus (Equity-based Crowdfunding).** Mikro-investointi yksityiseen yritykseen tai yritys hankkii rahoitusta antamalla osakkeita vastineeksi.

Vastikkeellinen rahoitus vai rahankeräyslupa?



Mikäli rahoitusta hakevalla toimijalla tai taholla ei ole rahankeräyslupaa, sen tulee tarjota rahoitukselle jokin **vastike**.

Tampereen kaupungin kanssa yhteistyötä tekevän Mesenaatin avulla rahoitusta voi hakea **hankkeille**. Hanke on jokin yksittäinen projekti, jolla on selkeästi alku ja loppu. Yrityksen toiminnan ei siis esimerkiksi ole hanke, mutta yrityksen järjestämä tapahtuma on.

Sellaiset tahot, joilla on poliisihallituksen myöntämä rahankeräyslupa, voivat hakea rahoitusta esimerkiksi Mesenaatin kautta poliisihallituksen antaman luvan turvin. Tällöin kyseessä on lahjotusten pyytäminen eikä vastiketta tule silloin tarjota.

Mikä on vastike?

Vastikeella tarkoitetaan asiaa tai tuotetta, jonka rahaa jollekin hankkeelle antanut henkilö saa rahallista panostansa vastaan.

Vastikkeita on erilaisia. Se voi olla tavara, palvelu, elämys tai mahdollisuus käyttää palvelua tai tuotettua esinettä. Vastike voi olla myös osuus hankkeen tuotoista.

Vastikkeet Mesenaatissa

Mesenaatin kautta toteutettujen kampanjoiden kohdalla on muutamia vastikkeita koskevia sääntöjä. Samoja vastikkeita ei saa tarjota kampanjan aikana muiden kanavien välityksellä. Poikkeuksena tästä ovat jo aiemmin muulla myynnissä olleet tuotteet.

Vastikkeen kuvauksessa tulee ilmoittaa vastikkeen toimitusaika sekä mahdollinen arvonnäköluokka. Rahoituksenhakija voi itse määrittää vastikkeisiin liittyviä lisäehtoja. Lisäehdot tulee esittää jokaisen vastikkeen kohdalla erikseen.

Joukkorahoittamisen hyvät tavat ja vastuut

Rahoituksenhakijan vastuut

Joukkorahoituksessa muodostuva rahoitussopimus on aina rahaa hakevan tahon ja rahoittajan välinen sopimus. Erilaiset joukkorahoituspalvelut- ja alustat toimivat vain näiden kahden toimijan välikätenä.

Rahoituksenhakija vastaa yleensä itse rahoituksen kohteena olleen hankkeen toteutumisesta, rahoitukselle tarjottujen vastikkeiden laadusta sekä vastikkeiden toimituksesta. Rahoittaja ja rahoituksenhakija vastaavat siitä, että annettu ja saatu rahoitus käsitellään asiaan kuluvalle tavalla kummankin kirjanpidossa ja verotuksessa.

Rahoitusta hakeva taho on yleensä vastuussa kampanja-tilinsä rahaliikenteestä ja muista tilillä tapahtuvasta toiminnasta. Rahoituksenhakija on yleensä myös vastuussa kaikista menetyksistä tai vahingoista, jotka johtuvat tilin luvattomasta tai huolimattomasta käytöstä.

Hyvät tavat

Joukkorahoituskampanja edellyttää hyvää käytöstä ja suvaitsevaisuutta.

Joukkorahoituskampanjoita on monenlaisia ja ne käsittelevät erilaisia teemoja. Jokaiselle kampanjalle tulee antaa kampanjointirauha.

Mesenaatti.me ei salli loukkaavia viestejä tai joukkorahoituskampanjoiden häiritsemistä.



Onnistunut kampanja

Lienee selvää, että onnistunut kampanja on aina tavoite. Minimitavoitteen täytyessä ja kampanja-ajan päättyessä on kohteliasta kiittää rahoittajia.

Saatu rahoitus (vähennettynä välittäjän provisiolla) siirtyy rahoituksenhakijan tilille yleensä seitsemän arkipäivän kuluessa. Mesenaatti.me –palvelun saama provisio on 7% saadusta rahoituksesta.

Rahoituksenhakijan tulee huomioida rahoittajansa. Rahoituksenhakija saa rahoittajiensa sähköpostiosoitteet. Hankkeen aikatauluista tiedottaminen on oleellista, kuin myös tiedottaminen mahdollisista vastoinkäymisistä tai viivästyksistä. Rahoituksenhakijan vastuut eivät lopu joukkorahoituskampanjan päättyttyä, vaan tiedottaminen on oleellista koko hankkeen ajan.

Hanketta tukeneet ihmiset ovat kaikki kaikessa – ilman heitä hanke ei olisi toteutunut.

Epäonnistunut kampanja

Mikäli joukkorahoituskampanja ei pääse minimitavoitteeseensa ja hanke ei toteudu, rahoittajat saavat rahansa takaisin. Tällöin rahoituskampanja raukeaa ja kampanjalle annettu rahoitus palautuu takaisin rahoittajille yleensä 14 päivän kuluessa.

Mesenaatti.me palvelussa rahoituksenhakija saa tässäkin tilanteessa rahoittajien sähköpostiosoitteet käyttöönsä ja sitoutuu kiittämään rahoittajia ja kertomaan kampanjan kariutumisesta.

Tiedottaminen on tärkeää myös epäonnistuneen joukkorahoituskampanjan kohdalla



Oman kampanjan suunnittelu

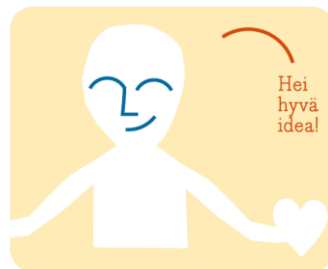


Oman kampanjan luominen

Oman kampanjan luomiseksi tarvitset joukkorahoitusta kaipaavan idean, joukkorahoituskampanjallasi sopivan joukkorahoituslun ja valmiutta panostaa kampanjasi markkinointiin ja siitä tiedottamiseen koko kampanjan ajan.

Onnistuneen joukkorahoituskampanjan ehdoton vaatimus on tarpeeksi suuri näkyvyys; jos ihmiset eivät ole tietoisia kampanjastasi, ei rahoitustakaan ole odotettavissa.

Tässä osiossa kerrotaan hyviä vinkkejä siitä, millaisia asioita tulee ottaa huomioon ja mihin panostaa, jotta joukkorahoituskampanja saa mahdollisimman hyvän tuloksen.



Kuka voi hakea rahoitusta?

Rahoituksen hakija voi olla yksityishenkilö, työryhmä, rekisteröity tai rekisteröitymätön yhteisö, yhtiö tai säätiö. Myös yrityksille on olemassa joukkorahoituslustoja Suomessa, kuten **Fundu** tai **Invesdor**. Myös **Mesenaatti.me** tarjoaa yrityksille mahdollisuuden hakea vastikkeellista rahoitusta.

Lain mukaan rahoituksenhakijan tulee olla 18 vuotta täyttänyt. Mikäli rahoituksen hakija on alle 18-vuotias, hänen tulee pyytää yli 18-vuotiaan henkilön edustamaan häntä rahoituskampanjassa. Tässä tapauksessa valittu edustaja on vastuussa hankkeesta.

Kampanjan rekisteröinti palveluun

Joukkorahoituskampanja aloitetaan rekisteröitymällä joukkorahoituspalveluun– tai alustalle. **Mesenaatti.me**:ssä rekisteröitymisen jälkeen luodaan hankkeelle oma kampanjasivu. Rahoituksenhakija päättää itse kampanjansa keston, mutta yli 3—4 kuukauden mittainen kampanja ei ole kokemusten perusteella tehokkain.

Rahoituksenhakija määrittelee itse kampanjan minimitalvoitteen. Minimitalvoitteen tulee olla sellainen, jolla rahoituksenhakija pystyy toimittamaan lupaamansa vastikkeet ja toteuttamaan hankkeensa kampanjasivulla kuvatulla tavalla. Rahoituksenhakijan tulee myös kampanjasivustollaan eritellä, mitä kullakin rahasummalla aiotaan tehdä.

Mesenaatti.me:ssä minimitalvoitteen tulee olla vähintään 1000 euroa.

Mitä kampanjan tekeminen maksaa?

Rahoituskampanjan itsessään on **ilmainen**.

Mesenaatti veloittaa 7% kaikkien onnistuneiden rahoituskampanjoiden koko tuotosta. Lisäksi kuluja tuottaa maksupalvelun transaktiokulut, jotka ovat 3% (sis. ALV:n 24%).

Mikäli kampanja ei saavuta minimitalvoitettaan ja rahat palautetaan rahoittajille, Mesenaatti kattaa kampanjan transaktiokulut 10 000 euron minimisummaan asti. Sen yli menevältä osalta Mesenaatti veloittaa transaktiokulut kampanjantekijältä.

Rahaliikenne

Toteuttaessasi rahoituskampanjan Mesenaatin kautta sinulle luodaan Lemon Way-tili, johon saamasi rahoitus vastaanotetaan. Rahoituksenhakijan tulee hyväksyä Lemon Way:n käyttöehdot ja toimittaa Mesenaatille tarvittavat tiedot. Mikäli kampanja onnistuu, kerätty rahoitus (vähennettynä Mesenaatin provisiolla sekä maksuliikenteen transaktiokuluilla) siirretään rahoituksenhakijan omalle pankkitilille.

Kampanjan aikana rahoituksenhakija saa vastaanottaa kampanjan kohteena olevaan hankkeeseen rahoitusta vain Mesenaatin kautta, ellei muista järjestelyistä ole erikseen sovittu Mesenaatin tiimin kanssa. Tämä kielto ei koske säätiöiden tai vastaavien tahojen myöntämiä apurahoja, yritystukia tai kampanjoijan muuta liiketoimintaa.

Entäs jos haluan rahoittaa? Rahoittaminen käytännössä

Kampanjaa voi rahoittaa suorittamalla maksu verkkopankin kautta tai luottokortilla (Visa ja Mastercard). Rahoittajan varat siirtyvät rahoitetun kampanjan Lemon Way-tilille, josta ne kampanjan onnistuttua siirtyvät rahoituksenhakijan tilille.

Jos kampanjan minimitavoite ei täyty, Mesenaatti.me palauttaa varat rahoittajille 14 vrk:n kuluessa kampanja-ajan päättymisestä. Luottokorttimaksut palautuvat automaattisesti ja verkkopankkimaksut Paytrail-palvelun kautta. Rahojen takaisin saamiseksi on jälkimmäisessä tapauksessa luotava Paytrail-käyttäjätunnukset.



Joukkorahoituskampanjan suunnittelun tiekartta

Klikkaamalla tiekartan kohtaa saat lisätietoa!



1. MÄÄRITTELE KAMPANJASI SISÄLTÖ

Hankkeen tavoitteiden ja kampanjan sisällön määrittelyminen on oleellisen tärkeää.

Hankkeella on selkeästi alku ja loppu.

Määrittele tarkasti hankkeen tavoitteet sekä itsellesi että yleisölle. Selkeä hanke ja hyvin jaksoteltu kampanja luovat rahoittajille kuvaa hyvin harkitusta ja luotettavasta hankkeesta, jota kannattaa rahoittaa.



2. BUDJETIN LAATIMINEN

Laske tarkasti kuinka paljon rahoitusta tarvitset, jotta onnistut hankkeesi toteutuksessa. Muista, että myös rahoittajasi haluavat, että onnistut hankkeessasi. Voit tarvittaessa sisällyttää myös oman palkkasi budjettiin.

Budjettia rakentaessa on tärkeää huomioida myös rahoituskampanjan kulut. Kuluja ovat esimerkiksi kampanjatyöstä koituvat kulut, Mesenaatin provisio sekä transaktiomaksut, vastikkeet sekä niiden pakkaus- ja toimituskulut.

3. MÄÄRITTELE RAHATAVOITE JA MINIMITAVOITE

Minitavoite on summa, jonka saavuttamalla määrääjassa voit toteuttaa hankkeesi. Minimisumman tavoitettuasi kampanjasi on onnistunut ja voit toteuttaa rahoittajillesi lupaamasi hankkeen ja toimittaa vastikkeet.

Mesenaatissa minimitavoitteen tulee olla vähintään 1000 €.

Pienemmille hankkeille joukkorahoitus ei ole välttämättä oikea rahoituskanava.

Jos kampanjasi minimitavoite jää saavuttamatta, palautetaan kerätyt rahat rahoittajille. Saadun rahoituksen nosto on mahdollista rahoituskampanjan päättymisen jälkeen. Minimitavoite voi myös olla rahoituskampanjasi ainut tavoite, mutta minimitavoitetta ei kannata laittaa liian alas; rahoittajien innon on todettu hiipuvan, kun kampanjan minimitavoite on saavutettu. Toisaalta ihmiset saattavat vakuuttua hankkeestasi, kun minimitavoite on jo kasassa.

Tavoite tarkoittaa summaa, jota todella tavoittelet ja jolla saat toteutettua hankkeesi kokonaan. Minimitavoite voi esimerkiksi olla summa, jolla saat hankkeen toteutettua hyvin perusversiona ja tavoitesumma sellainen, että hankkeesi voi toteutua täydessä loistossaan.

Rahoittajille on kerrottava mitä aiot tehdä minimisummalla, ja mitä puolestaan tavoitesummalla. Selkeys on tässäkin asiassa kaiken perusta.

4. KARTOITA SIDOSRYHMÄT JA ALOITA ENNAKKOMARKKINOINTI

Tiedottaminen on kaikki kaikessa!

Kerro yleisölle jo etukäteen hankkeestasi ja tulevasta joukkorahoituskampanjasta.

Perusta hankkeellesi tai kampanjalles Facebook-sivu, jolla kerrot hankkeestasi ja yritä rakentaa sille riittävän laaja yleisö ennen rahoituskampanjasi käynnistämistä. Hyvä alku kannustaa kampanjaa myös jatkossa.

Markkinointi on oleellinen ja jatkuva osa onnistunutta kampanjaa. Markkinoinnin ja kampanjasta viestimisen tulee olla näkyvää ja kohderyhmän tavoitettavaa. Ilman markkinointia kampanjasi tuskin saavuttaa tavoitettaan.



5. PÄÄTÄ KAMPANJASI KESTO

Kampanjan kestosta päätät sinä. Kokemusten perusteella paras kampanja-aika on 3—6 viikkoa.

Rahoituskampanja vaatii paljon aikaa ja työtä. Liian pitkä kampanja väsyttää yleisösi ja vie sinulta parhaan terän. Pohdi, millaisessa ajassa tavoitat yleisösi ja millaisia keinoja heidän tavoittamiseksi tarvitset.

Suunnittele rahoituskampanjasi markkinointi etukäteen, jolloin voit toteuttaa kampanjasi nopeasti ja sulavasti.



6. PÄÄTÄ VASTIKKEET

Vastikkeen tulee olla suhteessa siitä pyydettyyn rahasummaan. Vastikkeita voivat olla esimerkiksi hankkeelle luontaisia asioita, kuten voi tavaroita, palveluita, elämyksiä, jäsenyyksiä tai osuuksia hankkeen tuotoista.

Esimerkkejä vastikkeista:

- kirjan, levyn, kuvataallenteen, applikaation tai muun tuotteen ensipainos
- pääsylippu esitykseen, kutsu avajaisiin tai ensi-iltaan
- mahdollisuus hyödyntää tilaa, palvelua tai tuotettua esinettä
- osuus osuuskunnasta, osakkuus yrityksestä tai yhdistyksen, kerhon tms. jäsenyys
- osuus hankkeen tuotosta

Paras vastike on sellainen, jonka rahoittaja todella haluaa itselleen. Vastikkeen ei tarvitse olla esine tai tavara, vaan se voi olla esimerkiksi kutsu ensi-iltaan, taiteilijatapaamiseen tai yöpajaan.

Tärkeintä on, että vastikkeet ovat aidosti kiinnostavia eivätkä ne haukkaa liian suurta osuutta lopullisesta rahoituksesta.

7. HINNOITTELE OIKEIN

Koska ihmisillä on erilaiset mahdollisuudet rahoittaa, kannattaa vastikkeita olla eri hintaisia. Mesenaatissa suosituimmat vastikkeet ovat olleet 20, 30 ja 50 euron hintaisia. Myös kalliimpia vastikkeita on hyvä olla, sillä usein niillekin löytyy ottajia. Onkin hyvä idea luoda esimerkiksi 500€ ja 1000€ vastikkeet.

Vastikkeellisessa joukkorahoituksessa vastikkeesta tulee jäädä sinulle hyvä kate. Katteesta muodostuu se summa, joka sinulle jää käytettäväksi hankkeesi toteuttamiseen. Vastikkeeksi tarjottu tuote tai palvelu voi olla hinnakkaampi kuin vastaava kaupassa, mutta ylihinnoitteluun ei kannata sortua.

Esimerkki: Jos t-paita maksaa sinulle 10€, voit asettaa sen hinnaksi 20-30€. Rahoittaja kyllä ymmärtää, että paidan ostamisen tarkoituksena on rahoittaa hankettasi.



8. MÄÄRITTELE TOIMITUSAIKA

Vastikkeen toimittamiselle on asetettava takaraja. Erilaisilla vastikkeilla voi luonnollisesti olla eripituinen toimitusaika, mutta rahoittajan tulee saada tietää milloin vastike on saatavissa.

Vastikkeen toimitus voi tapahtua heti hankkeesi rahoituskampanjan päätyttyä tai esimerkiksi sitten, kun hankkeesi on toteutettu. Tämä riippuu täysin vastikkeesi laadusta ja sisällöstä.

PSST! HUOMIOITHAN VEROTUKSEN!

Mikäli rahoituksen hakijataho arvonlisävelvollinen, tulee vastikkeiden sisältää ALV. Arvonlisäveron veroluokka tulee mainita vastikkeiden yhteydessä. Jos et ole arvonlisäverovelvollinen tulee sekin mainita. Muista että saamasi rahoitus on sinun tai yhteisösi tuloa, jota tulee käsitellä sen mukaisesti myös verotuksessa. Yleishyödylliset yhteisöt ovat puolestaan pääsääntöisesti verovapaita hankkimastaan rahoituksesta, mikäli rahoitettava toiminta on verovapaata.

9. SUUNNITTELE MARKKINOINTI

Markkinoinnin suunnittelussa tulee ottaa huomioon kampanjan kesto, käytössä olevat resurssit (markkinointia tekevät henkilöt) sekä kanavat, joiden kautta kampanjaasi markkinoidaan.

Facebook ja muu sosiaalinen media on luontaisin väylä tiedottaa kampanjasta. Hyvä markkinointi on omaleimaista ja volyymiltansa riittävää. Jos markkinointi loppuu kesken kampanjan, on todennäköistä, että myös rahoittajien into hiipuu. On tärkeää, että kampanjasta tiedottaminen aloitetaan jo ennen varsinaisen rahoituskampanjan alkamista!

[Resurssitekstiä](#)



10. VALMISTA! EI KUN KAMPANJOIMAAN!

Onnistuneen kampanja- markkinoinnin elementit



Onnistunut kampanja vaatii työtä, työtä ja työtä

Joukkorahoituskampanja ei ole oikotie onneen. Pelkkä kampanjan lanseeraus joukkorahoitusalueella ei riitä tavoitteen saavuttamiseksi, vaan onnistunut kampanja vaatii panostuksia. Panostuksella tarkoitetaan markkinointia ja tiedottamista koko kampanjan ajan.

Markkinointi ja tiedottaminen onkin kampanjoinnin tärkein asia.

Joukkorahoituskampanjan markkinoinnissa pätee sama sääntö kuin minkä tahansa muunkin tuotteen tai palvelun markkinoinnissa: **sinun on saavutettava kohderyhmäsi.**

Tässä osiossa kerromme miten kampanjalla on mahdollisuudet onnistua ja saavuttaa tavoitteensa.

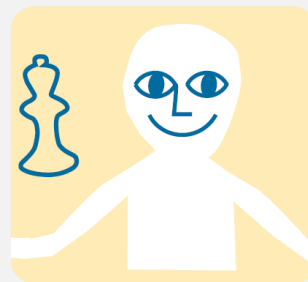
Näin onnistut markkinoinnissa:

Aloita tiedottaminen heti

Hyödynnä sosiaalista mediaa

Perinteinen media

Myös organisaatiot voivat rahoittaa



Muista myös:

Sähköpostit

Asiakastilaisuudet

Messut ja tapahtumat

Esitteet ja julisteet

Aloita tiedottaminen heti

Kerro kampanjastasi jo hyvissä ajoin ennen sen alkamista. Kerro asiasta henkilökohtaisesti ystävillesi ja tutuillesi, sähköpostitse kontakteillesi, sosiaalisen median, blogisi ja nettisivusi kautta kaikille muille.

Ihmiset sitoutuvat kampanjaasi paremmin, kun tiedotat heille etukäteen mitä on tulossa. Lisäksi rahoittamisvaiheen alkaessa hankkeesi on ihmisille jo tuttu, jolla varmistat, että rahoitushakusi lanseerauksesta tulee onnistunut ja ihmiset innostuvat rahoittamaan heti kampanjan alettua.

Myös Mesenaatti.me-sivustosta kertominen on suotavaa, sillä ihmisillä on silloin aikaa tutustua sivustoon ja joukkorahoittamiseen yleensä.

Lähipiirisi on avainasemassa

Tutkimusten mukaan useimmiten ensimmäinen 25% rahoitustavoitteesta tulee yleensä lähipiiriltä, ystäviltä ja hankkeesi faneilta. He tukevat hankettasi, koska he tuntevat sinut, uskovat sinuun ja hanke on heille jo entuudestaan tuttu. Lähipiiri onkin resurssina korvaamaton ja sen hyödyntäminen on erittäin suotavaa. Pyydä myös lähipiiriäsi levittämään tietoa kampanjastasi.

Myös muut arjen verkostot ovat tärkeitä

Työyhteisösi, harrastustesi kautta tuntemasi ihmiset tai esimerkiksi toimintaasi lähellä olevat yhdistykset ovat tärkeitä sidosryhmiä. Muista levittää tietoa myös heille!



Hyödynnä sosiaalista mediaa

Facebookin ja Twitterin käyttö kannattaa opetella. Perusta projektillesi oma Facebook-sivu. Kutsu kaikki ystäväsi fanittamaan sivuasi ja kannusta heitä myös jakamaan sivunlinkkiä sekä kutsumaan sinne myös omia ystäviään. Huolehdi, että sivu on avoin kaikille.

Ennen rahoitushaun käynnistämistä sinun kannattaa myös perustaa kampanjallesi oma Facebook-tapahtuma. Kutsu kaikki ystäväsi mukaan tapahtumaan ja kannusta heitä osallistumaan sekä kantamaan kortensa kekoon kutsumalla myös omat ystävänsä mukaan tai jakamalla tapahtuman linkkiä omalla seinällään.

Voit myös jakaa rahoitushakusi linkkiä niiden Facebook-ryhmien seinällä, joiden jäsenenä ajattelet olevan ihmisiä, joita rahoitushakusi saattaisi kiinnostaa erityisesti. Muista kirjoittaa saatesanat ja varo kuitenkin ”spämäämasta”, tuputtamasta liikaa.

Tweettaa tai linkitä kaikki Facebook-päivityksesi Twitteriin. Voit myös hyödyntää muita sosiaalisen median työkaluja, kuten Instagram, Flickr, LinkedIn, YouTube tai Vimeo verkottuaksesi sekä herättääksesi kiinnostusta hankettasi ja sen rahoitushakua kohtaan.

Muista:

- ✓ Tiedottaa ahkerasti
- ✓ Pitää yleisösi ajan tasalla kampanjasi etenemisestä
- ✓ Postittaa kampanjapäivitys 1-3 päivän välein kaikkien valitsemiesi viestintäkanavien kautta
- ✓ Vastata yleisön kysymyksiin



Perinteinen media

Rahoituskampanjat saattavat kiinnittää myös median huomiota.

Mediatiedotteen laatiminen onkin hyvä idea. Sen voi lähettää medialle – lehdistölle, televisiolle, paikallisradiolle - samana päivänä, kun rahoitushakusi aukeaa.

Tarjoudu valitsemillesi medioille tulemaan erilaisiin tv- ja radio-ohjelmiin kertomaan hankkeestasi ja taustastasi.

Medioihin saat helpoiten yhteyden laittamalla suoraan viestiä median edustajalle ja kertomalla hankkeestasi ja rahoituskampanjastasi. Muista laittaa tiedotteeseen yhteystietosi!

Käytä luovuuttasi

Kaikki keinot ovat sallittuja silloin, kun näkyvyys on ratkaisevassa roolissa.

- ✓ Kerro rahoitushausta kaikkialla missä esiinnyt ja kaikille tutuillesi
- ✓ Jaa kadulla ja muualla julkisissa tiloissa esitteitä ja juttele ihmisten kanssa kampanjastasi
- ✓ Facebook-tapahtuman luominen



Älä unohda näitä

Esitteet ja käyntikortit

Vanhanaikainen esite toimii aina! Painata hienoja esitteitä tai laita yksinkertaisesti kopiokone laulamaan.

Jaa ja postita esitteitä kaikkiin paikkoihin, missä uskot liikkuvan ihmisiä, joita hankkeesi saattaisi kiinnostaa. Voit myös painattaa julisteita tai teettää kampanjalle oman käyntikortin.

Asiakastilaisuudet

Ideo ja järjestä asiakastilaisuuksia. Kutsu paikalle tuttavien, yhteistyökumppaneita ja avainhenkilöitä, joilla saattaa olla merkittävä rooli kampanjasi edistämisenä. Asiakastilaisuus voi olla vaikka aamiainen kahvilassa, picnic puistossa, perjantaipaukut lempibaarissasi, vierailu projektisi harjoituksissa tai työhuoneellasi.

Sähköposti

Lähetä sähköpostikirjeitä sukulaisille, tutuille ja yhteistyökumppaneille. Liitä kirjeeseen mukaan rahoitushakusi linkki. Mieti mitkä yhteisöt tai yritykset saattaisivat olla kiinnostuneita hankkeestasi.

Voit painattaa postikortin, jossa on kuva hankkeestasi ja toisella puolella terveisesi sekä linkki rahoitushakuusi. Pyydä vastaanottajaa laittamaan se oman toimitilansa seinälle. Tai kirjoita käsin perinteinen kirje – nykyaikana se huomataan varmasti.

Messut ja tapahtumat

Osallistu kampanjasi teemaan liittyville messuille tai tapahtumiin. Pystyt oma infopiste tai käy ainakin jakamassa esitteitä. Voit myös tarjoutua puhumaan tai osallistujaksi vaikka paneelikeskusteluun.

Mesenaatin materiaalipankista voit ladata logoja ja kuvia, joita saat vapaasti käyttää oman rahoitushakusi markkinoinnissa, kunhan noudatat ohjeita.



Esimerkkejä onnistuneista kampanjoista



Esimerkkejä onnistuneista kampanjoista

Edellä on annettu ohjeita onnistuneen rahoituskampanjan suunnitteluun ja rahoittajien tavoittamiseen. Ohjeet on koottu hyvien kokemusten pohjalta, kartoittaen minkälaiset tavat joukkorahoituksessa toimivat ja mitkä eivät.

Hyvien esimerkkien kautta voi saada ideoita myös oman joukkorahoituskampanjan tueksi, jonka takia tässä osiossa esittelemme muutamia onnistuneita esimerkkejä kampanjoista, jotka ovat saavuttaneet tavoitteensa onnistuneen kampanjoinnin myötä.

Upeita kampanjoita

Käräjätörmän kyläpyörä

Rakennuskulttuurikeskus
Piiru ja Uiton talo

Suomen Pelimuseo



Käräjätörmän kyläpyörä

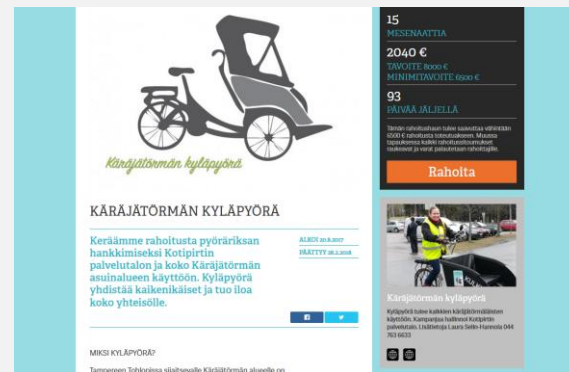
Riksapyrä oli käynyt muutamaan otteeseen haaveissa Kotipirtin palvelutalossa, joka tuottaa ikäihmisten asumispalveluja, päiväkeskustoimintaa ja tapahtumia alueen asukkaille Tampereen Tohlopissa. Mikäpä olisikaan riksakyytiä hausکمپی tapa tarjota ulkoilun riemua kaiken ikäisille ihmisille – ja etenkin heille, jotka eivät kykene tavallisen polkupyörän selkään!

– Katselimme hintoja ja totesimme, että hyvä riksapyörä olisi aika kallis investointi, jota ei noin vain tehdäkään, kertoo Kotipirtti ry:n toiminnanjohtaja Kaija Kallinen.

Unelmat saivat uutta pontta joukkorahoitusillasta, johon Tampereen kaupunki ja Mesenaatti.me -palvelu kutsuivat kaikkia aiheesta kiinnostuneita.

Tilaisuus oli osa 6Aika – avoimet innon hankkeen pyrkimystä tehdä joukkorahoitustuksi. Kotipirtin riksapyöräideat se saivat eteenpäin.

– Innostuimme joukkorahoituksesta. Osoitettiin Käräjätörmän yhteisen kyläpyörän hankkiminen ja koko kylän saaminen harrastukseen, kertoo Kotipirtin Etsivä hankkeen projektisuunnittelija Laura!



Kuvakaappaus kyläpyörän kampanjasivulta



Käräjätörmän kyläpyörä

Riksapyörä oli käynyt muutamaan otteeseen haaveissa Kotipirtin palvelutalossa, joka tuottaa ikäihmisten asumispalveluja, päiväkeskustoimintaa ja tapahtumia alueen asukkaille Tampereen Tohlopissa. Mikäpä olisikaan riksakyytiä hauskempi tapa tarjota ulkoilun riemua kaiken ikäisille ihmisille – ja etenkin heille, jotka eivät kykene tavallisen polkupyörän selkään!

– Katselimme hintoja ja totesimme, että hyvä riksapyörä olisi aika kallis investointi, jota ei noin vain tehdäkään, kertoo Kotipirtti ry:n toiminnanjohtaja Kaija Kallinen.

Unelmat saivat uutta pontta joukkorahoitusillasta, johon Tampereen kaupunki ja Mesenaatti.me -palvelu kutsuivat kaikkia aiheesta kiinnostuneita. Tilaisuus oli osa 6Aika – avoimet innovaatioalustat -hankkeen pyrkimystä tehdä joukkorahoitusta tutuksi. Kotipirtin riksapyöräideat se sai vierimään eteenpäin.

– Innostuimme joukkorahoituksesta. Tavoitteeksi otettiin Käräjätörmän yhteisen kyläpyörän hankkiminen ja koko kylän saaminen mukaan harrastukseen, kertoo Kotipirtin Etsivä vanhustyö -hankkeen projektisuunnittelija Laura Selin-Hannola.

Summat ja vastikkeet

Tuumasta ryhdyttiin toimeen ja Mesenaatti.me-palveluun piti siis laatia kampanja, joka houkuttaisi tarinallaan kyläpyörästä kiinnostuneet hellittämään

kukkaronnyörejään. Etukäteen tuli punnita sekin, millaisia summia ihmiset haluaisivat hankkeeseen laittaa ja mitä tarjottaisiin vastikkeeksi.

Esimerkiksi 20 euron rahoittajalle luvattiin sähköpostiin iloisia pyöräilyhymyjä ja 40 euron rahoitukseen houkutteli kyläpyörän logolla varustettu reppu. Isommilla summilla saattoi saada pyörän käyttöönsä tai mainospaikan siihen.

– Yksittäisten ihmisten osallistumisia pienillä rahoituksilla kertyi meille lopulta aika vähän. Ehkä pienin summa olisi pitänyt pudottaa kymppiin, sillä 20 euroa on kuitenkin monelle iso raha, Kallinen pohtii.

– Isommilla rahoitussummilla oli meidän kamppiksessamme merkittävä rooli, mutta eivät nekään ihan helpolla tulleet. Tarvittiin hienovaraista muistuttelua, että lupaukset muuttuivat todeksi ja rahat tosiaan tulivat tilille, Selin-Hannola kertoo.

Jatkuu seuraavalla sivulla.

Kampanjan markkinointi

Kampanjasta viestittiin monin tavoin. Käräjätörmän kyläpyörän oma logo, esitteet, tiedotteet, Facebook-sivu, laaja sähköpostijakelu ja Kotipirtin Yhressä Nääs -lehti veivät sanomaa eteenpäin. Sanan levittämiseen pyydettiin mukaan Kotipirtin henkilökuntaa, hallintoa, asukkaita ja heidän omaisiaan sekä erilaisia yhteistyökumppaneita.

– Joka käänneessä muistimme aina mainita, että meillähän on tämä kyläpyörähanke, Kallinen naurahtaa.

– Some-markkinointiin olisi voinut panostaa alusta saakka enemmänkin, sillä olisi voinut saada yksittäisiä lahjoittajia liikkeelle, Selin-Hannola arvelee.

Teknisesti Mesenaatti.me -palvelu oli kampanjan järjestäjille helppokäyttöinen. Rahoittamisesta kiinnostuneilla sen sijaan saattoi olla kysyttävää niin palvelun käytöstä kuin sen toimintaperiaatteistakin. Joukkorahoitus vastikkeineen ei selvästikään ollut vielä kaikille tuttua, joten opastusta tarvittiin pitkin matkaa.

– Kaiken kaikkiaan kampanja oli kuitenkin hyvä kokemus, ja uuteenkin hankkeeseen voisimme kuvitella lähtevämme, Kallinen toteaa.

Kyläpyörä käyttöön

Kyläpyöräkampanjan minimitavoite tuli täyteen kohtuullisessa ajoin ennen määräajan päättymistä ja järjestäjät pääsivät seuraaviin vaiheisiin, pyörän hankintaan ja kuskien värväämiseen. Ensimmäisessä koulutuksessa 18 pyöräluotsia ammensi oppia pyörän toiminnasta, ikäihmisten kyyditsemisestä ja vapaaehtoistyön yleisistä periaatteista.

– Annamme riksän kuljetettavaksi vain sellaisille henkilöille, jotka tietävät miten se toimii. Tarvitaan pieni perehdytys ja muutama niksi lastin kanssa ajamiseen, joten ei se vaikeaa ole, Selin-Hannola sanoo.

Kyläpyörän kuljettajiksi on saatu naapuruston aktiiveja sekä talon henkilökuntaa ja vapaaehtoisia. Pyörä on innostanut mukaan myös muutamia aivan uusia ihmisiä, jotka eivät aiemmin ole osallistuneet Kotipirtin rientoihin. Nyt tavoitteena on löytää lisää riksakuskeja, vakiinnuttaa käytäntöjä – ja näkyä kyläpyörän kanssa kylillä mahdollisimman paljon.

– Etsivän vanhustyön hankkeelle kyläpyörä on hyvä väline jalkautua ihmisten pariin ja tapahtumiin. Se herättää taatusti huomiota ja saa väen tulemaan jutulle, Selin-Hannola sanoo.

Yhteiseen käyttöön tarkoitettu kyläpyörä on samalla esimakua Käräjätörmän lähitulevaisuudesta. Alueelle suunnitellaan monisukupolvista yhteisökylää, jossa monenlaiset asuinkunnat voivat viihtyä yhdessä ja toisiaan auttaen. Osana yhteisökylää on täysin uudenlainen, esteetön ja turvallinen asuinympäristö muistisairaille. Rakennustöihin päästäneen jo vuonna 2019.

Käräjätörmän kyläpyörä Mesenaatissa:

– kampanja-aika 21.8.2017–14.3.2018

– 31 mesenaattia, 7660 euroa (minimitavoite 6500 e)

– kampanjasivu Mesenaatissa →

<https://mesenaatti.me/campaign/?id=622#single/view>

– kampanjasivu Facebookissa → www.facebook.com/kaikkikytytiin/

– Kotipirtti ry:n sivusto → <http://www.kotipirttiry.fi>

Rakennuskulttuurikeskus Piiru ja Uiton talo

Hyvä esimerkki onnistuneesta kampanjasta on Piiru ry:n hanke, jossa kerättiin rahaa Pispalassa olevan Uiton talon kunnostukseen. Kampanja keräsi yhteensä 5380 euroa, mikä ylitti reilusti asetetun 3500 euron minimitavoitteen. Joukkorahoituksen ansiosta tänä vuonna 125 täyttävä Uiton talo saatiin kunnostettua.

[https://www.tamperelainen.fi/artikkeli/553236-tamperelaiset-loytamassa-joukkorahoituksen-tesomalle-riksapyora-pispalan-uiton-talo.](https://www.tamperelainen.fi/artikkeli/553236-tamperelaiset-loytamassa-joukkorahoituksen-tesomalle-riksapyora-pispalan-uiton-talo)



Kuvakaappaus kyläpyörän kampanjasivulta



Suomen Pelimuseo

Suomen pelimuseo esittelee monipuolisesti suomalaista pelikulttuuria ja kertoo, kuinka digitaalinen pelaaminen Suomessa alkoi ja kehittyi vuosien saatossa. Digitaalisten pelien lisäksi museo kertoo myös lauta- ja roolipeleistä. Suomen pelimuseo aukesi Vapriikissa Tampereella tammikuussa 2017.

Suomen pelimuseo on Tampereen kaupungin, Mediamuseo Rupriikin, Pelikonepeijoonien ja Tampereen yliopiston yhteistyöprojekti. Suomen pelimuseota ovat rahoittaneet sekä Tampereen kaupungin museopalvelut että Avoin Tampere -ohjelma. Vuoden 2015 aikana toteutettiin joukkorahoituskampanja, jonka kautta kaikki halukkaat pääsivät tukemaan pelimuseon syntyä. Kampanjassa museota tuki yli 1100 mesenaattia ja rahaa saatiin kerättyä lähes 86 000 euroa.

Suomen pelimuseo on yksi eniten rahaa keränneistä joukkorahoituskampanjoista Mesenaatti.me-yhteisörahoituspalvelussa.

The screenshot displays the Mesenaatti.me campaign interface for Suomen Pelimuseo. It includes a navigation menu with options like 'KAMPAJAT', 'MESENAATTI.PRO', 'INFO', 'OHJEET', and 'ETIKETTI'. A central video player shows the campaign video with the title 'SUOMEN PELIMUSEO'. To the right, a progress bar indicates that 1120 mesenaattia have contributed, totaling 85860 €. The goal is 100000 €, with a minimum goal of 30000 €. The campaign started on 03.03.2015 and ended on 30.09.2015. A 'Kiitos' button is visible at the bottom right.

Kuvakaappaus pelimuseon kampanjasivulta

