

לעשות הדסטארט

המדריך השלם למימון המונים -
איך עושים את זה נכון?

ברוכים הבאים

אז מה יהיה לנו כאן?

מה זה מימון המונים?

מושגי בסיס, אילו סוגים קיימים ולמי זה מתאים.



שלב ההכנות

איך מתחילים?



בניית הפרויקט

איך מספרים את הסיפור בצורה נכונה?



ניהול הפרויקט

כל מה שצריך וכדאי לעשות בתכל'ס.



טיפים של אלופים!

דברים שלמדנו בדרך...



מה זה מימון המונים?

מימון המונים זו דרך למימון החלומות שלכם המבוססת על תמיכות כספיות קטנות מכמות גדולה של אנשים. למי זה מתאים? לכל מי שיש רעיון יצירתי ומחפש דרך לממן אותו וגם לרתום את הקהילה הקרובה והרחוקה.

אילו סוגי מימון המונים קיימים?

מבוסס תשורות - (headstart)

יוצר הפרויקט מגדיר מטרה ברורה ומדידה ובעבור כל תמיכה כספית התומך מקבל תשורה.



מבוסס הון או חוב (fundit)

פלטפורמה בה התומך משקיע בתמורה לאחוזים לפי שווי החברה או אגרות חוב.



מבוסס תרומות - (beactive/giveback)

פרויקטים בעלי אופי חברתי-קהילתי, נתינה מתוך ההתחברות למטרה.



כמה מושגי בסיס

שכדאי להכיר לפני שמתחילים

תשורה

היא כל מה שהיזם מציע בתמורה לתמיכה בפרויקט לקהל תומכים עתידיים.



הצלחה

היא הגעה ליעד הגיוס (או מעבר לו) בתוך הזמן שהוגדר לפרויקט.



יעד

הסכום אותו היזם מציב ואליו ירצה להגיע, בזמן הנתון המוגדר לפרויקט.



פרויקט

כל גיוס נקרא 'פרויקט' והוא מתחיל מהרגע ששלחת אותו לאישור ועד לסיומו.



יזם

בעל הגיוס ומנהלו של הפרויקט, לא משנה באיזה תחום.



תומך

כל מי שבחר לקחת חלק בפרויקט ולתמוך בו, בכל סכום.



שיח ישיר בין היזם לתומך,
בלי מתווכים



מעבר לגיוס הכסף- היזם
מרוויח את בדיקת השוק,
הפצה ויצירת קהילה



התומכים מקבלים תשורות -
מרגישים חלק מהתהליך, שותפים
מלאים ורתומים לפרויקט גם
להמשך הדרך



נשאר עם 100%
מהמיזם



היזם מעלה
פרויקט



למה בעצם

לעשות הדסטארט

משקיעים ביצירתיות

משקיעים בך

צוות מנצח

הצוות המנוסה והמקצועי שלנו, שכבר ליווה אלפי פרויקטים להצלחה, יתמוך וילווה אותך כל הדרך ובכל שעה - מהרגע הראשון ועד לסיום הפרויקט (וגם ייתן תמיכה נפשית כשצריך:)).



ההדסטארט שלך, בדרך שלך

הי, זה החלום שלך! אנחנו כאן רק כדי לעזור לך לעשות את זה הכי טוב שיש. ההחלטות, ניהול הפרויקט והיצירה - הכל בדרך שלך.



קהילת ההדסטארט

למעלה מ-4 מיליון גולשים בישראל עברו דרך ההדסטארט. בתכל'ס, זה חצי מדינה. הקהילה הזו היא הכח שלנו, ושל היזמים שלנו.



ידע זה כח

אנחנו, בהדסטארט, מגשימים חלומות כבר מ-2011, כשעוד לא ממש ידעו פה מה זה מימון המונים. כל הניסיון, הידע (וגם הטעויות...) שצברנו מאז ועד היום - עומדים כאן לרשותך.



עושים את זה יחד

אנחנו ביחד בסיפור הזה. אם לא הגעת ליעד הגיוס- גם אנחנו לא. ההצלחה שלך היא ההצלחה שלנו, פשוט ככה.



כל הזמן, מכל מקום

אנחנו משפרים ומשתפרים כל הזמן כדי לתת לך חוויה נוחה, מהירה ומתקדמת, המאפשרת לערוך את הפרויקט מכל המדיות, ועוד מלא הפתעות. כיף אצלנו, מבטיחים!



ארגז הכלים שלך

כלים שיווקיים וכלי מעקב ומדידה

1.

הטמעת קוד אנליטיקס אישי

קוד אנליטיקס אישי לפרויקט, המאפשר לך לדעת, לנתח ולעקוב בכל רגע נתון אחר כל מה שקורה בפרויקט

2.

Live Dashboard

בא לך לדעת ב-3 בבוקר מה קורה בעמוד הפרויקט? בעזרת הדשבורד תוכל בקלות לנתח את הנתונים של הגולשים בעמוד, מהיכן הגיעו, כמה תמכו ועוד...

3.

קישורים מדידים

שיאפשרו לך לעקוב אחרי מקורות ההגעה השונים, הכלים השיווקיים שהפעלת ולדעת בדיוק איזו תנועה הגיעה, מהיכן ובאיזה שווי.

4.

פיקסל פייסבוק וגוגל

חיבור ע"י פיקסל לרשתות החברתיות ולגוגל למעקב מדויק, שיפור וייעול פעולות השיווק שלך.



מה גורם לאנשים לתמוך

בפרויקט מימון המונים ?

היכרות אישית

1.

האנשים הקרובים אלינו, שמכירים אותנו הכי טוב (משפחה, חברים קרובים ורחוקים, מכרים) הם הראשונים שיתמכו בפרויקט, הם ה"מעגל הראשון" אליו נפנה כדי להניע את הפרויקט ולגרום לאחרים לבוא אחריהם.

תשורות שוות ומגניבות

2.

אנשים תומכים בפרויקט כי "בא להם" על התשורה. יכול להיות שזה אלבום שהתומך רוצה להאזין לו, שזה ספר שהוא רוצה לקרוא, כרטיס כניסה מוזל לאטרקציה מסוימת וכדומה. ככל שהתשורות יהיו שוות ומגוונות יותר - כך יש יותר סיכוי שהקהל יתמוך.

רצון לקחת חלק ביצירה / בתהליך

3.

חיבור, שייכות והזדהות - משהו בפרויקט גורם לאותו תומך לקחת חלק - נושא הפרויקט מרגש אותו, חיבור לסיפור האישי המיוחד של היזם, הוא חושב שזה פרויקט חשוב כי מתחבר למטרה - כל אחת מהדרכים לחבר קהילה גדולה לפרויקט, מצויינת.



מעגלי הפצה

1. משפחה וחברים

לפרויקט יהיה מאוד קשה להצליח ללא תמיכה של המעגל הראשון והקרוב. מעגל זה אמור לתמוך בפרויקט ללא קשר לאחוזי הגיוס בו הוא נמצא ואמור להיות המעגל שיביא את הפרויקט למצב שיאפשר לך לחשוף אותו למעגלים האחרים, שפחות מכירים אותך. המטרה היא שמעגל תמיכה זה יביא את הגיוס לכ-20-25% בתוך 48-72 שעות ראשונות של הגיוס.

* המעברים בין המעגלים הם לעיתים לא קלים, אבל עבודת הכנה טובה, שגורמת לך להבין איפה נמצא כל מעגל ומעגל, איך מגיעים לכל מעגל כזה ואילו מסרים כדאי לשדר לו, אמורה להקל ולגרום למעברים האלה לעבור בצורה החלקה ביותר.

2. חברים של חברים ובעלי עניין

המעגל השני מורכב מאותם אנשים שעשו LIKE על העמוד שלך בפייסבוק, או שיש להם תחום עניין רלוונטי לגיוס וש יש דרך להגיע אליהם: דרך הרשתות החברתיות, ברשימת מיילים (לקוחות עבר, אנשים שהביעו עניין במוצר וצברת את כתובות המייל שלהם וכו'), קבוצות פייסבוק רלוונטיות, בלוגים, אתרי אינטרנט ועוד.

3. אחרים

אנשים שהפרויקט 'הגיע' אליהם כי הוא נהיה ויראלי, כי הוא מתקדם, כי הוא קיבל חשיפה תקשורתית והוא מגיע לאנשים שכבר לא מוכרים לך ולא ידוע לך מהיכן הגיעו...



מיקוד קהל היעד



בניית קהילה



חלוקת אנשים
למעגלים



מחקר באתר



תכנית עסקית



בניית העמוד
באתר

רגע לפני שמתחילים... שלב ההכנות

חלק גדול מהצלחת הפרויקט קשור בעבודת ההכנה. שלב ההכנה יכול לקחת מספר ימים ויכול לקחת גם מספר שבועות - זה תלוי בעיקר בך: כמה זמן פנוי יש לך, מה הסטטוס שלך נכון ליום תחילת העבודה וכמות ההשקעה המתאימה לך.

ההכנות / מיקוד קהל היעד

לפני העלאת הפרויקט לאוויר, חשוב לדעת מראש היכן נמצא קהל היעד של הפרויקט שלך. יתרה מכך, חשוב להבין איך אפשר להגיע אליו.

האם יש אתרים מיוחדים בהם הקהל מסתובב (איך מגיעים לפרסום באתר הזה?), האם יש פורומים או בלוגים בהם עוסקים בנושא הפרויקט (האם אפשר לפרסם באותם המקומות?), האם יש קבוצות פייסבוק רלוונטיות (האם אפשר לפרסם שם, מי הדמויות המובילות שם, אולי שווה לך לנסות לפנות אליהן ולעניין אותם בגיוס עוד לפני שהוא באוויר?), האם יש מובילי דעה אחרים בתחום זה שיכולים להיות חלק מתומכי הפרויקט ולתת ערך מוסף? כדאי למפות ולדייק את קהל היעד הזה, לפני תחילת הדרך.





מיקוד קהל היעד



בניית קהילה



חלוקת אנשים
למעגלים



מחקר באתר



תכנית עסקית



בניית העמוד
באתר



ההכנות / בניית קהילה

עיקר הפעילות שלך במהלך חיי הפרויקט הולכת להיות ברשתות החברתיות ולכן חשוב להבין מה מצבך שם. האם ברשותך עמוד פרטי? האם ברשותך גם עמוד עסקי? חשוב להבין וללמוד את היתרונות של כל אחד מהם ולנצל אותם בחכמה.

אם אין לך פעילות ברשתות החברתיות, זה הזמן להתחיל להתעורר... לאסוף חברים, לאגור קהילה בעמוד העסקי שלך, להתחיל לייצר טיזרים לקראת העלאת הגיוס וכדומה.

על מנת לא להיות בלחץ תוך כדי הגיוס, אנחנו ממליצים לכתוב חלק מהפוסטים מראש. **מומלץ לחשוב על דברים יצירתיים, משחקים מעוררי תגובות ופוסטים מעניינים שיעודדו לחיצה על הקישור ותמיכה בפרויקט.**



מיקוד קהל היעד



בניית קהילה



**חלוקת אנשים
למעגלים**



מחקר באתר



תכנית עסקית



בניית העמוד
באתר



ההכנות / חלוקת אנשים למעגלים

חשיבות המעגל הראשון היא גדולה מאד. **למעגל זה, אותם אנשים שאמורים לתמוך בפרויקט במהלך 48 השעות הראשונות, עליך לפנות עוד לפני שהגיוס עולה לאוויר** (שבוע או שבועיים לפני) להסביר על התהליך ועל חשיבות התמיכה שלהם בימי הגיוס הראשונים. אנחנו ממליצים שפנייה זו תיעשה באופן אישי, בשיחת טלפון, כדי לתת יחס אישי ולרתום את המעגל החשוב הזה לפרויקט.

את המעגלים הבאים יש לחלק לפי רמת קרבה. יש לעבור על רשימת אנשי הקשר בטלפון, על רשימת כתובות המייל שיש לך, על החברים בפייסבוק ו"לקטלג" את האנשים לפי רמת קרבתם ובהתאם לכך את סוג הפנייה ומועדה **(ההמלצה שלנו היא גם לכתוב את הפניות האלה מראש על מנת לכתוב אותן בצורה רגועה וטובה עם פנייה מניעה לפעולה)** וחשוב ורצוי לתכנן כל זאת מראש, למשל: "בהנחה והגעתי לאחוזי גיוס XX עד יום X אני הולך לשלוח הודעה Y באמצעות מייל/וואטסאפ/מסנג'ר בפייסבוק לאנשים האלו".



מיקוד קהל היעד



בניית קהילה



חלוקת אנשים
למעגלים



מחקר באתר



תכנית עסקית



בניית העמוד
באתר

כדאי לחפש את שם הפרויקט ושם היזם ב-Google ולראות מה התוצאות. אולי נגלה שהיה על הפרויקט הזה אייטם בתכנית כלשהי וננסה להבין איך הפרויקט הגיע לאייטם הזה, אולי יש לך קשר לאותו כתב ואולי יהיה אפשר לנסות לארגן אייטם שכזה גם על הגיוס שלך...



ההכנות / מחקר באתר

ייתכן וזו הנקודה הכי חשובה בעבודת ההכנה. לפני הקמת הפרויקט ושליחתו לאישור, חשוב למצוא פרויקטים בעלי מאפיינים דומים לפרויקט שלך. נושא דומה של הפרויקט, יזם עם קהילה בסדר גדול דומה לקהילה שלך, סכום גיוס דומה לסכום הגיוס של הפרויקט שלך וכדומה. לאחר שאיתרת מספר גיוסים בעלי אופי דומה - יש לנסות להבין את דרך הפעולה שלהם. **איך הפרויקט הוצג, אילו תשורות היו בפרויקט, כמה כסף הוא גייס ומכמה תומכים.**

חשוב להיכנס לעמודי הפייסבוק של אותם יזמים ולראות שלא מסתתר שם "כוכב" כלשהו שיכולותיו ברשתות החברתיות גדולות משמעותית משלך, ניתן ליצור עם כל יזם שכזה קשר ישירות דרך עמוד הפרויקט באתר ולשאול אותו על הדרך שעשה, על טיפים לגיוס, מי עשה לו את הסרטון וכל מה שניתן ללמוד ממנו.



מיקוד קהל היעד



בניית קהילה



חלוקת אנשים
למעגלים



מחקר באתר



תכנית עסקית



בניית העמוד
באתר



ההכנות / תכנית עסקית

קודם כל, אין מה להיבהל מהמונח 'תכנית עסקית'... לפני שיוצאים לדרך בהדסטארט חשוב לדעת כמה כסף צריך.

האתר עובד בשיטת 'הכל או כלום' ועל כן צריך להיות מאד מחושבים בבחירת סכום היעד. עליך להבין מהו סכום המינימום אותו צריך לגייס על מנת להצליח להוציא את הפרויקט לפועל ולשלוח את התשורות.

תמיד אפשר לגייס יותר מ 100% - אבל אי אפשר לגייס פחות... כשמבצעים את החישוב הכספי, עליך כמובן לקחת בחשבון את עלות הייצור שלך ועלויות נוספות כמו משלוח בדואר, עמלת האתר (+9% מע"מ) וכו'. ההמלצה שלנו היא גם לקחת בחשבון עלויות לא צפויות כמו חבילות שישלחו בדואר ולא יגיעו ליעדן או שינוי מחיר פתאומי של אחד הספקים.

*תמיד מומלץ להתייעץ עם אלו שכבר עשו את זה [בקבוצת היזמים שלנו בפייסבוק](#)



מיקוד קהל היעד



בניית קהילה



חלוקת אנשים
למעגלים



מחקר באתר



תכנית עסקית



בניית העמוד
באתר

ההכנות / בניית העמוד באתר

אחרי שהכל ברור, ניגשים (בהתרגשות!) לבניית העמוד באתר:
ככה זה נראה

ממלאים את השדות הרלוונטיים **ושולחים את הפרויקט לאישור** (גם אם אין לך את כל הפרטים - כדאי לשלוח לאישור כדי שהצוות שלנו יוכל להגיב. אל דאגה, ניתן לערוך ולשנות את כל הפרטים גם לאחר שליחת הפרויקט לאישור).

לאחר השליחה, **יגיע הפרויקט לידינו של הצוות המנוסה שלנו** שיעבור עליו וייתן משוב מקצועי ומקיף, המבוסס על הניסיון הרב שצברנו לאורך השנים - עד שתגיעו יחד לתוצאה מיטבית של הפרויקט.



תיאור הפרויקט

מה כותבים שם?

מי היזם

קצת עליך. מה הביא אותך להוציא את הפרויקט לפועל, מי עומד מאחוריו, ומה הרקע שלך בהקשר הזה.

מה מהות גיוס הכסף

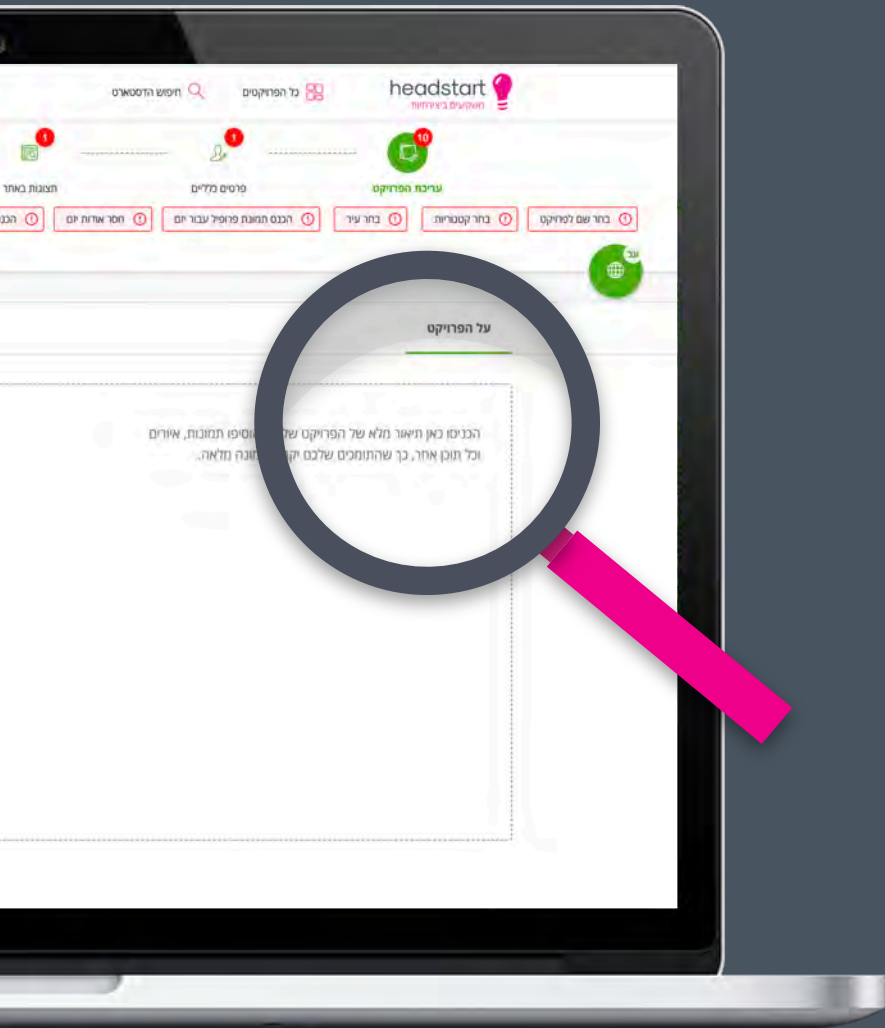
הצגת מטרה ברורה ומדידה - התומכים רוצים לדעת שבזכותם הספר רואה אור ולא שבזכותם היה לך כסף לקנות מחשב חדש לכתוב עליו את הספר...

מה עשית עד עכשיו

עליך להציג מה עשית עד עכשיו כדי להגביר אמינות, להראות רצינות וגם כדי לגרום לתומכים להבין שחלוקת התשורות לא תהיה בעוד כמה שנים, אלא כבר עברת חלק מהדרך בעצמך.

מה חסר

מה השלב בו אני "תקוע" ולשמו מגייס את הכסף - מה המטרה אליה התומכים יתחברו ויתמכו כדי שהיא תקרה.



תיאור הפרויקט

מה כותבים שם?

ברור וממוקד

כדאי לחלק את הטקסט בצורה מסודרת לפי נושאים ופסקאות קצרות ונוחות לקריאה. ממליצים לעבור על הטקסט מבחינת הגהה לשונית (טקסטים עם שגיאות כתיב או ללא סימני פיסוק לא יעודדו תמיכות).

המידע הכי חשוב מגיע בהתחלה

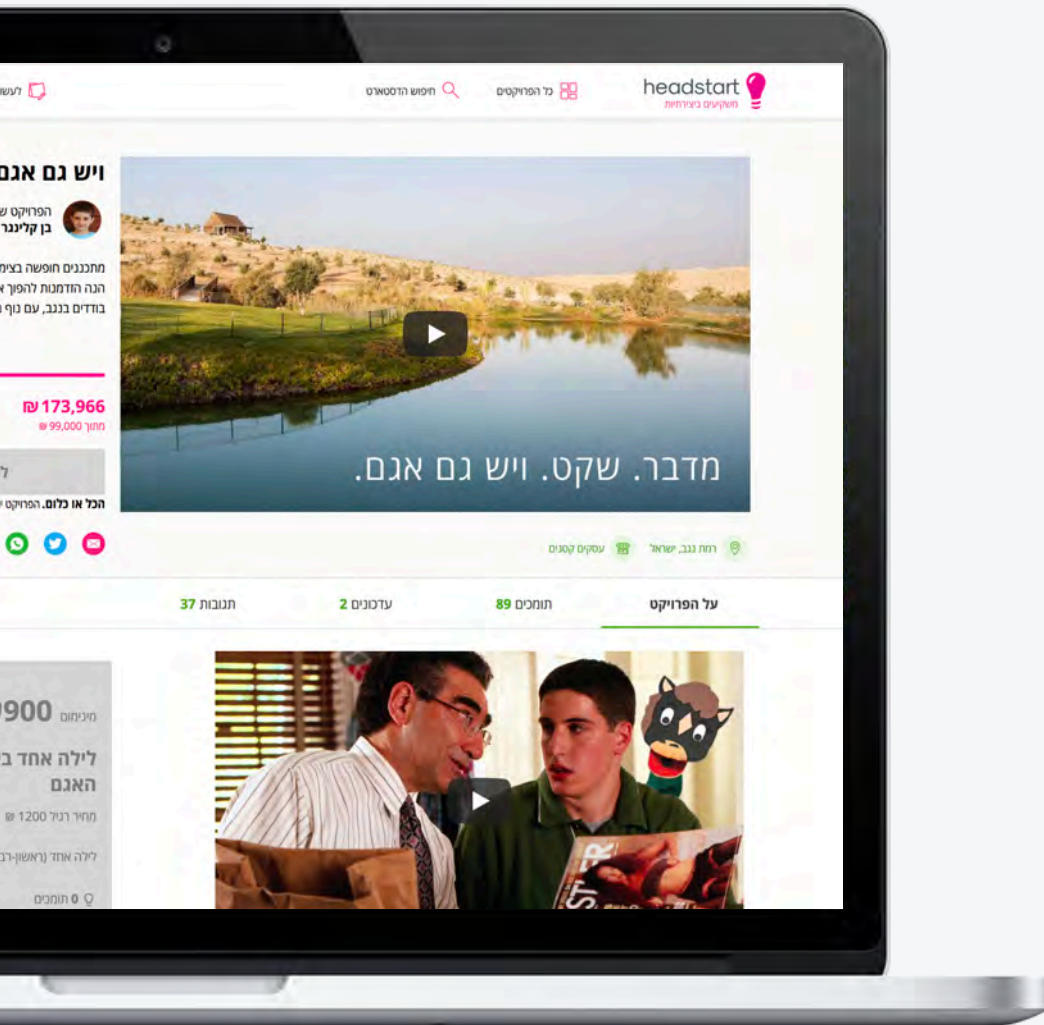
חשוב שמהות הפרויקט תופיע בהתחלה - מה שהכי חשוב מבחינתך, שיהיה בהתחלת התיאור.

איך הפרויקט שלך יראה?

כדאי לבחור תמונת פרויקט יפה, ברורה שמעוררת עניין ומייצגת את הפרויקט היטב.

הנעה לפעולה

כדאי להכניס ולהדגיש משפטים מניעים לפעולה ("ביחד נוציא את הספר לאור", "בואו וקחו חלק ביצירה").



בסוף זה הסיפור שלכם
כל דרך היא טובה ולגיטימית.

עניין: לתאר את המיזם, הפרויקט והמטרה בצורה מעניינת, כזאת שתמשוך את האנשים להמשיך לקרוא ולדעת עוד. זה יכול להיות ע"י שימוש בהומור, חיבור לרגש, חשיפה אישית, רתימה ע"י חיבור למכנה משותף ועוד...

איך לספר את הסיפור?

Storytelling

בריבוי המסרים כיום ברשתות החברתיות, אחד הדברים החשובים הם לדעת איך לספר את הסיפור של הפרויקט שלכם בדרך הכי מעניינת, רותמת ומעוררת הזדהות, כזאת שתגרום למי שנתקל בפרויקט להמשיך לקרוא אותו, וגם להעביר ולשתף אחרים.

העקרונות החשובים:

ייחוד ובידול: גם אם היו הרבה פרויקטים בתחום שלכם, למצוא את הנקודות הייחודיות בפרויקט שלכם, שמבדלות אותו מאחרים.

רתימה ויצירת הזדהות: התומכים חייבים להרגיש שהם נחוצים וחשובים לפרויקט, שבלעדיהם זה לא יקרה.

הנה כמה דוגמאות

שאנחנו אוהבים במיוחד:



אגדות אמיתיות

לא סתם ספר- חיבור **לאג'נדה חזקה ומעוררת השראה**, סידור הפרויקט בצורה שמסבירה בדיוק מה מהות הפרויקט ויוצרת חיבור עם פניה לקהל היעד הרלוונטי



פנדה

רתימה סביב **דרך חיים משותפת** ולהפוך יחד חלום קטן של שני אנשים למשהו שכולם יוכלו לקחת בו חלק ולהנות ממנו (וכך באמת קרה...)



בית לבירות ישראליות

זו לא סתם חנות בירה, **זה הבית לבירות ישראליות..** חיבור ליצירה ישראלית, יצירת בידול מחנויות אחרות, תחושה של חלק ממשהו ייחודי שעוד לא היה כמוהו

מה הסרט שלך?

כמו שכולנו יודעים, סרטונים הם דרך חזקה ויעילה להעביר את המסר, לחבר אנשים ובעיקר לייצר ויראליות לפרויקט. סרטון הפרויקט ממש לא חייב להיות סרט מופק ברמה גבוהה, הוא יכול להיות מצולם מהנייד שלכם, אך כמו בסיפור הפרויקט - חשוב לדייק אותו ולבנות אותו כך שייצר עניין, הזדהות, צחוק, יצירתיות או כל דרך אחרת שתגרום לאנשים לעצור, לצפות, להתחבר ולתמוך.

במקום שנמשיך לכתוב- הנה כמה כאלה שעשו את זה ממש טוב...

הטיפים שלנו:

טיזר: מטרת הסרט היא להיות טיזר, למשוך את תשומת הלב כדי שימשיכו לעמוד הפרויקט - לכן שימוש בהומור, בקצב מהיר, באלמנטים גרפיים מעניינים, מוזיקה וכו' - יעשו את העבודה.

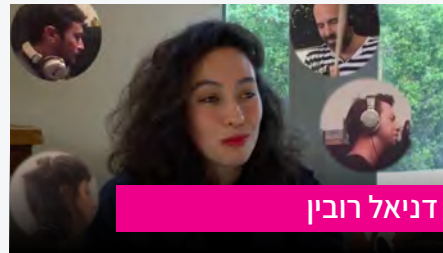
מה עובד? הופעה של היזם בעצמו תמיד מעוררת יותר הזדהות. הנעה לפעולה לתמיכה בפרויקט והגדרת המטרה בצורה ברורה ומעניינת.

בפן הטכני: אורך הסרטון צריך להיות בין 1-2 דקות (יותר מכך יעייף את הצופה). מטרת הפרויקט צריכה להיות מוצגת ב-20 השניות הראשונות. חשוב לצרף כתוביות לטובת כל מי שרואה ללא סאונד ולכבדי השמיעה.



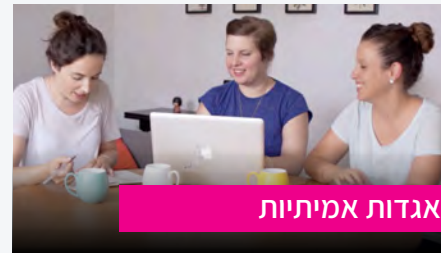
סודות עין כרם

פשוט לספר את הסיפור



דניאל רובין

הומור עצמי תמיד עובד



אגדות אמיתיות

פשוט, מדויק ומניע לפעולה



אלבום חדש לפיל הכחול

הומור פרוע...

תשורות רבותיי, תשורות

איך, מה וכמה?

אחת הסיבות העיקריות בגללן אנשים יתמכו בפרויקט שלך היא התשורות. ככל שהתשורות יהיו שוות ומגניבות יותר **כך יש פוטנציאל להגדיל את כמות התמיכה בפרויקט.**

רוב התשורות כנראה הולכות להיות קשורות בתוצר הסופי של הפרויקט (ספר, אלבום מוזיקה, מוצר) אך **תמיד כדאי לחשוב מחוץ לקופסא. יצירתיות ומקוריות בתשורות** - שילובים מעניינים, דברים משעשעים וכמובן שמגלמים הטבה כספית. חשוב להבין ולזכור שאנשים לא תומכים בפרויקט כדי "לעזור" לך ולכן חשוב לתת הטבה כלשהי לתומכים - בזכותם הפרויקט יצא לאור ועל זה שהם מאמינים בך ובזכותם זה הולך לקרות מגיעה להם הטבה שווה.

למשל: אם אני הולך למכור את הספר שלי בעתיד ב-80 ש"ח בפרויקט אציע אותו עם הנחה מסוימת (וכמובן אציין זאת בתיאור התשורה).

מינימום 10₪

תודה! נדבר

אהבתי, דרך צלחה! שמור על המייל שלי ועדכן אותי

4 תומכים 💡

מינימום 500₪

קציצות עדשים

שים ברוטב עגבניות מעשה ידיו, כנראה לבן.

תומכים

מינימום 25₪

לזריזים: מגזין מודפס עד הבית (בישראל) ב-25₪

עותק מודפס חתיכי וטרי של "אתה נמצא כאן" כולל משלוח עד סף תיבת הדואר שלכם (בישראל). לא תוכלו לקנות אותו באף חנות!

501 תומכים מתוך 501 💡

מה אפשר להציע?

בתור יזם הפרויקט, ההיכרות שלך עם קהל היעד היא הכי טובה ומאפשרת לך לדעת אילו תשורות ידברו אליהם. חלק מעבודת ההכנה החשובה היא לראות פרויקטים דומים באתר ולקבל מהם השראה ורעיונות לתשורות.

מה אי אפשר להציע?

לא ניתן להציע אחוזים במיזם, מניות, הגרלות או כל דבר אחר שמנוגד לחוקי מדינת ישראל.

כמה?

אנחנו ממליצים בתחילת הפרויקט לעלות עם 7-12 תשורות במגוון מחירים ו"לחיות" את התשורות תוך כדי התקדמות הגיוס. לראות ולהבין אילו תשורות עובדות ואילו פחות. אלו שפחות עובדות למחוק או לעצור ואלו שיותר עובדות - לבסס עליהן עוד תשורות...

מחירים?

חשוב כמובן לתמחר במחיר הוגן, שגם יגלם בתוכו הטבה כלשהי, כדי שהתומך ירגיש שחלק מהתמיכה היא גם קבלת המוצר בעלות אטרקטיבית. בתמחור התשורה חשוב לקחת בחשבון את העלות שלך, עלות שליחה, עמלת האתר והוצאות נוספות אם יש.

את התשורה הנמוכה ביותר ההמלצה שלנו היא לתמחר בכ-30 ש"ח לפחות. כל תמיכה מתחת לזה לא תהיה משמעותית מבחינת התקדמות הגיוס.

אין הגבלה מבחינת התמיכה הגבוהה ביותר - אם יש לך מה לתת בתמורה, מצוין. זה יכול להיות הופעות סלון, הרצאות לעסקים, כמות ספרים גדולה לחברות, הקרנה פרטית של הסרט וכו'.

מינימום **1₪**

טיפ

הכסף הגדול הוא הכסף הקטן, אם כל אחד רק ישים רחוק!

מינימום **25000₪**

הקרנה מיוחדת בסינמטק

הקרנה פרטית מיוחדת בסינמטק תל-אביב ל-130 צופים, הרצאה, הזמנה זוגית לפרמיירה, DVD, מכתב

כמעט סיימנו...

אבל לפני שנפרד, הנה עוד כמה כלים שנשמח להציע לך כדי לעשות את ההדסטארט שלך בצורה הטובה ביותר



להעמיק, לדעת עוד
ולבוא לפגוש אותנו פנים אל פנים
על קפה



לקבל את כל הידע
מאלו שכבר עשו את זה



להתייעץ, לשאול
ולקבל טיפים מהצוות שלנו



להוסיף את התגיות המעוצבות
שלנו לפרויקט שלך



לשאלות, תשובות
ועוד כל מיני



זה הזמן להתחיל את הדרך

להגשמת החלום שלך...

להתחיל את ההדסטארט שלך