

Planeación de la A a la Z.

Una guía para crear tu propio cronograma de proyecto.

I.

Diseña tu proyecto.

1	Inspírate en otros.	Antes de que empieces a diseñar tu proyecto, inspírate en lo que han hecho otros creadores en proyectos de la misma categoría . Fíjate en cómo han narrado su historia, cómo han formulado las actualizaciones y niveles de recompensa, y en cómo está hecho su video. En nuestra experiencia, creadores que apoyan a otros creadores suelen tener más éxito, así que, si gustas, patrocina un par de proyectos.
2	Termina cada paso en la construcción de tu proyecto.	Para evitar retrasos, empieza con la sección "Cuenta", ya que la verificación puede tardar hasta tres días hábiles.
3	Crea un presupuesto.	Asegúrate de tomar en cuenta absolutamente todos los gastos en tu presupuesto — material de embalaje, impuesto de valor agregado para patrocinadores en la unión europea, gastos de envío — y basa tu meta de financiamiento en esta suma. Lee esta conversación que contiene consejos de otros creadores sobre cómo determinar un presupuesto sólido.
4	Forma tu equipo.	Programate para el éxito y añade colaboradores a tu proyecto, gente de tu confianza a la que conoces bien. Tus colaboradores pueden ayudarte con la construcción del proyecto, elaborar la narrativa, la comunicación con los patrocinadores, la entrega de las recompensas, entre otras cosas.
5	Desarrolla un plan de promoción.	<p>Prepara materiales de marketing y un comunicado de prensa. Crea materiales para los medios de comunicación que puedas compartir en todas tus plataformas durante la campaña. También recomendamos que escribas un sólido comunicado de prensa para que tu mensaje sea consistente a través de todos los medios.</p> <p>Elabora una lista de difusión. Crea una lista que incluya a toda la gente que conoces — desde personas que seguramente van a apoyar tu proyecto, a "influencers" y hasta creadores de tendencias y miembros de la prensa. Difundir bien tu proyecto hace toda la diferencia.</p> <p>Crea un plan de mercadotecnia. Piensa cómo, cuándo y dónde compartir tu proyecto después del día de la publicación. Los proyectos exitosos han demostrado que para despertar y mantener vivo el interés, es necesario que compartas contenido nuevo por todos los canales un par de veces por semana.</p>

II.

Prepárate para la publicación.

1	Opiniones y sugerencias.	Comparte el enlace de vista previa con amigos, asimismo y principales miembros de tu lista de prensa. Asimismo, comparte el cronograma de la publicación de tu proyecto, pidiéndoles que no compartan ni el enlace ni el cronograma con nadie hasta después de la publicación del proyecto.
2	Cuidado con los detalles.	Repasa los últimos pasos para que puedas publicar tu proyecto con toda confianza. Los proyectos que empiezan con fuerza tienen más probabilidades de que lleguen a su meta de financiamiento.
3	Finaliza tu plan para el día de la publicación.	<p>Determina a qué hora vas a publicar, desarrolla una estrategia para las comunicaciones e identifica claramente a la persona responsable para cada tarea. Asegúrate de que todos los materiales estén listos, tus comunicaciones transmitan un mensaje consistente y todos los miembros de tu equipo estén al tanto de todo lo que hace falta para una publicación sin complicaciones. Este plan de comunicaciones te puede servir como ejemplo.</p> <p>Consejo de oro: Considera organizar una fiesta de lanzamiento para generar todavía más emoción dentro de tu comunidad.</p>

III.

Tu proyecto ya está publicado.

1	Publica tu proyecto como un campeón.	<ul style="list-style-type: none"> • Sigue tu plan de lanzamiento, paso por paso. • Una pre-publicación a un selecto grupo de fans antes de que lo vea todo el mundo crea un buen inicio. • Anuncia la publicación de tu proyecto en tu página web y todas las demás plataformas, incluyendo un enlace a la página del proyecto. • Anuncia la publicación de tu proyecto a todos los integrantes de tu lista de correos electrónicos y la prensa. • Activa tus redes sociales, anima a la gente que comparta tu historia. • Al final del primer día, agrádecéles su apoyo a los primeros patrocinadores por correo electrónico o en las redes sociales.
2	Después del día de lanzamiento.	<p>Rastrea el progreso de tu campaña en el panel de proyectos y comprueba qué formas de promoción funcionan mejor, incluso puedes rastrear referencias.</p> <p>Responde a los comentarios y preguntas de los patrocinadores. Añade preguntas repetitivas a las "Preguntas frecuentes" de tu proyecto. Considera incluir las respuestas a preguntas recurrentes en una actualización de proyecto.</p> <p>Continúa compartiendo tu proyecto en las redes sociales, cada vez con contenido nuevo. Aquí encuentras 21 consejos para publicar buenas actualizaciones.</p>
3	Después de la primera semana.	<p>Se persistente en la comunicación personal con la gente en tu lista de contactos; la forma más efectiva es el contacto individual a través de correo electrónico.</p> <p>Reitera y mantente flexible. Ajusta tu plan de comunicaciones a una variedad de escenarios: ¿cómo te comunicarías con tus patrocinadores si cruzas la meta de financiamiento o, por lo contrario, si te faltara mucho para alcanzarla?</p>
4	Celebra los logros de tu proyecto.	<p>Financiado al 20% Envía una actualización a los patrocinadores para darles las gracias cuando hayas llegado al 20 ó 30% de tu meta de financiamiento. Incluye noticias sobre el proyecto, cobertura en la prensa si la hubo, y algunos materiales visuales o audiovisuales que puedan ser atractivos para tus patrocinadores.</p> <p>Financiado al 50% Repite los pasos mencionados arriba cuando llegues al 50% de la meta de financiamiento y otra vez cuando estés muy cerca de la meta.</p> <p>Financiado al 80% Cuando ya casi llegas a la meta, considera una estrategia para promoción final — por ejemplo, otro evento, crear nuevo contenido, buscar a un influencer, etc.</p>
5	Construye tu historia.	Transmite en vivo - con una actuación, una demostración de un prototipo o simplemente comparte las últimas noticias del progreso del proyecto. Mantén a tus patrocinadores informados a través de actualizaciones cada vez que tengas alguna noticia nueva.
6	No le temas al estancamiento.	<p>Hacia la mitad de la campaña, la participación suele disminuir. Aprovecha este tiempo para explorar, cambiar tu estrategia de difusión, introducir nuevas recompensas y contactar nuevamente a personas en tu lista de contacto que todavía no han patrocinado tu proyecto.</p> <p>O bien, intenta una de estas ideas.</p>

IV.

Llegaste a la meta de financiamiento.

1	¡A celebrar!	Disfruta de este momento junto con tus patrocinadores — lo han conseguido juntos. Manda una actualización de proyecto, transmite un video en vivo o publica un video pregrabado.
2	Reconsidera cuidadosamente antes de incluir una meta ampliada.	Las metas ampliadas son una buena forma de darle aún más impulso a una campaña y motivar a la comunidad — ya sea ampliando la meta de financiamiento o el número de patrocinadores — una vez que la meta inicial haya sido alcanzada. Pero es importante que planees bien todos los pasos antes de introducir una meta ampliada para evitar problemas inesperados o retrasos.

V.

No bajes la guardia al terminar el proyecto.

1	Sigue manteniendo informado a los patrocinadores.	<p>Envía las encuestas a los patrocinadores para obtener la información necesaria para la entrega de recompensas. También publica una actualización para agradecerles su apoyo e informales de los próximos pasos.</p> <p>Con Spotlight puedes convertir tu página de proyecto en una página web que cuenta la historia de tu proyecto desde el principio hasta el final.</p>
2	¿Mandaste todas las recompensas? - ¡Misión cumplida!	<p>Informa a tu comunidad que el proyecto está terminado y que has entregado todas las recompensas. Recomendamos que sigas comunicándote con ellos - manda actualizaciones periódicamente cuando se presenten nuevos logros, nuevos artículos en la prensa, cuando ganas un premio, etc.</p>

¡Lo lograste!