

Fundingteam Succesfactoren



De juiste financieringscampagne is key



DE ESSENTIËLE ROL VAN DE SUCCESFACTOREN

De laatste jaren heeft Fundingteam heel veel ondernemers geholpen met een fundingcampagne in eigen beheer.

Deze vorm van financieren is de laatste jaren steeds populairder geworden als alternatief voor traditionele financiering.

Geld ophalen op deze manier geeft jou als ondernemer de vrijheid om zélf te bepalen hoe ze hun campagne opzetten, presenteren en beheren.

Gebruik de 17 succesfactoren!

***Zet jij jouw campagne op
de juiste manier in?***

Fundingteam

Succesfactoren

► Het geheim achter een succesvolle fundingcampagne in eigen beheer

Steeds meer ondernemers kiezen ervoor om hun financiering zelf te regelen, zonder afhankelijk te zijn van banken, kredietinstellingen, crowdfunding of traditionele investeerders. Een fundingcampagne in eigen beheer biedt flexibiliteit, controle en de mogelijkheid om direct in contact te komen met investeerders die geloven in jouw onderneming.

Maar hoe zorg je ervoor dat jouw campagne succesvol wordt? Wat maakt het verschil tussen een campagne die moeiteloos het doelbedrag behaalt en een campagne die worstelt om financiering op te halen?

In brochures delen we 17 bewezen succesfactoren die je helpen om een effectieve en krachtige fundingcampagne op te zetten. Van het bepalen van een realistisch doelbedrag tot slimme communicatiestrategieën en het motiveren van investeerders – met deze inzichten vergroot je jouw kans op succes en bouw je een sterke investeerderscommunity op.

Ontdek de geheimen van een goed doordachte fundingcampagne en zet vandaag nog de eerste stap naar een geslaagde financieringsronde!

Fundingteam

Succesfactoren

➤ **Het percentage van het doelbedrag weegt zwaar**

Bij een fundingcampagne in eigen beheer is het percentage van het doelbedrag dat wordt opgehaald zeker zo belangrijk als de hoogte van het totaalbedrag. Een relatief laag doel en een 'alles-of-niets'-principe kunnen investeerders motiveren, omdat het halen van een kleiner doel realistischer oogt, en ze graag liever bijdragen aan een campagne met een haalbare mijlpaal. Doe dus liever een of meer vervolgcampagnes dan een grote campagne.

➤ **Investerders willen keuzes**

Investeringsaanbiedingen aantrekkelijk maken betekent ook flexibiliteit bieden. Door verschillende varianten aan te bieden – bijvoorbeeld meerdere obligaties met oplopende couponhoogtes, rente en beloningspakketten op maat – kunnen investeerders hun inleg afstemmen op hun interesses en financiële mogelijkheden. Benoem deze opties zowel op de website als in het informatiememorandum, zodat de doelgroep precies weet wat ze kan verwachten.

Fundingteam

Succesfactoren

➤ **Communicatie is cruciaal**

Een van de belangrijkste lessen uit het onderzoek is dat communicatie richting de investeerders van doorslaggevend belang is. Koppel het opgehaalde geld aan concrete bedrijfsstappen, bijvoorbeeld via een visueel stappenplan. Door duidelijk te maken wát er met de financiering gebeurt, vergroot je het vertrouwen en vergemakkelijk je de investeringsbeslissing.

➤ **Verantwoording van de financieringskeuze**

Waarom kies je voor een fundingcampagne in eigen beheer, in plaats van bijvoorbeeld enkele externe investeerders of traditionele kredietinstelling of bankfinanciering? Investeerders vinden het prettig als die keuze helder en overtuigend wordt toegelicht. Geloofwaardige argumenten – zoals behoud van zeggenschap of betrokkenheid van de community – helpen om investeerders over de streep te trekken.

Fundingteam

Succesfactoren

➤ **Korte, krachtige boodschappen**

Video's en andere presentatiemiddelen spelen vaak een grote rol in fundingcampagnes. Houd de boodschappen echter beknopt en gericht. De spanningsboog van je doelgroep is beperkt: door in korte tijd de kern van je verhaal te vertellen, hou je de aandacht vast en voorkom je dat mensen vroegtijdig afhaken.

➤ **Vroegtijdig momentum opbouwen**

Een succesvolle fundingcampagne in eigen beheer heeft baat bij een snelle start. Hoe sneller er een meerdere (kleine) investeerders instappen, hoe groter de kans dat anderen volgen. Dit kun je stimuleren door eerst je eigen netwerk (familie, vrienden, bestaande klanten) te mobiliseren, waardoor je meteen een goede begin boost krijgt.

Fundingteam

Succesfactoren

➤ **Innovatie trekt investeerders**

Innovatieve of onderscheidende producten, diensten en concepten trekken vaak meer belangstelling. Mensen investeren graag in ideeën die hen aanspreken of een bepaalde maatschappelijke waarde hebben. Een uniek product of een innovatieve dienst kan de gunfactor aanzienlijk verhogen.

➤ **Unieke, doelgroepgerichte beloningen**

Naast financieel rendement helpt het om je investeerders te verleiden met exclusieve beloningen, denk aan VIP-ervaringen, behind-the-scenes-toegang of productprototypes. Hoe beter deze beloningen aansluiten bij de interesses van je investeerders, hoe groter de kans dat ze willen meedoen – en misschien zelfs meer inleggen.

Fundingteam Succesfactoren

➤ **Korte campagneduur**

Hele lange campagnes verliezen soms hun momentum. Een kortere, overzichtelijke looptijd kan de urgentie vergroten en investeerders aanmoedigen om sneller te handelen. Geef duidelijk aan hoe lang de campagne loopt en welke deadlines er gelden.

➤ **Ondernemerservaring en referenties**

Investeerders vinden het belangrijk dat de ondernemer (of het team) achter de campagne competent en betrouwbaar is. Ervaring en goede referenties geven vertrouwen. Een uitgebreide "Over ons"-pagina, inclusief vermelding van relevante ervaring en eventuele endorsements, kan hieraan bijdragen.

Fundingteam Succesfactoren

➤ **Motiveer met passie, niet met dromen**

Investeerders worden liever overtuigd door een duidelijke visie en realistisch enthousiasme dan door luchtkastelen. Blijf professioneel en vermijd overdreven taalgebruik of termen die duiden op ego en onrealistische ambities. Laat je echte passie voor de onderneming zien.

➤ **Geef investeerders een stem**

Wanneer investeerders hun eigen verhaal of motivatie kunnen delen, kan dat andere potentiële investeerders inspireren. Je kunt bijvoorbeeld ruimte creëren op je website voor investeerderscommentaar en testimonials. Houd daarbij wel de controle via moderatie om ongewenste content te voorkomen.

Fundingteam

Succesfactoren

➤ **Doelgerichtheid loont**

Hoe concreter het doel of doelen waarvoor je geld ophaalt, hoe groter de kans dat investeerders zich ermee kunnen identificeren en daadwerkelijk willen bijdragen. Een duidelijk en tastbaar doel (bijvoorbeeld de aanschaf van een specifieke machine, het openen van een nieuwe vestiging of de ontwikkeling van een nieuw product) maakt het voor potentiële investeerders eenvoudiger om te begrijpen hoe hun inleg wordt benut.

➤ **Open communicatie en updates**

Tijdens de campagne (en daarna) is regelmatige communicatie met investeerders essentieel. Geef hen regelmatig een update over de voortgang, mijlpalen en eventuele hobbels op de weg. Dit verhoogt het vertrouwen en stimuleert betrokkenheid, waardoor mensen eerder bereid zijn om extra te investeren of anderen te enthousiasmeren.

Fundingteam

Succesfactoren

➤ **Netwerken is de sleutel**

Een netwerk biedt een stevige basis voor een succesvolle fundingcampagne in eigen beheer, maar het is geen voorwaarde. Actief (online) netwerken – via sociale media, zakelijke platforms en evenementen – kan zelfs voor kleine start-ups een groot bereik opleveren. Zo creëer je zelf je eigen netwerk of bouwt je eigen netwerk uit die je niet alleen financieel, maar ook met kennis, contacten en enthousiasme kan ondersteunen.

➤ **Doorzetten en niet opgeven**

Wanneer het doelbedrag niet direct in zicht komt of de campagne minder snel loopt dan gedacht of gehoopt, is doorzettingsvermogen van cruciaal belang. Een dip in de voortgang hoeft niet het einde van je fundingcampagne te betekenen. Blijf actief communiceren met je investeerders, optimaliseer je marketingstrategieën en blijf zoeken naar nieuwe invalshoeken om je verhaal te vertellen. Juist in uitdagende momenten onderscheidt de volhouder zich van de opgever; laat zien dat je vastberaden bent en bereid bent om te leren en te groeien, zelfs als het tempo een keer stagneert.

Fundingteam Succesfactoren

➤ Conclusie

Een fundingcampagne in eigen beheer kan een krachtig middel zijn om je onderneming te financieren en tegelijkertijd een betrokken gemeenschap van investeerders en ambassadeurs op te bouwen. De sleutel tot succes ligt in een mix van transparantie, doordachte beloningen, efficiënte communicatie en een scherpe focus op de waarde die je als ondernemer biedt naast relevante informatie over je bedrijf en jou zelf als ondernemer.

Als je rekening houdt met de bovenstaande succesfactoren vergroot je jou kans op een geslaagde campagne aanzienlijk en leg je een stevig fundament voor de toekomst van je bedrijf.

Breng je Obligaties Onder de Aandacht, Fundingteam Weet Hoe!



CONTACT

Ontdek hoe wij jou kunnen helpen.
Boek een gesprek en ontvang
persoonlijk advies op maat.



www.fundingteam.nl



info@fundingteam.nl



Stationsplein 45, Rotterdam

The graphic displays three pricing tiers for Fundingteam's services, set against a background of overlapping circles in light grey, purple, and teal. Each tier is presented in a white card with a colored header. The 'Meest gekozen' (Most chosen) tier is highlighted with a purple background and a dark blue header.

Start	Meest gekozen Flex	Premium
€995	€1.995	€2.995
Opstartkosten incl. 2 jaar abonnement	Opstartkosten incl. 2 jaar abonnement	Opstartkosten incl. 2 jaar abonnement
✓ Campagnes tot €50.000 ✓ Regel zelf je eigen financiering ✓ Gratis helpdesk ✓ Lage succesfee (2%) ✓ Eigen funding website ✓ AFM Compliance ✓ Informatiememorandum ✓ Dashboard voor jou ✓ Dashboard voor jouw obligatiehouders	✓ Alles van Start ✓ Lage succesfee (2%) + Campagnes tot €5 mio + Hulp bij inrichten campagne + Funding Accelerator module zes maanden toegang*	✓ Alles van Flex ✓ Lage succesfee (2%) + Begeleiding bij campagne + Funding Accelerator module onbeperkte toegang* + Je vaste persoonlijke Premium coach + Neem contact met ons op



nt van jouw keuze.

?
k

Start

€995

Opstartkosten incl. 2 jaar
abonnement

- ✓ Campagnes tot €50.000
- ✓ Regel zelf je eigen financiering
- ✓ Gratis helpdesk
- ✓ Lage succesfee (2%)
- ✓ Eigen funding website
- ✓ AFM Compliance
- ✓ Informatiememorandum
- ✓ Dashboard voor jou
- ✓ Dashboard voor jouw obligatiehouders

Meest gekozen

Flex

€1.995

Opstartkosten incl. 2 jaar
abonnement

- ✓ Alles van Start
- ✓ Lage succesfee (2%)
- + Campagnes tot €5 mio
- + Hulp bij inrichten campagne
- + Funding Accelerator module zes maanden toegang*

Premium

€2.995

Opstartkosten incl. 2 jaar
abonnement

- ✓ Alles van Flex
- ✓ Lage succesfee (2%)
- + Begeleiding bij campagne
- + Funding Accelerator module onbeperkte toegang*
- + Je vaste persoonlijke Premium coach
- + Neem contact met ons op