

PIERWSZY MILION Z CROWDFUNDINGU

Katalog platform crowdfundingowych





SPIS TREŚCI

Czym jest crowdfunding?	4
Główne rodzaje finansowania społecznościowego	6
Wypowiedzi	7
Jak sfinansować swój pomysł w 5 krokach?	10
Jak skutecznie promować swój projekt crowdfundingowy	11
Popularne platformy crowdfundingowe	21
Problemy, z którymi mierzą się organizatorzy kampanii	22
Historie sukcesu	26



SONIA BAZAN
kierowniczka zespołu
Inkubatora Technologicznego,
Krakowski Park Technologiczny

Jako Inkubator Technologiczny staramy się wspierać startupy i pomysłodawców w możliwie wszechstronny sposób, czy to zapewniając im dostęp do infrastruktury, czy sieci krajowych oraz międzynarodowych ekspertów i funduszy inwestycyjnych. W projekcie Idea Development Camp – Crowdfunding Edition, dzięki wsparciu Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego, chcemy pokazać alternatywną metodę finansowania innowacyjnych produktów i usług jaką jest crowdfunding. Mamy nadzieję, że dzięki temu katalogowi oraz serii zaplanowanych przez nas wydarzeń i szkoleń coraz więcej osób, szczególnie w naszym regionie, będzie korzystało właśnie z finansowania społecznościowego, które oprócz możliwości pozyskania funduszy na rozwój jest również znakomitą sposobem na przeprowadzenie weryfikacji rynku i zapotrzebowania na dany produkt.





CZYM JEST CROWDFUNDING

Prawie każdy startup, młoda firma czy przedsiębiorcy posiadający innowacyjne rozwiązania dochodzą do etapu, w którym zaczynają zastanawiać się, jak sfinansować swój projekt. Niektórzy wykorzystują własne środki (80%), inni sięgają po kredyty, wsparcie prywatnych inwestorów czy po finansowanie z projektów unijnych i krajowych. Jednak tworząc nowe produkty i usługi można także jeszcze na wczesnym etapie rozwoju, zweryfikować potrzebę rynku i jednocześnie pozyskać pierwszych klientów bez angażowania dodatkowych źródeł finansowania. Jak to zrobić? Taką możliwość dają platformy crowdfundingowe umożliwiające zbiórki pieniędzy zarówno na cele biznesowe, jak i charytatywne.

Crowdfunding, z definicji, to praktyka pozyskiwania środków finansowych na realizację projektu poprzez niewielkie darowizny wielu drobnych inwestorów. Opiera się na różnych podejściach do oferowania wsparcia finansowego, w tym na inwestycjach kapitałowych, pożyczkach P2P, finansowaniu społecznościowym opartym na nagrodach, darowiznach i hybrydowym finansowaniu społecznościowym. Finansowanie odbywa się za pośrednictwem przeznaczonych do tego celu platform społecznościowych. Ta forma zapewnia bezpośredni dostęp do rynku i eliminuje potrzebę korzystania z pożyczek, czy funduszy inwestycyjnych. Pozwala na skalowalne biznesu i elastyczne podejście do pozyskiwania funduszy.

Kampanie crowdfundingowe ułatwiają dotarcie do szerokiej grupy ludzi, którzy są skłonni ulokować swoje środki w powstającym dopiero produkcie, usłudze czy biznesie lub wesprzeć akcje charytatywne.

Finansowanie społecznościowe to świetny sposób na rozwiązanie kilku istotnych problemów, z jakimi często borykają się młodzi przedsiębiorcy i pomysłodawcy. Odwraca standardowy model, w którym koszty i ryzyko ponosi się już po uruchomieniu produkcji. Pozwala to na walidację rynku i pomysłu na wczesnym etapie, oszczędzając tym samym czas i pieniądze na zbudowanie produktu, na który mogłoby nie być popytu. Platformy umożliwiają zebranie opinii na temat naszego pomysłu i jego dopracowanie przed startem.

Crowdfunding znakomicie wpisuje się w metodę Lean Startup, która dzięki dostosowywaniu modelu biznesowego do realiów rynkowych pomaga niwelować niepewność projektu. Działalność crowdfundingowa po raz pierwszy pojawiła się w Wielkiej Brytanii w 2007 r., a następnie szybko rozwinęła się na rynku amerykańskim. W Chinach ta forma finansowania zaczęła się popularyzować dopiero w 2013 r., ale już w 2018 r. to właśnie ten kraj stał się największym graczem na rynku crowdfundingowym.

Zgodnie z raportem badawczym „Globalny rynek finansowania społecznościowego, wielkość, status i prognoza 2019-2025” w 2018 r. wielkość globalnego rynku crowdfundingowego wynosiła 10,21 mld USD i oczekuje się, że do końca 2025 r. osiągnie wartość 28,77 mld USD, przy średniorocznym wzroście na poziomie 16% w latach 2019-2025.

W Polsce, w 2020 r., na zrzutki w internecie przeznaczono ponad miliard złotych.

„Nie ma znaczenia, czy mamy do czynienia ze zbiórką o charakterze charytatywnym, biznesowym, społecznym, naukowym, kulturalnym czy indywidualnym: popularność każdej z powyższych kategorii cieszy się dużym zainteresowaniem wśród Polaków. Dzięki temu tempo rozwoju crowdfundingu w naszym kraju nie słabnie już od kilku lat.”

Tomasz Chołast,
współzałożyciel platformy Zrzutka.pl.



ZALETY CROWDFUNDINGU



DEMOKRATYZACJA POZYSKIWANIA KAPITAŁU

prawie każdy może zbierać fundusze na projekty dowolnej wielkości



WYKONALNOŚĆ RYNKOWA

prezentując zaledwie mockupy/layouty projektu lub też MVP można zebrać cenne informacje zwrotne i odpowiednio ulepszyć produkt jeszcze przed jego finalnym wypuszczeniem



OCENA JAKOŚCI PROJEKTU

badanie rynku pod względem zapotrzebowania na dany produkt lub usługę



ŁATWOŚĆ I DOSTĘPNOŚĆ INWESTOWANIA I WSPARCIA

możliwość dokonywania przelewu niewielkich kwot



GŁÓWNE RODZAJE FINANSOWANIA SPOŁECZNOŚCIOWEGO

CROWDFUNDING OPARTY NA NAGRODACH (rewards-based crowdfunding)

Osoby fizyczne przekazują darowizny na rzecz projektu lub firmy, a w zamian za swój wkład otrzymują określoną nagrodę niefinansową (np. limitowane lub kolekcjonerskie wydania produktu).

CROWDFUNDING INWESTYCYJNY udziałowy (crowdinvesting, equitycrowdfunding)

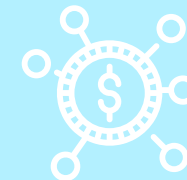
Sprzedaż udziałów w przedsiębiorstwie wielu inwestorom w zamian za inwestycję w projekt. Finansowanie podobne jest do modelu sprzedaży akcji zwykłych, które są kupowane lub sprzedawane na giełdzie. W zamian inwestorzy oczekują osiągnięcia zysków poprzez późniejsze zbycie swoich udziałów/ akcji lub otrzymanie wypłaconej przez spółkę dywidendy.

CROWDFUNDING DOTACYJNY charytatywny (donation-based crowdfunding)

W tej formie finansowania społecznego nie występuje świadczenie zwrotne na rzecz inwestora. Osoby fizyczne przekazują niewielkie kwoty, aby osiągnąć większy cel finansowania zbiórki charytatywnej, nie otrzymując przy tym żadnego zwrotu finansowego ani materialnego. Finansowanie ma charakter całkowicie filantropijny.

CROWDFUNDING DŁUŻNY pożyczki społecznościowe (crowdlending, social-lending, peer-to-peer lending)

Jest to forma społecznościowej pożyczki pieniędzy, w której beneficjent finansowania ma obowiązek spłaty otrzymanych środków wraz z ustaloną wcześniej kwotą odsetek. Umożliwia automatyczne inwestowanie w grupy podmiotów spełniające określone kryteria.



CROWDFUNDING OPARTY NA PRZEDSPRZEDAŻY (pre-sales crowdfunding)

Środki zbierane są na realizację konkretnego produktu lub usługi, które po wykonaniu są dostarczane społeczności i stanowią świadczenie wzajemne. Kampanie realizowane w tym modelu są związane z progiem zebranej kwoty minimalnej, którego przekroczenie jest konieczne do wypłaty środków i rozpoczęcia realizacji projektu (all or nothing).

CROWDFUNDING SUBSKRYPCYJNY/ PATRONACKI

Model crowdfundingu, w którym widzowie, czytelnicy czy fani wspierają autora niewielkimi, co miesięcznymi sumami, dzięki czemu mogą się oni rozwijać. Pozwala to twórcom na uzyskanie relatywnie stałego dochodu. Taka forma wsparcia umożliwia tworzenie trwałej więzi między twórcą, a fanami, tym samym zwiększając dopasowanie produktu do oczekiwań odbiorców. Kluczowym czynnikiem sukcesu modelu subskrypcyjnego jest utrzymanie klientów.



Crowdfunder®

MARCEL ROWIŃSKI,
Dyrektor operacyjny Crowdfunder

Rynek crowdfundingu udziałowego w Polsce jest na wznoszącej fali. Każdy rok przynosi informacje o kolejnych rekordach, co świadczy o wzroście popularności tej formy inwestycji zarówno ze strony perspektywicznych biznesów, jak i inwestorów. Cieszymy się z rezultatów obranej przez Crowdfunder drogi jakościowego doboru emitentów współpracujących z naszą platformą. Wierzymy, że zmiany w prawie przysłużą się do dalszego rozwoju i popularyzacji tej metody finansowania przedsiębiorstw.

Spółki prowadzące emisje akcji przy wsparciu Crowdfunder – wiodącej platformy crowdinvestingowej w Polsce – do połowy lipca 2021 r. pozyskały ponad 70 mln zł finansowania. Jest to pierwsza w Polsce platforma, przy której wsparciu emitenci pozyskali taką sumę wsparcia.

Od momentu uruchomienia platforma Crowdfunder wspierała **37 emisji akcji**. Zakończono 31 emisji, z czego **21 pełnym sukcesem**, tj. zebraniem całej wnioskowanej kwoty. W tym czasie inwestorzy społecznościami dokonali **niemal 15 000 inwestycji na średnią kwotę 4 866 zł**. Największa, jednorazowa inwestycja wyniosła **700 000 zł, a druga w kolejności 500 000 zł**. Ostatnio, **w zaledwie 6 godzin, kwotę 2,4 mln zł** zebrała spółka Alba Konopie, jedna z niewielu polskich firm kontrolujących proces produkcji swoich wyrobów od materiału siewnego, przez uprawę i ekstrakcję, aż do finalnego, certyfikowanego produktu. Do innych spółek konopnych promowanych przez Crowdfunder należą dwa kolejne rekordy polskiego crowdfundingu udziałowego. **Kombinat Konopny zebrał 4,2 mln zł w niespełna 40 minut, a CanPoland 4,4 mln zł w zaledwie 11 minut**. Crowdfunder wspiera emisje akcji spółek z różnych branż. Na platformie promowane były zakończone pełnym sukcesem **projekty Janusza Palikota**, w tym Tenczyńska Okovita SA, Alembik Polska SA czy Tenczynek Bezalkoholowe SA. Wśród emitentów znalazły się też Farmy Fotowoltaiki z branży OZE, czy polska marka wegańskiej czekolady Las Vegan's. Platforma wspierała także popularne browary, jak **Browar za Miastem**, e-commerce **Akardo**, **Pora na Pola** czy też **Coffeodesk**.

**RYNEK CROWD-
FUNDINGU
UDZIAŁOWEGO
W POLSCE JEST
NA WZNOSZĄCEJ
FALI. KAŻDY
ROK PRZYNOSI
INFORMACJE
O KOLEJNYCH
REKORDACH**



STARTOOY.

JAN NOSTITZ-JACKOWSKI
Founder & CEO Starooy

Finansowanie społecznościowe jest, ni mniej, ni więcej, formą internetowego ogłoszenia. Zasada jest dość prosta. Mamy pomysł, ale brak nam funduszy. Prosimy więc ludzi, którzy chcieliby skorzystać z naszego wynalazku lub wesprzeć kreatywny projekt, o dokonanie swoistej przedpłaty za coś, co jeszcze nie istnieje. Tyle teorii.

W praktyce etapów zbiórki jest kilka. Podstawowym zagadnieniem jest oczywiście sam pomysł. Crowdfunding nie wybiera - możemy wyjść z dowolnym celem, a jeśli znajdą się ludzie chcący nas wesprzeć, to wygramy. Mamy więc do czynienia ze zbiórkami charytatywnymi, na wydanie gry planszowej, płyty muzycznej, zrealizowanie wyjazdu, czy nagranie filmu. Nie ma złych odpowiedzi, ale trzeba się dobrze przygotować i słuchać społeczności.

W większości przypadków mówiąc „crowdfunding” mamy na myśli finansowanie oparte o nagrody. Przebieg jest prosty: ustalamy progi, za które po wpłacie deklarujemy się przekazać odpowiednią formę podziękowania. Jeśli jest taka możliwość (bo tworzymy coś „fizycznego”) w ramach nagrody przekazać powinniśmy nasz produkt. Crowdfunding to taka ostateczna forma demokracji finansowania projektów – bo jeszcze zanim coś zostanie stworzone, twórca musi przekonać do tego ludzi i to oni podejmują decyzję. W związku z powyższym jest to więc nie tylko świetny sposób na zdobycie funduszy, ale również doskonała metoda weryfikacji i walidacji naszego pomysłu.



 **zbieram.pl**

NATALIA JĘDRZEJCZAK
Zbieram.pl

Rynek crowdfundingowy w naszym kraju rozwija się bardzo dynamicznie. Momentem przełomowym był rok 2020, kiedy to nastąpił prawdziwy boom w tej branży. Miało na to wpływ kilka czynników, ale jednym z najważniejszych był wybuch pandemii. Społeczeństwo postawione w trudnej sytuacji ekonomicznej chętniej szukało wsparcia właśnie przy pomocy narzędzi crowdfundingowych, odnotowano też wzrost aktywności osób wspierających.

Paradoksalnie, część społeczeństwa nadal obawia się wspierać tego typu inicjatywy. Zaufanie do nich stopniowo wzrasta, ale nadal jest dalekie od tego widocznego na zachodzie. Podstawą działania serwisów crowdfundingowych powinno być zatem wzmacnianie bezpieczeństwa użytkowników oraz silniejsza weryfikacja organizatorów.

ZANIM W PEŁNI ZAANGAŻUJESZ SIĘ W BUDOWĘ NOWEGO PRODUKTU, UPEWNIJ SIĘ, ŻE JEST NA NIEGO POPYT.



KRAKOWSKI
PARK
TECHNOLOGICZNY

JAROSŁAW CHOJNACKI
Krakowski Park Technologiczny

Startupy na wczesnym etapie rozwoju swojego biznesu często poszukują finansowania. Większość sięga po środki własne, wspiera się rodziną i znajomymi. Niektórzy próbują pozyskać granty unijne, pożyczki niskoprocentowane czy zdobyć przychylność funduszy inwestycyjnych i aniołów biznesu. Bardzo niewielu natomiast dostrzega potencjał jaki drzemie w platformach crowdfundingowych, które dają możliwość zebrania finansowania na prawie każdy cel, lecz przede wszystkim pozwalają zweryfikować realne potrzeby rynku. Są swego rodzaju wyzwaniem dla młodych startupów, które muszą poddać weryfikacji swój produkt, obnażyć szczegóły projektu i pokazać profesjonalne podejście i zgrany zespół. Ale czy nie o to chodzi?

Eric Ries pisząc książkę „The Lean Startup” opracował zasady, które mają na celu pomóc startupom być bardziej elastycznymi i reagować na zmiany. Lean ma na celu skrócenie cyklu rozwoju produktu i szybkie odkrycie, czy dana koncepcja biznesowa jest wykonalna. W realizacji tego podejścia mogą istotnie pomóc platformy CF.

Nie warto tracić czasu na budowanie produktów i usług, jeśli rynek ich nie potrzebuje. Wczesna analiza pozwala ograniczyć koszty i czas, dokonać ewentualnych zmian lub nawet całkowicie zrezygnować z dalszych prac, jeśli nie ma chętnych do zakupu nowych rozwiązań. Z drugiej strony dobry produkt, sprzedany jeszcze na etapie pomysłu, może z łatwością zapewnić finansowanie i rozgłos oraz potwierdzić słusznie obrany kierunek.



JAK SFINANSOWAĆ SWÓJ PROJEKT W 5 KROKACH

ZNAJDŹ USP (Unique Selling Proposition)

i przygotuj materiały informacyjne.

Tak, jak w pitchdecku dla inwestorów, tak w crowdfundingu czy crowdinvestingu należy przedstawić atuty biznesu, rynkowe argumenty za rozwojem, a wszystko to opisać prostym, zrozumiałym dla każdego językiem. Pokaż, co odróżnia Cię od konkurencji. Opis powinien być krótki i przejrzysty. Musi zawierać informacje na temat projektu, celu zbiórki, listy nagród lub sposobu wynagradzania. Jeśli już wcześniej podjąłeś jakieś kroki w celu realizacji swojej inicjatywy - opisz je.

PRZYGOTUJ PLAN PROMOCJI

I ŚRODKI FINANSOWE

Nawet najlepiej przygotowana zbiórka nie odniesie sukcesu, jeśli internauci o niej nie usłyszą. Dlatego już na samym początku warto szczegółowo zaplanować działania promocyjne, wizerunkowe i marketingowe. W promocji swojej zbiórki sięgnij do mediów krajowych, lokalnych i branżowych. Zaangażuj influencerów, szukaj potencjalnych inwestorów na forach tematycznych i w grupach dyskusyjnych. Skorzystaj z możliwości, jakie daje Ci targetowanie reklam.

WYBIERZ PLATFORMĘ

Sposób prowadzenia kampanii crowdfundingowej zależy w 100% od przedsiębiorcy. Można robić to własnymi siłami, jednak dobrze dobrana platforma może przyczynić się do lepszej promocji zbiórki i zwiększyć szanse na sukces całego przedsięwzięcia. Platformy crowdfundingowe zapewniają także dodatkowe wsparcie w postaci wskazówek, dobrych praktyk, a nawet społeczności, która może okazać się zainteresowana Twoim produktem lub usługą. Warto wziąć to pod uwagę szczególnie wtedy, kiedy nie masz w swoim zespole dużego działu IT, czy też prawnego, które wesprą Cię w działaniach.

1

2

3

4

5

STARTUJ I REAGUJ NA ZMIENIAJĄCE SIĘ OTOCZENIE

Pierwsze dni kampanii są kluczowe dla odniesienia sukcesu całego projektu. Bez przygotowanego wcześniej planu, kreacji reklam, postów i grafik do mediów społecznościowych ciężko będzie nad wszystkim zapanować tuż po starcie. Na bieżąco monitoruj zachowania potencjalnych darczyńców, reaguj na zmiany i modyfikuj założenia reklam. W ten sposób może Ci się udać wywołać efekt kuli śnieżnej

SPOŁECZNOŚĆ W TRAKCIE I PO ZAKOŃCZENIU

Ogromnym atutem zbiórki crowdfundingowej jest społeczność, jaka utworzyła się wokół projektu - każda z tych osób staje się naturalnym ambasadorem marki, mikro influencerem, a zarazem surowym recenzentem. Informuj ich o postępach, ale i problemach. Ucz się słuchać i wykorzystywać krytykę. Społeczność, szczególnie po zakończeniu zbiórki, to ogromna wartość, która promuje, buduje cash-flow i bezpłatnie testuje.



Konrad Latkowski,
Beesfund



JAK SKUTECZNIE PROMOWAĆ SWÓJ PROJEKT CROWDFUNDINGOWY



Stwórz własną stronę internetową promującą Twoją akcję.

Promuj zbiórkę w social mediach i utrzymuj stałą relację z odbiorcami twojej kampanii.

Zwróć się z prośbą o pomoc w promocji swojej akcji do lokalnych mediów: stacje radiowe, telewizja, portale internetowe, gazety.

Poproś osobiście o wsparcie w promocji znane osoby, do których zaliczyć można: celebrytów, piosenkarzy, aktorów, pisarzy, polityków czy sportowców.

Wyślij wiadomości e-mail do wszystkich odbiorców ze swojej książki adresowej z chwytliwym tytułem.

Platformy crowdfundingowe poważnie traktują weryfikację informacji na potrzeby kampanii, aby chronić swoją wiarygodność, a także pieniądze obiecane przez zwolenników crowdfundingu.

Najważniejsza dla działań crowdfundingowych jest historia, która się za nimi kryje. Przygotuj historię, która pobudzi wyobraźnię i powiąże produkt z tym, co jest istotne w życiu ludzi.

Komunikuj zbiórkę w łatwy i przystępny sposób, najlepiej w kilku słowach/zdaniach.



POPULARNE PLATFORMY CROWDFUNDINGOWE

POLSKIE PLATFORMY

BEESFUND

beesfund.com

Najstarsza i największa platforma udziałowego finansowania społecznościowego w Polsce. Przeznaczona dla spółek, daje możliwość pozyskania do 1 mln euro, a już niedługo nawet do 5 mln euro. Ponad 100 emisji z branż od R&D, przez piwa i alkohole, na modzie i kosmetykach kończąc.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW:

crowdinvesting, wszechstronne

OPŁATA: od 25 do 45 tysięcy opłaty wstępnej + prowizja od pozyskanego kapitału od 5,5% do 6,9% + opłata końcowa.

ŁĄCZNIE ZEBRANE ŚRODKI: 68 633 568 zł

LICZBA WSPARTYCH PROJEKTÓW: Beesfund bezpośrednio nie wspiera spółek, natomiast swoje kampanie emitowało na tej platformie 105 spółek

LICZBA WSPIERAJĄCYCH: ponad 71 000 inwestorów

CROWDWAY

crowdway.pl

Crowdway.pl to jedna z największych w Polsce internetowych platform crowdfundingu inwestycyjnego (crowd-investingu). Na koncie ma informowanie o największych w Polsce zbiórkach realizowanych przez spółki szybkiego wzrostu i startupy, o łącznej wartości ponad 70 mln zł, w tym już ponad 18 mln zł w 2021 r. (kampanie zakończone). Od początku działalności Crowdway aż 21 wspieranych przez platformę kampanii osiągnęło 100 proc. celu. Crowdway jest laureatem konkursu Złote Spinacze 2020 w kategorii „PR finansowy i relacje inwestorskie” za wsparcie emisji dla spółek Janusza Palikota. Operatorem platformy jest Crowdway sp. z o.o., która jest częścią Vortune Equity Group S.A. Vortune Equity Group udostępnia szeroki zakres form pozyskiwania kapitału w ramach crowdfundingu udziałowego, przez programy private equity, po instrumenty finansowe.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW:

udziałowy (crowdinvesting) dla spółek z różnych branż: FMCG, e-commerce, OZE, nowe technologie, gaming, produkcja. Wszystkie realizowane projekty mają charakter inwestycyjny.

OPŁATA: indywidualna platforma dobiera projekty selektywnie. Wynagrodzenie składa się z ryczałtu i success fee.

ŁĄCZNIE ZEBRANE ŚRODKI: 70 356 926 zł

WSPARTYCH PROJEKTÓW: 37

WSPIERAJĄCYCH: 14 445



POPULARNE PLATFORMY CROWDFUNDINGOWE

POLSKIE PLATFORMY

ODPALPROJEKT

odpalprojekt.pl

OdPalProjekt.pl to platforma finansowania społecznościowego umożliwiająca autorom projektów pozyskanie kapitału od Internautów. W zamian wspierający stają się współtuczestnikami, komentatorami i każdorazowo otrzymują unikalne bonusy za wsparcie przedsięwzięcia. Dzięki modelowi finansowania „Bierzesz ile zbierzesz” projektodawcy mogą realizować swoje projekty niezależnie od osiągniętego celu.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW:

wszechstronne kategorie, dominują projekty muzyczne, filmowe, książkowe

OPŁATA: prowizja od pozyskanych środków

ŁĄCZNIE ZEBRANE ŚRODKI: 4 113 815,65 mln zł

LICZBA WSPARTYCH PROJEKTÓW: 659

LICZBA WSPIERAJĄCYCH: 33 826

FINDFUNDS

findfunds.pl

Find Funds to pierwsza i największa w Polsce platforma equity crowdfunding obsługująca spółki z o.o., a od 2021 roku wspiera w procesie także spółki akcyjne. Od 5 lat umożliwia młodym przedsiębiorstwom przeprowadzenie rundy dla inwestorów w formule kampanii crowdfundingowej. Pilotując i nadzorując proces podwyższenia kapitału operacyjnie wspiera także przyłączenie nowych współników tak, aby spółka po zebraniu kapitału mogła skupić się na realizacji założonego planu biznesowego. Pomaga także w budowaniu długoterminowego planu docelowego upublicznienia swoich klientów, a skuteczność ich działań potwierdzają 3 debiuty giełdowe spółek, które zaczynały od kampanii crowdfundingowej jako spółki z o.o.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW: inwestycyjne

OPŁATA: 15 tys. zł + 8-10%

ŁĄCZNIE ZEBRANE ŚRODKI: 25 mln zł

LICZBA WSPARTYCH PROJEKTÓW: 23

LICZBA WSPIERAJĄCYCH: 1100



POPULARNE PLATFORMY CROWDFUNDINGOWE

POLSKIE PLATFORMY

ZRZUTKA

zrzutka.pl

Zrzutka.pl to uniwersalne narzędzie do organizowania kampanii crowdfundingowych na dowolny cel, bez opłat, bez prowizji. Na platformie zostało zebranych już ponad pół miliarda zł. Organizatorzy mają do dyspozycji szereg udogodnień oraz narzędzi pomagających w osiągnięciu celu: aktualności, nagrody, posty do nagród, skarbonki, qr kody, adresy śledzące oraz integracje z Facebook Pixel, Google Analytics i Google Ads, dzięki którym mają dostęp do własnych statystyk i konwersji - wpłat. Organizowane zrzutki mogą być jednorazowe, oraz cykliczne, w których darczyńcy przekazują wpłaty cykliczne - subskrypcyjne (comiesięczne obciążenie karty płatniczej). Do każdej zrzutki można zamówić unikalną na rynku kartę wpłatniczą (QR kod + NFC), która zastępuje terminal płatniczy. Środki zebrane na zrzutka.pl można wypłacać błyskawicznie w dowolnym momencie na własne konto bankowe oraz bezpośrednio na karty Visa.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW: wszechstronne

OPŁATA: brak opłat, brak prowizji

ŁĄCZNIE ZEBRANE ŚRODKI: blisko 510 mln zł

LICZBA WSPARTYCH PROJEKTÓW: ponad 730 222

LICZBA WSPIERAJĄCYCH: 7 193 099

WSPIERAM.TO

wspieram.to

Wspieram.to prężnie działa na polskim rynku od 2013 roku. Platforma oferuje możliwość gromadzenia środków zarówno na cele kreatywne, jak i dobroczynne, za pomocą kilku modeli finansowania. Na kampanie prowadzone na Wspieram.to użytkownicy wpłacili łącznie już ponad 31 milionów złotych, 40 kampanii osiągnęło wynik ponad 100 tysięcy złotych (z czego trzy ponad pół miliona). Platforma stawia na dostępność pomocy specjalistów i intuicyjność serwisu, chętnie daje przestrzeń markom do kreatywnej współpracy. Akcje marketingowe oraz CSR na Wspieram.to przeprowadzały już min.: Aviva, Axa, innogy, Desperados, Blik a także Urząd Miasta Szczecin.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW: wszechstronne

OPŁATA: zależny od rodzaju projektu (od 2,5% do 9,5%) + prowizja 2,5%

ŁĄCZNIE ZEBRANE ŚRODKI: 31 mln zł

LICZBA WSPARTYCH PROJEKTÓW: ponad 3,5 tys.

LICZBA WSPIERAJĄCYCH: ponad 500 tys.



POPULARNE PLATFORMY CROWDFUNDINGOWE

POLSKIE PLATFORMY

POLAKPOTRAFI

polakpotrafi.pl

PolakPotrafi.pl to największa w Polsce platforma crowdfundingowa, opierająca się o nagrody. Portal działa na dwóch zasadach: wykorzystuje możliwości, jakie daje crowdsourcing i crowdfunding. Na PolakPotrafi.pl obowiązuje zasada „wszystko albo nic”. Serwis PolakPotrafi.pl skupia zarówno szalone, niepowtarzalne, jak i proste projekty.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW: wszechstronne

OPŁATA: 7,4% + opłata transakcyjna 2,5%

ŁĄCZNIE ZEBRANE ŚRODKI: brak danych

LICZBA WSPARTYCH PROJEKTÓW: brak danych

LICZBA WSPIERAJĄCYCH: brak danych

PATRONITE

patronite.pl

Patronite to unikatowa w skali kraju platforma crowdfundingu subskrypcyjnego. Promuje regularne i rozłożone w czasie wpłaty. Patronem może być oddany fan muzyki, który nie może doczekać się kolejnej płyty, czy widz, wiernie oglądający twórczość danego youtubera. Patronem może być także firma wspierająca młodego naukowca lub miłośnik sportowego klubu - ważne jest, aby oprócz pieniędzy narodziła się między nimi relacja, w której każdy daje coś od siebie.

Patronite.pl to miejsce wspierania pojedynczych ludzi lub grup ludzi, a nie pojedynczych okazjonalnych projektów. Jeżeli szukasz metody, jak zamienić pasję w pracę, jeśli realizujesz serię projektów, potrzebujesz ciągłej i systematycznej pomocy, jesteś w stanie zaproponować coś swoim Patronom w zamian za wsparcie, to Patronite jest właśnie dla Ciebie.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW: subskrypcyjne (patronackie)

OPŁATA: 6.5%+VAT + opłata transakcyjna (im obroty są wyższe, tym stawka jest niższa)

ŁĄCZNA LICZBA PATRONÓW: ponad 500.000

ŁĄCZNA LICZBA TWÓRCÓW: 6.000

ŁĄCZNA KWOTA WSPARCIA NA RZECZ AUTORÓW

OD MOMENTU URUCHOMIENIA PLATFORMY: ponad 40 MLN PLN



POPULARNE PLATFORMY CROWDFUNDINGOWE

POLSKIE PLATFORMY

POMOC SIĘ LICZY

pomocsieliczy.pl

Platforma crowdfundingowa, w ramach której możliwe jest zakładanie i prowadzenie zbiórki na określony cel. Otwarta na ludzi z różnymi problemami i potrzebami, ale też zainteresowaniami i ambicjami, a zakres tematyczny prowadzonych zbiórek jest niemalże nieograniczony. Oferta PSL obejmuje poszczególne kategorie: zdrowie, marzenia, projekty, zwierzaki, inne. Spośród licznych portali zbiórkowych wyróżnia ich fakt, iż nie pobierają prowizji, aby całość zebranych środków mogła trafić bezpośrednio do beneficjenta zbiórki. Ze względu na specyfikę działalności platformy oraz fakt, że nie pobierają prowizji, realizowane są tu głównie projekty charytatywne.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW: charytatywne

OPŁATA: 0% + 1,59% opłata transakcyjna

LICZBA WSPIERAJĄCYCH: brak danych

LICZBA WSPARTYCH PROJEKTÓW: 107

ŁĄCZNIE ZEBRANYCH ŚRODKÓW: 298 946 zł.

ZBIERAM.PL

zbieram.pl

Zbieram.pl to nowy (powstał w marcu 2021 r), bezpłatny i nowoczesny serwis, który umożliwia przeprowadzenie zbiórki internetowej na dowolny cel. Użytkownicy najchętniej organizują zbiorki na cele związane z kulturą i sportem, zwierzętami i ekologią, zdrowiem, nagłymi wypadkami, projektami. Na Zbieram.pl użytkownik tworzy zbiórki i wypłaca zebrane środki za darmo - bez dodatkowych opłat. Środki można wypłacić w dowolnym momencie, nawet jeśli zbiórka nie osiągnęła 100% celu.

Zbieram.pl utrzymuje się z dobrowolnych darowizn. Wspierający mogą przekazać je podczas zasilania zbiórek organizowanych w serwisie. Dzięki temu serwis jest w stanie pokryć koszty m.in. promocji zbiórek, czy koszty operatorów płatności.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW: dowolne, zgodne z regulaminem i prawem

OPŁATA: 0%

ŁĄCZNIE ZEBRANE ŚRODKI: brak danych

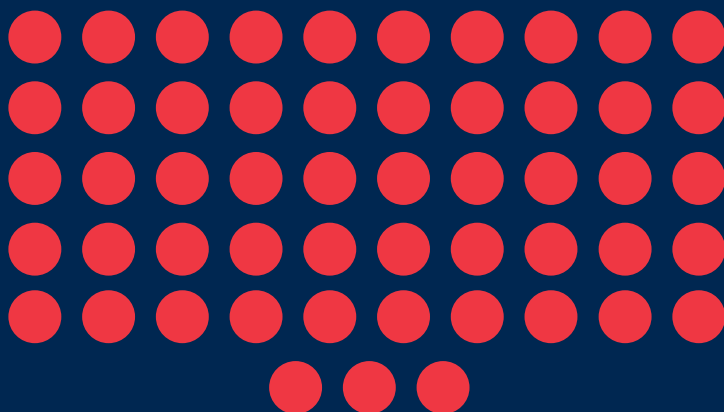
LICZBA WSPARTYCH PROJEKTÓW: brak danych

LICZBA WSPIERAJĄCYCH: brak danych

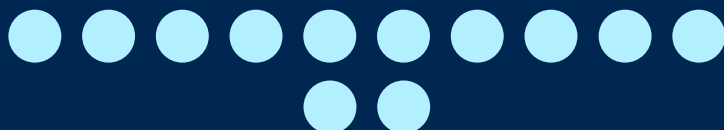


GENEROWANIE WPŁAT W RAMACH KAMPANII CROWDFUNDINGOWYCH

53% E-MAILI



12%
INTERAKCJI NA FACEBOOKU



3% TWEETÓW



ŚRODKI ZEBRANE
W RAMACH CROWD-
FUNDINGU WZROSŁY
W UBIEGŁYM ROKU
0 33,7%.



POPULARNE PLATFORMY CROWDFUNDINGOWE

ZAGRANICZNE PLATFORMY

KICKSTARTER

kickstarter.com

W każdej chwili na Kickstarterze finansuje się tysiące kreatywnych projektów. Każdy projekt jest tworzony i przygotowywany niezależnie, przez osobę za nim stojącą. Filmowcy, muzycy, artyści i projektanci, których widzisz na Kickstarterze, mają pełną kontrolę i odpowiedzialność za swoje projekty. Każdy twórca projektu ustala cel i termin jego finansowania. Dzięki modelowi finansowania „wszystko, albo nic” karty kredytowe wpłacających osób są obciążane tylko w sytuacji, kiedy założony cel finansowy zostanie osiągnięty.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW: wszechstronne

OPŁATA: 5% + opłaty transakcyjne 3% + 0,90 zł/wpłata

LICZBA WSPIERAJĄCYCH: 20 mln

LICZBA WSPARTYCH Z SUKCESEM PROJEKTÓW: 206,121

ŁĄCZNIE ZEBRANE ŚRODKI: 6.000.001.293\$

INDIEGOGO

indiegogo.com

Indiegogo to miejsce, w którym pojawiają się nowe i przełomowe produkty, czasami na długo przed tym, zanim trafią do sprzedaży. Za tysiącami kampanii uruchamianymi co tydzień na całym świecie stoją innowacyjne technologie, design i wiele więcej — często z ograniczonymi czasowo dodatkami i cenami dla pierwszych sponsorów.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW: wszechstronne

OPŁATA: 5% + opłaty transakcyjne 3-5%

LICZBA WSPIERAJĄCYCH: 10 mln

LICZBA WSPARTYCH PROJEKTÓW: 800tys.
(19000 każdego miesiąca)

ŁĄCZNIE ZEBRANE ŚRODKI: 2 ml\$



POPULARNE PLATFORMY CROWDFUNDINGOWE

ZAGRANICZNE PLATFORMY

PATREON

patreon.com

Patreon to platforma crowdfundingu subskrypcyjnego, która ułatwia twórcom zarabianie na produktach/usługach, które już tworzy (komiksy internetowe, filmy, muzyka, itp.). Fani płacą kilka dolarów miesięcznie lub za nowy „produkt”, który twórca wypuszcza. Promuje regularne i rozłożone w czasie wpłaty.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW: subskrypcyjne (patronackie)

OPŁATA: 5-12% + opłata transakcyjna

ŁĄCZNA LICZBA PATRONÓW: brak danych

ŁĄCZNA LICZBA TWÓRCÓW: 200.000 osób

ŁĄCZNA KWOTA WSPARCIA NA RZECZ AUTORÓW OD MOMENTU URUCHOMIENIA PLATFORMY: ponad 2 mld\$

GOFUNDME

gofundme.com

GoFundMe to wszechstronna platforma crowdfundingowa, która pozwala ludziom zbierać pieniądze dla siebie, przyjaciół, rodziny, a także całkiem obcych osób. Środki finansowe zbierane są głównie na cele społeczne, w tym koszty leczenia, edukacji, programy wolontariatu, sporty młodzieżowe, pogrzeby i pomniki, a nawet zwierzęta.

Jak sami o sobie piszą: „pomagamy inspirować świat, by przekuwał współczucie w działanie”. Dają ludziom narzędzia, których potrzebują, aby uchwycić i podzielić się swoją historią na szeroką skalę.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW: wszechstronne

OPŁATA: 0% + opłaty transakcyjne 3%

LICZBA WSPIERAJĄCYCH: 50 mln

LICZBA WSPARTYCH PROJEKTÓW: danych

ŁĄCZNIE ZEBRANE ŚRODKI: 9 mld\$



POPULARNE PLATFORMY CROWDFUNDINGOWE

ZAGRANICZNE PLATFORMY

SEEDINVEST

seedinvest.com

SeedInvest Technology została założona w 2012 roku w celu zapewnienia inwestorom możliwości wspierania startupów na wczesnym etapie rozwoju. Do tej pory sfinansowali ponad 235 firm, co czyni SeedInvest idealnym rozwiązaniem dla przedsięwzięć wymagających kapitału startowego.

Platforma jest miejscem pełnym inwestorów i przedsiębiorców, których pasją jest budowanie przyszłych innowacji.

Aby rozpocząć zbiórkę w pierwszej kolejności należy założyć konto, wypełnić wniosek oraz przejść proces weryfikacji obejmujący kontrolę due diligence.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW: inwestycyjne

OPŁATA: 7.5% +5% (equity fee)

LICZBA WSPIERAJĄCYCH: 500 tys.

LICZBA WSPARTYCH PROJEKTÓW: 235+

ŁĄCZNIE ZEBRANE ŚRODKI: 300 mln\$

START ENGINE

startengine.com

StartEngine daje możliwość każdej osobie zainwestowania niewielkich sum pieniędzy (od 100\$), poprzez wpłaty kierowane bezpośrednio do firm i startupów.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW: inwestycyjne

OPŁATA: 7-12% +2% (+10 000 USD przychodów odroczone)

LICZBA WSPIERAJĄCYCH: 500 tys.

LICZBA WSPARTYCH PROJEKTÓW: 500+

ŁĄCZNIE ZEBRANE ŚRODKI: 350 mln\$



POPULARNE PLATFORMY CROWDFUNDINGOWE

ZAGRANICZNE PLATFORMY

FUNDLY

fundly.com

Platforma crowdfundingowa Fundly skupia się głównie na zbieraniu środków finansowych przez organizacje non-profit, szkoły, kluby, kościoły itp.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW: wszechstronne

OPŁATA: 4,9% + opłaty transakcyjne 3%

LICZBA WSPIERAJĄCYCH: brak danych

LICZBA WSPARTYCH PROJEKTÓW: brak danych

ŁĄCZNIE ZEBRANE ŚRODKI: 330 mln\$

CHUFFED

chuffed.org/eu

Chuffed to strona skupiająca się na zbieraniu pieniędzy głównie na cele społeczne i charytatywne. Ich misją jest chęć pomocy i próba polepszenia życia w społeczeństwie. W marcu 2020 zebrali aż 20 milionów dolarów. Organizacja stara się być na bieżąco i pomagać w każdej sytuacji. Podczas pożarów w Australii udało im się zebrać aż 580 000\$, natomiast w czasach pandemicznych skupiła się na problemie pracowników Amazona, którzy nie otrzymali wypłaty podczas kwarantanny i musieli pracować i narażać innych na zakażenie. Strona niesie pomoc już od 2013 r. i ciągle się rozwija.

RODZAJ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW: charytatywne

OPŁATA: w Polsce 4,9% + ok 3% opłat transakcyjnych

LICZBA WSPIERAJĄCYCH: ponad 230 tys.

LICZBA WSPARTYCH PROJEKTÓW: ponad 8000

ŁĄCZNIE ZEBRANE ŚRODKI: ponad 20 mln\$



„Przez krajowy rynek crowdfundingu w 2020 roku przeszedł ponad 1 miliard złotych. Zarówno crowdfunding nagrodowy jak i crowdfinancing rosną od co najmniej 3 lat. To już pokazuje potencjał, a należy pamiętać, że Unia Europejska przygotowała rewolucyjne zmiany dla rynku crowdfundingu, w tym możliwość emisji akcji na całą Unię do kwoty 5 mln euro.”

Konrad Latkowski,
Beesfund

„Crowdfunding to aktualnie jedna z najszybciej rozwijających się form pozyskiwania funduszy na kreatywne projekty. Jej stale rosnąca popularność oraz obecność na wielu różnych rynkach pozwala na szybsze realizowanie swoich pomysłów, przy zmniejszonych nakładach finansowych na start. Jest to też genialny sposób weryfikacji wstępnych założeń.”

Jan Nostitz-Jackowski,
starooy

PROBLEMY, Z KTÓRYMI MIERZĄ SIĘ ORGANIZATORZY KAMPAII

- **Błędne założenia budżetowe**
(niedoszacowanie kosztów kampanii oraz realizacji projektu).
- **Brak finansowania na nieprzewidziane wydatki.**
- **Brak planów długoterminowych, koncentracja na planach krótkoterminowych.**
- **Brak analizy postępu po zakończeniu każdego etapu projektu.**
- **Brak zdefiniowanego koordynatora projektu.**
- **Problemy z tworzeniem i rozbudową zespołu, brak komplementarnych umiejętności.**
- **Problem z dotarciem do właściwych kanałów dystrybucji.**
- **Ograniczona komunikacja ze społecznością skupioną wokół projektu.**
- **Ograniczone działania promocyjne i wizerunkowe.**



PROMOCJA KAMPAII CROWDFUNDINGOWEJ

TWOIM NAJWAŻNIEJSZYM CELEM NA POCZĄTKU KAMPAII JEST ZEBRANIE 30% KWOTY, KTÓRĄ CHCESZ ZDOBYĆ. DLACZEGO?

Badania pokazują, że jeśli w pierwszych 24 godzinach zdobędziesz minimum 30% zakładanych środków, to zwiększasz szansę na powodzenie kampanii.

W tym rozdziale prezentujemy obszerny fragment książki Agnieszki Płoskiej, pt. „Kobieta z tłumu” dotyczący promocji kampanii crowdfundingowej. Polecamy zapoznać się z całą treścią książki, która jest bardzo praktycznym przewodnikiem pokazującym ścieżkę, którą można podążać tworząc swój projekt crowdfundingowy.

HARMONOGRAM - na co warto zwrócić uwagę?

Przygotuj sobie listę działań, zanim jeszcze wystartujesz z kampanią. Jeśli nie wiesz, jakie działania chcesz podjąć, to możesz zorganizować bazę pomysłów, która pozwoli Ci sięgnąć po rozwiązania, gdy przyjdzie na nie czas. Najlepiej, jeśli przygotujesz sobie harmonogram rozpisany na poszczególne dni i chociaż z grubsza spróbujesz rozpisać działania.

TYDZIEŃ PRZED STARTEM

- Masz już wybraną platformę, założone na niej konto i projekt.
- Skontaktowałaś się z pracownikami platformy i ustaliliście Twoją datę startu.
- Masz gotową koncepcję projektu, budżet, progi, opisy, nagrody, kwoty - wprowadzasz dane na stronę.
- Twoja społeczność wie, że za chwilę ruszasz.
- Informujesz Twoją grupę 4F, co mają robić pierwszego dnia.
- Nagrałaś film promocyjny.
- Tworzysz grafiki, a jeśli sama nie potrafisz, to znalazłaś profesjonalistę do współpracy.



PROMOCJA KAMPANII CROWDFUNDINGOWEJ

Fragment książki
Agnieszki Płoskiej
„Kobieta z tłumu”

DZIEŃ PRZED STARTEM

- Sprawdzasz, czy wszystko działa na platformie.
- Upewniasz się, czy Twoi partnerzy projektu wiedzą, jakie są ich zadania.
- Informujesz społeczność, że to już jutro, potwierdzasz gotowość działania z grupą 4F.
- Sprawdzasz, czy masz treści wpisów na media społecznościowe.
- Wspólnie ze społecznością odliczacie godziny do startu kampanii.

DZIEŃ 1

- Informujesz o starcie kampanii.
- Sprawdzasz, czy osoby, które zadeklarowały wpłaty, rzeczywiście wpłaciły (Twój cel to 30% w pierwsze 24 godziny kampanii).
- Publikujesz aktualizacje.
- Działasz w mediach społecznościowych.
- Dziękujesz pierwszym wspierającym.

TYDZIEŃ 1

- Prowadzisz działania komunikacyjne, udzielasz się w mediach społecznościowych.
- Współpracujesz z partnerami projektu – informują o Tobie swoje społeczności.
- Wysyłasz informacje prasowe.
- Pojawiasz się na konferencjach/szkoleniach/wynetworkingowych.
- Zamieszczasz regularne aktualizacje w projekcie.



PROMOCJA KAMPANII CROWDFUNDINGOWEJ

Fragment książki
Agnieszki Płoskiej
„Kobieta z tłumu”

TYDZIEŃ 2

- Prowadzisz działania komunikacyjne, udzielasz się w mediach społecznościowych.
- Pojawiasz się na konferencjach/szkoleniach/ w networkingowych.
- Jeśli wpłaty zwalniają, wykorzystaj pomysły na działania online i offline.
- Zamieszczasz regularne aktualizacje w projekcie.
- Celebrowiesz sukcesy (i kroki milowe, np. okrągłe sumy lub pięćdziesiątego wpłacającego).

TYDZIEŃ 3

- Prowadzisz działania komunikacyjne, udzielasz się w mediach społecznościowych.
- Pojawiasz się na konferencjach/szkoleniach/ wydarzeniach networkingowych.
- Jeśli wpłaty zwalniają, wykorzystaj pomysły na działania online i offline.
- Zamieszczasz regularne aktualizacje w projekcie.

TYDZIEŃ 4

- Prowadzisz działania komunikacyjne, udzielasz się w mediach społecznościowych.
- Zaczynasz odliczanie do końca kampanii.
- Zamieszczasz regularne aktualizacje w projekcie.

OSTATNI DZIEŃ KAMPANII

- Sprawdzasz, czwzyscy, którzy byli na Twojej liście, dowiedzieli się o kampanii - przypominaś, że to ostatni dzień.
- Dziękujesz za wpłaty.

PO ZAKOŃCZENIU

- Dziękujesz wszystkim wspierającym.
- Przygotowujesz podsumowanie kampanii.
- Przystępujesz do realizacji projektu i dostarczania nagród (bo zakładam, że Ci się udało).

Plan oczywiście dostosowujesz do siebie. Testuj, wyciągaj wnioski, działaj. Bądź proaktywna. Jeśli coś przynosi efekty, to powtarzaj aktywność, a jeśli zupełnie nie, to nie poświęcaj zadaniu więcej uwagi.



HISTORIE SUKCESU

KAMPAANIA CANPOLAND - REKORD POLSKIEGO CROWDFUNDINGU UDZIAŁOWEGO.

CROWDWAY

We wtorek, 9 lutego 2021 r., o godz. 9.00 ruszyła wspierana przez Crowdway emisja akcji łódzkiej firmy farmaceutycznej CanPoland. W niespełna 11 minut na konto producenta i eksportera tzw. medycznej marihuany wpłynęło 4 400 000 zł, co stanowi do dziś niepobity rekord czasu trwania emisji w polskim crowdfundingu udziałowym. Zapisów na akcje CanPoland dokonało 576 inwestorów, którzy objęli wszystkie 176 000 oferowanych walorów.

Dzięki emisji spółka może dokończyć instalację i uruchomić autorską linię produkcyjną, a w 2022 r. planuje debiut na NewConnect. CanPoland jest pierwszą firmą farmaceutyczną z polskim kapitałem, która prowadzi międzynarodowy handel medyczną marihuaną i uruchamia w Polsce linię produkcyjną do jej wytwarzania. Na koniec 2020 r. mniejszościowy (ok. 30%) udział w CanPoland objęła Grupa Pelion (właściciel m.in. sieci aptek Dbam o Zdrowie), za pośrednictwem TT Pharma Sp. z o.o.

THE PEBBLE E-PAPER WATCH

KICKSTARTER

Pebble E-Paper Watch zebrał ponad 10mln\$ w 37 dni. Zegarki Pebble to jedne z pierwszych niedrogich inteligentnych zegarków na rynku. W miarę upływu miesięcy zwolennicy byli zdenerwowani, gdy produkcja zegarka została wstrzymana i zostali z pustymi rękami. Pojawiło się pytanie o ich zdolność do realizacji dużych zamówień w krótkim czasie przy ograniczonym kapitale i doprowadziło do ogłoszenia, że „Kickstarter to nie sklep”. Firmie Pebble udało się ostatecznie dostarczyć swoją pierwszą serię inteligentnych zegarków 10 miesięcy po zakończeniu kampanii crowdfundingowej.



HISTORIE SUKCESU

KAMPAANIA CSTORE (SYSTEM E-COMMERCE)

BEESFUND

System do prowadzenia sprzedaży online zarówno B2B (system hurtowy), jak i B2C (system sklepu online). Platforma pozyskała inwestorów na przejście z systemu wdrożeniowego na system SaaS i ekspansję na rynki zagraniczne.

- Liczba emisji: 2
- Pozyskane: 2 479 109 zł
- <https://emisja.cstore.pl>
- <https://inwestycja.cstore.pl>
- W trakcie dwóch emisji kampanii cstore udało się pozyskać 2 479 109 zł.

KAMPAANIA PELIXAR (B+R)

BEESFUND

Spółka Pelixar, zajmująca się budową dronów, w tym dronów dla ratownictwa wodnego, przeprowadziła dwie emisje akcji spółki na platformie Beesfund. Środki pozyskane z emisji (łącznie 999 999 zł) stanowiły wkład własny do projektów B+R. W obu przypadkach firma skorzystała także na efekcie promocji samych produktów.



Krakowski Park Technologiczny od 20 lat współtworzy warunki dla rozwoju przedsiębiorczości. Od 10 lat prowadzi Inkubator Technologiczny przeznaczony dla początkujących firm z branży IT. Wspiera i inspiruje społeczność startupową organizując szereg wydarzeń, które pomagają weryfikować biznesowe pomysły: warsztaty, hackatony i konferencje.

Realizuje program akcelacyjny KPT ScaleUp. Firmy mogą liczyć na wsparcie funduszy załączkowych, zwolnienia podatkowe w ramach programu Polska Strefa Inwestycji i preferencyjne warunki wynajmu powierzchni biurowych.

Szczególne miejsce w KPT zajmują Przemysł 4.0 i branża growa. Jest liderem konsorcjum hub4industry, którego celem jest kompleksowe wsparcie firm, chcących wprowadzić rozwiązania Przemysłu 4.0. Organizuje konferencję Digital Dragons – kluczowe wydarzenie dla branży gier w Europie.

KPT współpracuje także z międzynarodową EIT Digital, której celem jest napędzanie cyfrowej transformacji w Europie

**Krakowski Park Technologiczny,
ul. Podole 60, 30-394 Kraków**

Tytuł wydawnictwa:

Pierwszy milion z crowdfundingu. Katalog platform crowdfundingowych.

Opracowanie przewodnika, koncepcja
i teksty: **Jarosław Chojnacki**

Projekt i skład: **Studio Manto**

Redakcja i korekta:

**Michalina Jodłowska,
Barbara Wityńska-Słacz,
Krakowski Park Technologiczny**

Wydanie: **sierpień 2021**

Wydawnictwo powstało w ramach projektu Idea Development Camp – Crowdfunding Edition.

Projekt realizowany przy wsparciu finansowym Województwa Małopolskiego.