

Spis treści

Przedmowa	10
Wstęp	14
Podziękowania	16

Część 1 – # Crowdfunding

ROZDZIAŁ 1. Stan rozwoju sieci społecznościowych	20
Przyrost użytkowników sieci	20
Epoka masowego uploadu	21
Trendy i wymagania (nowe)	22
ROZDZIAŁ 2. Definicje crowdfundingu	26
Tłumaczenie sensowne	27
Rozwój	27
Produkcja masowa, crowdfunding i współtworzenie	28
Na początku cele socjalne	29
Czym jest naprawdę crowdfunding?	30
ROZDZIAŁ 3. Dezintermediacja i dzielenie się	32
Inne rodzaje wrażliwości	33
Prawdziwe dzielenie się i „podziel się” Facebooka	36

Część 2 – Modele crowdfundingu

ROZDZIAŁ 4. Reward based crowdfunding	40
Główna nagroda to bycie częścią projektu	41
Pakt zaufania	42
Dwa rodzaje reward based crowdfundingu	42
ROZDZIAŁ 5. Equity based crowdfunding	46
Rodzaje equity based crowdfundingu	48
Włoski normatyw dotyczący equity based crowdfundingu	48
ROZDZIAŁ 6. Social lending	52
Platformy social lendingu	52
Gwarancje oferowane przez platformę	55
ROZDZIAŁ 7. Tendencja hybrydyzacji w stronę nowych modeli	56
Kierunki rozwoju	56
Ratujemy naszą księgarnię!	59
Badanie rynku czy przedsprzedaż?	59
Crowdfunding obywatelski	60
Rozrywka, gaming, streaming i... crowdfunding!	62

Część 3 – Scenariusze crowdfundingu

ROZDZIAŁ 8. Sytuacja międzynarodowa	68
Liczba projektów crowdfundingu na świecie	69
Pionierzy bez platformy	70
Platformy crowdfundingu	75
Mainstream goes to crowdfunding	79
Prymat „community” w krajach anglosaskich	81
ROZDZIAŁ 9. Crowdfunding we Włoszech	86
Dane statystyczne	86
Kultura, wiedza i infrastruktura	88
Platforma „Produttori dal basso”	88
Case history projektów włoskich	91

Część 4 – Projektowanie

ROZDZIAŁ 10. Dlaczego autor projektu korzysta z crowdfundingu	106
Praca nad samym sobą	107
Reputacja jak waluta wymienna	110
Przykład możliwego projektu	111
Czy wybierać projekt?	115
ROZDZIAŁ 11. Materiały do przygotowania	118
Nazwa	118
Call to action	119
Wideo reklamowe	121
Zdjęcie lub obraz	129
Tekst prezentacji	130

ROZDZIAŁ 12. Budżet, nagrody i termin kampanii	132
Budżet i udziały	132
Nagrody	134
Termin kampanii	137

Część 5 – Załadunek

ROZDZIAŁ 13. Wybór platformy	142
Panorama platform	143
Załadunek projektu na platformę	158

ROZDZIAŁ 14. Tworzenie własnego portalu	162
Czy warto?	163
Vice versa – inny przykład z dziedziny kultury	163

ROZDZIAŁ 15. Systemy płatności w crowdfundingu ...	166
Sukces PayPala	166
Systemy płatności telefonem lub SMS-em	168

Część 6 – Kampania

ROZDZIAŁ 16. Curation, ogłoszenie i prowadzenie kampanii	172
Najpierw dać, aby mieć	173
Opowiadanie historii	173
Niespodziewane zdumiewające wydarzenia	174
Zalecenia	175

ROZDZIAŁ 17. Narzędzia i aplikacje	176
YouTube	176
Facebook	179
Google Plus	181
Twitter	183
Pinterest	184
Instagram	186
Spreker	186
Vine	187
Hangouts	187
ROZDZIAŁ 18. Wspólnota	190
Przykład	191
<i>Content is king</i> Contest is king	191
ROZDZIAŁ 19. Storytelling	194
Metoda CAST w zastosowaniu do crowdfundingu	196
O fabule historii	196
Storytelling a crowdfunding	200
ROZDZIAŁ 20. Serendipity	202
ROZDZIAŁ 21. Przykład kampanii	
– „Ona powiedziała tak”	206
Wiedzieć, do kogo się zwrócić i jak	208
Kampania nabiera życia	210
Przełom medialny	210
Niespodziane wkłady kreatywne	211
Wnioski	212

ROZDZIAŁ 22. Po kampanii	214
Podziękowania	214
Realizacja projektu i wysyłanie nagród	215

Część 7 – Wywiady i refleksje

WYWIAD: Angelo Rindone – Produzione dal basso	222
REFLEKSJA: A Włochy?	227
WYWIAD: Francesco Fantoni – Crowdfunding w kinie	230
WYWIAD: Angelo Licata – Dark Resurrection, crowdfunding przed crowdfundingiem	232
Dane statystyczne	233
Wywiad	234
REFLEKSJA: Pasja jak pieniądź	236
WYWIAD: Giovanni Gulino – Musicraiser	239
REFLEKSJA: O przyszłości crowdfundingu	241