



# SUTELKTNIO FINANSAVIMO ATMINTINĖ

**Sutelktinis (minios) finansavimas (crowdfunding)** – lėšų rinkimas internete, kai prie projekto įgyvendinimo prisideda daug žmonių (dažniausiai nedidelėmis sumomis).

**Lėšų pritraukimas (fundraising)** – lėšų rinkimo būdas, kai pinigai renkami (aukojami) įvairiems socialiniams projektams, paramai ir labdarai.

## Sutelktinio finansavimo tipai:

- **Paramos projektai** (angl. donation crowdfunding) – už projekto finansavimą rėmėjas negauna jokio finansinio (materialaus) atlygio (Aukok.lt, Susimetam.lt).
- **Atlygio** (angl. reward crowdfunding) – už projekto finansavimą rėmėjai dažniausiai gauna tam tikrą materialų, bet ne finansinį atlygį (Indiegogo, Kickstarter).
- **Turinio prenumerata** (subscription crowdfunding) (Contribee, Patreon).
- **Paskolos** (angl. lending) – skolinimu grįstas sutelktinis finansavimas. Rėmėjai skolina lėšas projekto autoriui ir už tai gauna fiksuotą investicinės grąžos normą (Kiva).
- **Nekilnojamojo turto plėtojimas** (angl. real estate crowdfunding) – nekilnojamojo turto sutelktinis finansavimas.
- **Kolektyvinis investavimas** (angl. equity crowdfunding) – nuosavybės perdavimu grįstas sutelktinis finansavimas (Seedrs).

## Pagrindiniai sutelktinio finansavimo atlygio išmokėjimo būdai:

- **Viskas arba nieko** (All or nothing) – projekto vykdytojui lėšos išmokamos tik tuo atveju, jei per anksčiau sutartą finansavimo laikotarpį buvo surinkta (arba viršyta) visa projekto vykdytojo nustatyta finansavimo suma.
- **Viskas ir dar daugiau** (All and more) – projekto vykdytojui išmokama tiek lėšų, kiek surenkama iš rėmėjų, net ir tuo atveju, jei projekto vykdytojo prašoma finansavimo suma nėra pasiekta. Nepasiekus nustatytos sumos, taikomas didesnis komisinis mokestis.

## Aukotojų, rėmėjų pasiekimo būdai:

- Tikslinis kvietimas (soc. medijos, naujienlaiškiai, skaitmeninė reklama paieškų sistemose, *face to face* reklama).
- Skaitmeniniai būdai (sutelktinio finansavimo platforma).
- Masinė medija (televizija, radijas, spauda, lauko reklama, portalai).
- Soc. tinklai (*Youtube, Facebook, Instagram, LinkedIn* ir kt.).
- Renginiai (edukaciniai, šventiniai, spaudos konferencijos ir kt.).
- Ambasadorystė.



## Lėšų pritraukimo kampanija:

- Poreikis (tikslas).
- Aukotojų, rėmėjų identifikavimas (amžius, lokacija, šeiminė padėtis, išsilavinimas, pajamos).
- Aukotojų (rėmėjų) pasiekimo būdai.
- Jums skirtos paramos kanalai.
- Lėšų pritraukimo kanalai: pavedimas, mokėjimų platformos, trumpasis numeris, partneriai, paramos prekė.

## Papildomi klausimai inicijuojant bei įgyvendinant sutelktinio finansavimo projektą:

Koks jūsų organizacijos identitetas, komunikacijos tikslas, siekiamas rezultatas? Ką jau esate nuveikę savo srityje? Kokį esminį pokytį sukūrėte?

Kodėl apie tai kalbu? Kaip apie tai kalbu? Ko siekiu?

Koks laikas, vieta, situacija, kontekstas?

Kodėl tai svarbu? Kur slypi esminis motyvas? Kur galiu rasti savo aukotoją? Kaip jį motyvuoti aukoti? Kaip asmuo / įmonė gali prisidėti; kokios pagalbos ir kokia forma reikia; ką dėl to nuveiksite?

Kodėl žmonės prisideda? Nori jaustis bendruomenės dalimi, jaučia, kad sutampa vertybės; nori tiesiogiai dalyvauti projekto veiklose; nori palaikyti pažįstamą žmogų; siekia išskirtinio apdovanojimo.

Ką komunikuoti? Kokią problemą sprendžiate, kokiai žmonių grupei tai aktualu, kodėl tai yra problema, kas pasikeis ją išsprendus?