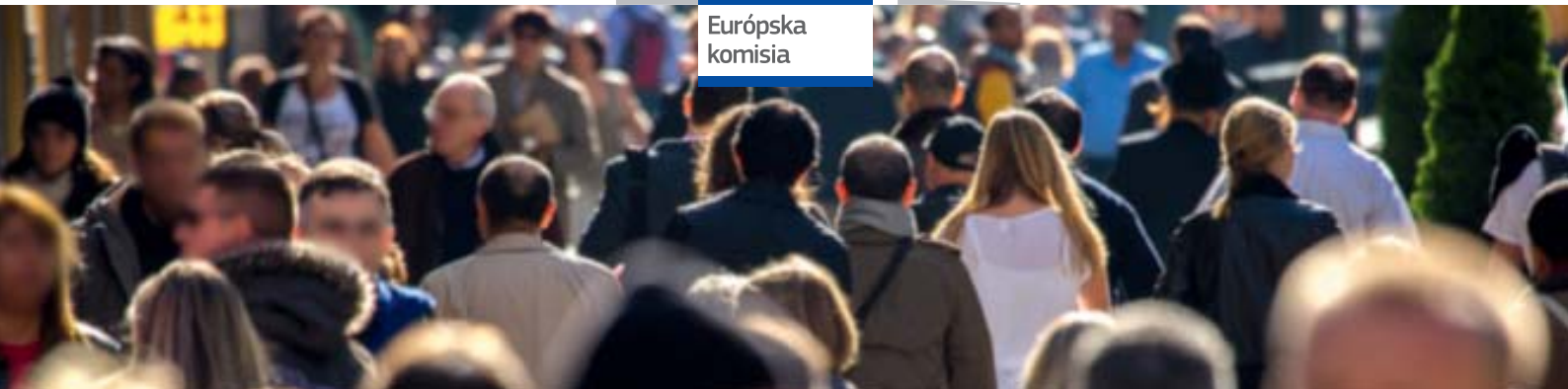




Európska
komisia



Vysvetlenie pojmu kolektívne financovanie

Sprievodca pre malé a stredné
podniky

Obsah

Čo je kolektívne financovanie?	4
- Vysvetlenie pojmu kolektívne financovanie	6
- Viac ako len peniaze	9
- Aké sú riziká?	10
Jednotlivé druhy kolektívneho financovania	12
- Kolektívne požičiavanie	14
- Podielové kolektívne financovanie	15
- Kolektívne financovanie založené na odmenách	16
- Je to pre mňa vhodné	17
Ako na to	18
- Kolektívne požičiavanie	20
- Prípadová štúdia kolektívneho požičiavania	22
- Podielové kolektívne financovanie	24
- Prípadová štúdia podielového kolektívneho financovania	26
- Kolektívne financovanie založené na odmenách	28
- Prípadová štúdia kolektívneho financovania založeného na odmenách	30
Ďalšie kroky	32



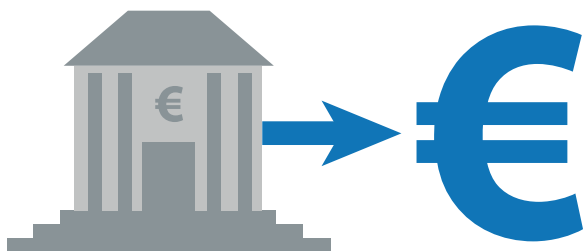
Čo je kolektívne financovanie?



Vysvetlenie pojmu kolektívne financovanie

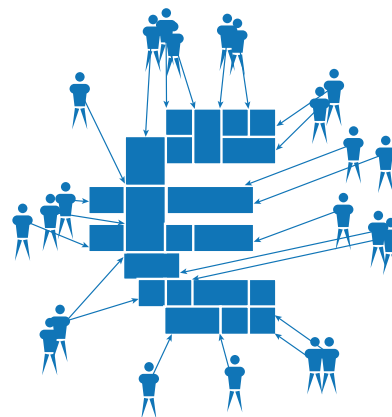
Kolektívne financovanie (anglicky: crowdfunding) je jedným zo spôsobov získavania finančných prostriedkov na financovanie projektov a podnikov. Umožňuje osobám, ktoré sa snažia získať finančné prostriedky, **zhromaždiť peniaze od veľkého množstva ľudí prostredníctvom online platforiem**.

Tradičné financovanie



Veľké sumy z jedného alebo niekoľkých zdrojov

Kolektívne financovanie



Mnoho malých súm od veľkej skupiny jednotlivcov

Kolektívne financovanie najčastejšie využívajú začínajúce alebo rastúce podniky ako možnosť získania prístupu k alternatívnemu financovaniu. Ide o inovatívny spôsob zabezpečovania financovania pre nové projekty, podniky alebo nápady.

Môže však ísť aj o spôsob rozvíjania komunity, ktorej ponúkate svoje služby alebo produkty. Využitím potenciálu online komunity môžete tiež získať **užitočné informácie o trhu a osloviť nových zákazníkov**.

Tento sprievodca je určený pre **podnikateľov, obchodníkov a podniky, predovšetkým tie malé a stredné**. Ak uvažujete o možnostiach financovania nového podniku alebo nápadu, alebo ste počuli o kolektívnom financovaní a chceli by ste sa o ňom dozvedieť viac, môže byť pre vás tento sprievodca užitočný.

Ako funguje kolektívne financovanie?

Platformy kolektívneho financovania sú webovými stránkami, ktoré umožňujú nadviazanie kontaktov a spoluprácu medzi tými, ktorí sa snažia získať finančné prostriedky, a verejnosťou. Prostredníctvom takýchto platforiem je možné poskytovať finančné prísluby a na ich základe získavať finančné prostriedky.

Ak bola kampaň zameraná na získanie finančných prostriedkov úspešná, platformy kolektívneho financovania zvyčajne účtujú osobám, ktoré sa finančné prostriedky snažia získať, určitý poplatok. Na oplátku sa **od nich očakáva, že budú poskytovať bezpečné a jednoducho využiteľné služby**.

Mnohé platformy fungujú na základe modelu financovania „všetko alebo nič“. To znamená, že ak svoj cieľ dosiahnete, peniaze získate, a ak ho nedosiahnete, peniaze sa vrátia späť tým, ktorí ich poskytli – bez hádok a bez finančných strát.

Existuje viacero druhov kolektívneho financovania, ktoré sú uvedené ďalej v tabuľke. Tento sprievodca poskytuje nestranné rady, ktoré vám majú pomôcť pochopiť tri najbežnejšie druhy kolektívneho financovania využívané ziskovými malými a strednými podnikmi a začínajúcimi podnikmi: **kolektívne požičiavanie, podielové kolektívne financovanie a kolektívne financovanie založené na odmenách**.

Hlavné druhy kolektívneho financovania

Kolektívne požičiavanie

Ľudia požičiavajú spoločnosti peniaze s tým, že sa im vrátia aj s úrokmi. Je to veľmi podobné tradičným pôžičkám z banky, až na to, že si požičiavate od mnohých investorov.

Podielové kolektívne financovanie

Predaj podielu v podniku množstvu investorov výmenou za ich investície. Funguje to podobne, ako keď sa na burze kupujú alebo predávajú kmeňové akcie, resp. ako rizikový kapitál.

Kolektívne financovanie založené na odmenách

Jednotlivci venujú prostriedky na projekt alebo ich poskytnú podniku, pričom očakávajú, že za svoj príspevok neskôr dostanú odmenu nefinančného charakteru, ako napríklad tovar alebo služby.

Kolektívne financovanie založené na daroch

Jednotlivci prispievajú malými sumami, aby dosiahli cieľ získania väčšej sumy na konkrétny charitatívny projekt, pričom z toho nemajú žiadny finančný ani vecný prospech.

Podiel na zisku/výnosoch

Podniky môžu na oplátku za financovanie v súčasnosti ponúknuť ľuďom podiel na budúcom zisku alebo výnosoch.

Kolektívne financovanie založené na dlhových cenných papieroch

Jednotlivci investujú do dlhového cenného papiera emitovaného spoločnosťou, ako je napríklad dlhopis.

Hybridné modely

Ponúkajú podnikom príležitosť spojiť prvky viacerých druhov kolektívneho financovania.

Viac ako len peniaze

Kolektívne financovanie môže ponúknuť viac než len finančný prínos. Môže vám poskytnúť prístup k veľkému počtu ľudí, ktorí môžu mať záujem o váš projekt alebo podnik a ktorí by vám tiež mohli poskytnúť cenné poznatky a informácie.

Nefinančný prínos kolektívneho financovania

- **Overenie a potvrdenie koncepcie:** kolektívne financovanie vám umožní reálne sa pozrieť na váš projekt alebo na vašu koncepciu; zistíte, či aj iní veria vo váš projekt alebo koncepciu a považujú ich za hodnotné. Skutočnosť, že sú ochotní prispieť, je jednoznačným potvrdením toho, že váš projekt alebo koncepciu trh schvaľuje.
- **Pomoc s inými formami financovania:** úspešná kampaň nie je len dôkazom správnosti vašej koncepcie, ale zároveň ukazuje, že existuje trh pre vaše podnikanie, v ktoré ľudia veria. To je veľmi užitočné, keď sa snažíte získať ďalšie finančné prostriedky z iných zdrojov, ako sú banky, rizikový kapitál alebo podnikateľskí anjeli, pretože váš projekt sa im môže zdať menej riskantný, resp. môžete získať priaznivejšie podmienky.
- **Prístup k veľkému množstvu ľudí:** oslovujete obrovské množstvo jednotlivcov, pričom niektorí z nich môžu mať cenné odborné znalosti a poznatky. Kolektívne financovanie vo všeobecnosti umožňuje spolupracovať s takýmito ľuďmi novým spôsobom, ktorý zabezpečuje cennú spätnú väzbu bez nákladov.
- **Účinný marketingový nástroj:** podielové kolektívne financovanie a kolektívne financovanie založené na odmenách môžu byť účinným prostriedkom na predstavenie nového výrobku, novej spoločnosti alebo expanzie, pretože ich predstavíte priamo ľuďom, ktorí pravdepodobne budú ich zákazníkmi. Výrobok môžete spropagovať a vzbudiť oň záujem ešte pred tým, ako sa vôbec začne vyrábať.

Nemali by ste však zabúdať, že kolektívne financovanie nezískate jednoducho ako šibnutím čarovného prútika. Tak ako každý podnikateľský zámer, aj kolektívne financovanie si vyžaduje značné množstvo koncentrovaného úsilia a tvrdej práce.

Aké sú riziká?

Kolektívne financovanie má mnoho výhod, ale prináša aj potenciálne riziká, ktorých by ste si mali byť vedomí. Táto časť vám pomôže pochopiť prípadné nástrahy spojené s kolektívnym financovaním a vyhnúť sa im.

Nemáte žiadnu záruku, že svoj cieľ dosiahnete

Podobne ako pri akomkoľvek inom podnikateľskom zámere, aj v tomto prípade existuje riziko neúspechu. Ak stanovenú cieľovú sumu nedosiahnete, peniaze, ktoré ste počas kampane získali, sa budú musieť vrátiť investorom.

Rada: *Dôkladne zanalyzujte všetky možnosti, ktorými by ste mohli zaistiť úspech svojej kampane na získanie finančných prostriedkov. Ak neúspejete, môžete to skúsiť znova; pri niektorých z najúspešnejších kampaní sa recept na úspech podarilo nájsť až po niekoľkých pokusoch. V zmluvných podmienkach by mali byť jednoznačne stanovené práva a povinnosti zúčastnených strán v prípade, že sa cieľová suma nedosiahne.*

Vaše duševné vlastníctvo sa stane verejným

Vaše nápady sú na internete, kde ich môže vidieť množstvo ľudí, pričom hrozí riziko, že váš návrh niekto odkopíruje.

Rada: *Obráťte sa na platformy, na ktorých chcete svoj nápad umiestniť; môžu vám poskytnúť všeobecné odporúčania o ochrane vašich práv duševného vlastníctva. Pomôcť vám môže aj vaša miestna obchodná komora alebo štátna agentúra, ale ak si nie ste istí, mali by ste sa obrátiť na nezávislého poradcu.*

Podcenenie nákladov

Ľudia často podcenia čas a zdroje, ktoré si kolektívne financovanie vyžaduje. Niektoré formy kolektívneho financovania môžu priniesť ďalšie náklady. Napríklad v prípade podielového kolektívneho financovania sa administratívne náklady môžu zvýšiť pri každej emisii akcií. Nemusíte mať dostatočné kapacity na jednanie s novými investormi, priebežné informovanie o projekte alebo riešenie práv akcionárov v rámci podniku.

Rada: *Uvedomte si, aké kroky musíte urobiť, vyčleňte si dostatok času a vypracujte plán, ktorý počíta s rezervou na chyby a nedodržanie termínov. Pamätajte na to, že budete musieť vyčleniť prostriedky na obdobie pred kampaňou, počas nej aj po nej. Stojí za zváženie, či by ste sa v súvislosti s právnymi otázkami týkajúcimi sa kolektívneho financovania nemali obrátiť na právneho poradcu.*

Poškodenie povesti

V súčasnosti je na trhu pomerne veľká konkurencia a vašou ponukou sa pravdepodobne budú zaoberať skúsení investori. Akákoľvek nedbalosť, chyba alebo nedostatočná pripravenosť vrhnú na vás a váš projekt alebo podnik zlé svetlo.

Rada: *Dôkladne preskúmajte všetky informácie. V oddiele „Ďalšie kroky“ tohto sprievodcu nájdete ďalšie zdroje.*

Rada: *Majte na pamäti, že ide o iný druh podnikateľského zámeru. Je možné, že svoj prístup budete musieť prispôbiť tak, aby vyhovoval ľuďom, ktorí možno vaše odvetvie dobre nepoznajú.*

Rada: *Skôr, než sa k niečomu zaviazate, presvedčte sa, či proces kolektívneho financovania plne chápete, aby ste si mohli byť istí, že dokážete svoje sľuby splniť.*

Povinnosť zverejňovať informácie a právne požiadavky

Rada: Vždy si u platformy a svojho miestneho orgánu dohľadu overte, aké dokumenty budete musieť predložiť a aké budú náklady na splnenie požiadaviek, a zahrňte tieto výdavky do plánovaných nákladov. Môže sa stať, že vzniknú zložité problémy, ktorých riešenie si vyžiada značné náklady, preto by ste mali zvážiť, či nepožiadat' o pomoc právneho poradcu.

Porušovanie právnych predpisov

Právne predpisy v oblasti kolektívneho financovania sa ešte stále vyvíjajú, a tak nemusia byť mnohým známe. Ak sa neoboznámite s príslušnými právnymi predpismi EÚ a vnútroštátnymi právnymi predpismi, mohli by ste ich nevedomky porušiť.

Rada: Vždy si overte, aké sú platné právne predpisy a požiadavky. Platformy zvyčajne ponúkajú všeobecné poradenstvo a odkážu vás na príslušné miesto, kde vám poskytnú špecializovanejšie poradenstvo, ako je napríklad vaša miestna obchodná komora, miestny orgán dohľadu alebo príslušný orgán štátnej správy.

Problémy s platformou

Existuje riziko, že narazíte na podvodnú platformu.

Rada: Snažte sa vybrať zavedené a rešpektované platformy, ktoré majú dobrú povesť a nevykazujú známky žiadnych problémov. Zamerajte sa na platformy v dobre regulovaných prostrediach, s ktorých právnymi predpismi ste oboznámení a pri ktorých si môžete byť istí, že vaše práva budú chránené.

Problémy so záväzkami voči investorom a dynamikou investorov

Veľká a potenciálne rozmanitá skupina rôznych podporovateľov so sebou prináša rôzne problémy, očakávania a požiadavky. Neznalosť práv prispievateľov a mechanizmov riešenia sťažností či mechanizmov vymáhania môže spôsobiť problémy, a to najmä pri podielovom kolektívnom financovaní, ktoré so sebou prináša určitú stratu kontroly nad vaším podnikom.

Rada: Skúmajte možné dôsledky a aktívne komunikujte s platformou, aby si plne ujasnili svoje záväzky. Zistíte, v čom vám platforma môže pomôcť a čo je jej úlohou.

Rada: Pred tým, než sa vôbec pustíte do podielového kolektívneho financovania, vždy veľmi starostlivo zvážte potenciálne problémy, ktoré sa môžu vyskytnúť v neskorších etapách. Aby investícia bola atraktívna, budete musieť investorom poskytnúť určité práva. Uistite sa, či viete, aké záväzky vám z týchto práv investorov plynú.

Rada: Pri vytváraní štruktúry riadenia spoločnosti a jeho mechanizmov majte vždy na pamäti všetky požiadavky a povinnosti. Ide o zložité otázky, preto v prípade potreby požiadajte o radu kvalifikovaných odborníkov.

Investori, ktorí chcú odísť

Vaši investori sa môžu jedného dňa rozhodnúť predať svoj podiel, alebo sa noví investori môžu rozhodnúť, že vstúpia do vášho podniku.

Rada: Už na začiatku veľmi starostlivo zvážte možný dosah zmeny alebo odchodu investorov na váš podnik a ešte skôr, než investorom ponúknete akýkoľvek podiel, uvážte, či by ste nemali požiadať o právne poradenstvo.

Rada: Takisto budete musieť vedieť, ako v budúcnosti riešiť prijímanie prípadných nových investorov, pretože tento krok môže oslabiť hodnotu akcií vašich pôvodných investorov.



Jednotlivé druhy kolektívneho financovania



Kolektívne požičiavanie

Opis

Kolektívne požičiavanie je priamou alternatívou úveru z banky s tým rozdielom, že namiesto požičiavania si z jediného zdroja si spoločnosti môžu požičať finančné prostriedky priamo od desiatok, niekedy až stoviek jednotlivcov, ktorí sú pripravení požičať im peniaze. Poskytovatelia takýchto pôžičiek často súťažia o poskytnutie pôžičky tak, že ponúkajú úrokovú sadzbu, pri ktorej sú ochotní finančné prostriedky poskytnúť. Tí, ktorí si chcú peniaze požičať, potom prijímú ponuky s najnižšou úrokovou sadzbou. Na nadviazanie kontaktov medzi poskytovateľmi pôžičiek a tými, ktorí ich chcú využiť, slúžia internetové platformy. Každá žiadosť o pôžičku sa podrobí hĺbkovej analýze, pretože platformy kolektívneho financovania majú povinnosť chrániť záujmy podnikov aj investorov. Platformy zvyčajne vyžadujú predloženie účtovnej závierky a záznamov preukazujúcich úspechy dosiahnuté pri podnikaní.

Hlavné charakteristiky

- **Väčšia flexibilita, pokiaľ ide o úrokové sadzby:** ak je vaša kampaň populárna, investori môžu vzájomne súťažiť o to, aby vám mohli požičať peniaze na podnikanie, a ponúkajú lepšie úrokové sadzby, aby zaistili, že ich ponuku využijete.
- Takto môžete dostať pôžičku, aj keď vám ju banka odmietla poskytnúť.
- **Výška pôžičky sa môže pohybovať vo veľkom rozmedzí, takže môže vyhovovať najrôznejším potrebám.** Minimálna výška pôžičky je veľmi nízka, čo k účasti povzbudzuje širokú škálu veriteľov.
- **Pôžička sa spláca prostredníctvom priamych inkás platforme,** ktorá vaše splátky ďalej prerozdelení veriteľom.
- **Požiadavky na zverejňovanie informácií sú totožné s tými, ktoré platia v prípade banky.** Na rozdiel od banky sa informácie zverejňujú všetkým veriteľom.
- Rovnako ako v prípade tradičnej pôžičky z banky ste **zo zákona povinný pôžičku splatiť.**

Podielové kolektívne financovanie

Opis

Podielové kolektívne financovanie spočíva v **predaji podielu vo vašom podniku množstvu investorov výmenou za investície**. Podielové financovanie je už osvedčeným spôsobom financovania, keďže súkromný kapitál, rizikový kapitál a podnikateľskí anjeli už dlho zohrávajú úlohu pri rozvoji spoločností. Hlavným rozdielom medzi podielovým kolektívnym financovaním a týmito tradičnými modelmi je, že nedochádza k nadviazaniu vzťahu jedného s jedným, ale že túto možnosť môže využiť široká škála potenciálnych investorov, **pričom niektorí z nich môžu byť zároveň súčasnými alebo budúcimi zákazníkmi**. Pri **podielovom kolektívnom financovaní k tomu dochádza vďaka spojeniu spoločností s potenciálnymi investormi prostredníctvom internetovej platformy**.

Hlavné charakteristiky

- Budete musieť **stanoviť podmienky** a rozhodnúť sa, koľko chcete predat', za akú cenu, a akým spôsobom budú investori odmeňovaní. Správne ohodnotenie podniku si vyžaduje dobré odborné znalosti.
- **Poplatky splatné** za získanie podielového financovania prostredníctvom platformy kolektívneho financovania budú zvyčajne zahŕňať poplatok za úspešnú kampaň a právne alebo správne poplatky spojené s emitovaním akcií. Okrem toho vám môžu vzniknúť aj ďalšie poplatky za právne úkony a za poradenské služby.
- **Investovať môže mnoho ľudí**, takže namiesto niekoľkých veľkých investorov môžete mať veľa malých spoluvlastníkov. Táto možnosť je však zvyčajne menej nákladná než kótovanie na burze.
- Musíte preukázať, že **váš podnik je pripravený na investície**, a teda musíte predložiť podnikateľský plán a finančné prognózy. Mali by ste mať takisto dobrú **komunikačnú stratégiu**, pričom najdôležitejšie informácie o vašom projekte by mali byť pre potenciálnych investorov ľahko dostupné a jednoducho zrozumiteľné.
- Platforma zvyčajne vykoná **obmedzenú hĺbkovú analýzu**, pričom investor môže mať možnosť **vyžiadať si ďalšie informácie**. Tieto informácie by ste mali byť pripravení poskytnúť, aj keď vám z toho vyplynú dodatočné náklady.
- Podielové kolektívne financovanie má závažné **právne aspekty**, ktorých náklady by ste nemali ignorovať. Týka sa to napríklad zverejňovania informácií a právnych dokumentov, valných zhromaždení akcionárov, riešenia práv spoločnosti, výročných správ a rozhodovacích postupov.
- **Investori môžu mať rôzne práva**. Zvyčajne však majú právo hlasovať o kľúčových otázkach riadenia podniku, emitovaní nových akcií atď. Mali by ste zvážiť, v akom rozsahu ste ochotní poskytnúť práva kontroly nad svojím podnikom akcionárom zvonka. Čo sa týka odškodnenia, nezabúdajte, že investori môžu požadovať odškodnenie za finančné straty, ktoré utrpeli napríklad v dôsledku porušenia zmluvy.

Kolektívne financovanie založené na odmenách

Opis

Pri kolektívnom financovaní založenom na odmenách **jednotlivci venujú finančné prostriedky na projekt alebo ich venujú podniku, pričom očakávajú, že za to neskôr dostanú odmenu nefinančného charakteru**, ako napríklad tovar alebo služby. Bežným príkladom je projekt alebo podnik, ktorý výmenou za investície ponúka jedinečnú službu (odmeny) alebo nový výrobok (predpredaj). Táto forma kolektívneho financovania umožňuje spoločnostiam, aby pri začiatku svojej činnosti už mali prijaté objednávky a zabezpečený tok hotovosti (čo je pre nové podniky hlavným problémom), a získava záujemcov o výrobok ešte pred jeho uvedením.

Hlavné charakteristiky

- **Poskytnuté finančné prostriedky sa nemusia vracať**; jednoducho len poskytnete sľúbenú službu alebo tovar.
- Objednávky máte zabezpečené ešte pred uvedením nového výrobku a kampaň kolektívneho financovania vám umožňuje zároveň so získavaním finančných prostriedkov **budovať zákaznícku základňu**.
- **Svoje sľuby ste povinní plniť** podľa harmonogramu.
- Táto možnosť je **oblíbenou voľbou pre začínajúce podniky a podnikateľov**, pretože umožňuje financovať začiatok činnosti nových spoločností alebo uvedenie nových výrobkov.
- Je **obzvlášť vhodná pre výrobky a služby, ktoré sú inovatívne** alebo ktoré upútajú pozornosť veľkého množstva zákazníkov.
- **Zložité koncepcie alebo zložité výrobky nie sú** na kolektívne financovanie založené na odmenách **až také vhodné**.

Je to pre mňa vhodné

	Podielové kolektívne financovanie	Kolektívne financovanie založené na odmenách	Kolektívne požičiavanie
Predpredaj		✓	
Podnik, ktorý dosiaľ nebol ziskový	✓	✓	
Ziskový rastúci podnik	✓		✓
Zavedený a stabilne rastúci	✓		✓
Zavedený stabilný podnik	✓		✓
Uvedenie nových výrobkov/služieb/značky	✓	✓	✓
Uskutočňovanie akvizícií			✓
Expanzia na nové územia	✓	✓	✓
Investovanie do nových zariadení			✓
Snaha o refinancovanie	✓		✓
Potreba kapitálovej reštrukturalizácie	✓		✓



Ako na to





Kolektívne požičiavanie

V tomto oddiele je v hlavných rysoch uvedené, ako pristupovať ku kolektívnemu požičiavaniu, ako aj niekoľko podrobnejších tipov a odporúčaní. **Tieto odporúčané kroky však berte len ako pomôcku.** Jednotlivé kroky môžu byť pre vás viac alebo menej zložité, v závislosti od vášho projektu, veľkosti vášho tímu a množstva času, ktorý tomu môžete venovať.

Príprava

Na začiatku svojej kampane kolektívneho financovania by ste sa mali oboznámiť s tým, ako kolektívne požičiavanie funguje a venovať sa príprave svojej ponuky. Mali by ste:

- si urobiť prieskum potenciálnych platforiem a možností, ktoré ponúkajú,
- sa dôkladne oboznámiť s pravidlami a právnymi požiadavkami platformy,
- preštudovať čo najviac príručiek, blogov a prebiehajúcich kampaní, ktoré nájdete, aby ste získali inšpiráciu a poučili sa zo skúseností iných,
- sa obrátiť na platformy, ktoré presne zodpovedajú vašim potrebám,
- dôkladne pripraviť a skontrolovať všetky finančné dokumenty, ktoré platforma vyžaduje.

Tip: Ak si to môžete dovoliť, skúste požičať menšiu sumu zo svojich vlastných peňazí (povedzme 100 EUR) rozdelenú na menšie časti iným podnikom. Získate tak veľmi dobrú predstavu o tom, na čo sa budú vaši veritelia zameriavať.

Obdobie získavania finančných prostriedkov

Tím, ktorý v rámci zvolenej platformy kolektívneho financovania zodpovedá za posudzovanie úverov, preštuduje všetky informácie, ktoré ste predložili. Ak bude vaša žiadosť úspešná, pravdepodobne vám povedia, do ktorej kategórie rizika budete zaradení. Po schválení bude váš podnik zaradený na platformu, aby potenciálni veritelia mohli predkladať ponuky. Každý potenciálny veriteľ ponúkne zvolenú sumu a úrokovú sadzbu. Po dosiahnutí cieľovej sumy môžu potenciálni veritelia pokračovať v ponukách a znižovať pritom úrokové sadzby, takže čím populárnejšia vaša kampaň bude, tým lepšie podmienky by ste mohli získať.

Nezabudnite: Často budete musieť predložiť svoju účtovnú závierku aspoň za posledné dva roky a svoju úverovú históriu. Ak tieto dokumenty ešte nemáte, požiadajte o pomoc odborníka. Zostavenie účtovnej závierky si vyžaduje čas a môže zvýšiť vaše náklady.

Po skončení aukcie

Po skončení aukcie sa s vami platforma skontaktuje, aby potvrdila konečnú priemernú úrokovú sadzbu. Následne v dohodnutej lehote pošle finančné prostriedky na váš bankový účet.

Potom musíte pôžičku spolu s úrokmi splácať v splátkach, na ktorých ste sa dohodli s platformou. Splácanie zvyčajne prebieha prostredníctvom inkasa platforme, ktorá následne posiela platby ďalej na účty investorov.

Po splatení celého úveru platforma potvrdí, že pôžička je splatená, a tým celá operácia končí.

Tip: Bud'te počas celého procesu k dispozícii, pretože platforma alebo aj investori môžu klásť doplňujúce otázky, na ktoré je potrebné veľmi rýchlo odpovedať.

Prípadová štúdia kolektívneho požičiavania

Isabellina cukráreň

Opis situácie

Isabella je cukrárka, ktorej predaj sa neustále zvyšuje. Nedávno sa presťahovala do väčších priestorov zahŕňajúcich aj malú reštauráciu, ktorá v súčasnosti prináša 30 % jej obratu. To však kladie značné nároky na jej zamestnancov a kapacitu. Aby svoju kapacitu zdvojnásobila, musí kúpiť nový stroj na spracovanie cesta a ďalšie pece. To by jej umožnilo zdvojnásobiť jej kapacity. Kombinované náklady na nové stroje predstavujú 50 000 EUR, čo je suma, ktorú chce získať. Isabella sa so žiadosťou o úver obrátila na svoju miestnu banku, v ktorej už má povolené prečerpanie 10 000 EUR a ktorej posledný rok spláca úver vo výške 30 000 EUR (na počiatočné investície). Banka jej však bola ochotná ponúknuť len úver vo výške 30 000 EUR s úrokovou sadzbou 14,5 % a nie 11,5 %, ktorú dostala predtým. Rozhodla sa, že bude hľadať alternatívne možnosti na internete a objavila kolektívne požičiavanie.



Plánovanie: 1. – 10. deň

Isabella strávila určitý čas hľadaním všetkých dostupných informácií o koncepcii kolektívneho požičiavania, pričom venovala osobitnú pozornosť jeho fungovaniu; tomu, ktoré webové lokality ho ponúkajú a za akých podmienok/za akú cenu; a tiež pravidlám, ktoré tieto lokality stanovili. Zhromažďovala a čítala blogy/články o kolektívnom požičiavaní a zaujímala sa o iných, ktorí si takýmto spôsobom požičali v situácii podobnej tej jej, a o to, aké podmienky dostali. Do konca týždňa získala pocit, že kolektívnemu požičiavaniu rozumie a vie dosť na to, aby sa oň pokúsila. Aby získala viac informácií o správaní veriteľov, zaregistrovala sa na niekoľkých platformách kolektívneho požičiavania a požičala 100 EUR zo svojich vlastných peňazí rozdelených na drobné sumy iným podnikom podobným tomu jej. To jej umožnilo získať lepší prehľad o tom, aké je byť veriteľom a na čo sa budú ľudia s najväčšou pravdepodobnosťou sústreďovať. S takýmto poznatkami určitý čas strávila zhromažďovaním finančných záznamov a iných informácií, ktoré mala povinnosť zverejniť.

Cyklus financovania: 11. – 20. deň

Keď mala Isabella všetko hotové a dôkladne skontrolované, predložila svoje dokumenty platforme. Tím, ktorý v rámci platformy zodpovedá za posudzovanie úverov, si od nej vyžiadal doplňujúce informácie o jej finančnej situácii vrátane účtovnej závierky a poskytnuté informácie posúdil s ohľadom na úverové modely používané platformou. Čoskoro nato Isabella dostala informáciu, že jej podnik úverovým posudzovaním prešiel. Po takomto schválení mohol byť jej podnik uvedený na platforme a investori mohli predkladať svoje ponuky. Niektorí investori sa rozhodli s Isabellou skontaktovať prostredníctvom nástroja na priamu komunikáciu. Kládli jej otázky, aby získali podrobnejšie informácie o tom, ako zamýšľa peniaze použiť, a o ziskovosti podniku za posledných pár rokov. S odpoveďami boli spokojní, a tak sa Isabelle podarilo v priebehu niekoľkých dní od uvedenia na platforme získať pôžičku vo výške 50 000 EUR, ktorá bola v plnej miere financovaná investormi. Isabella mohla prijať priemernú sadzbu ponúknutú pri dosiahnutí cieľovej hodnoty, ale rozhodla sa, že svoju pôžičku ponechá v hre ešte ďalších sedem dní do konca aukcie. V priebehu zostávajúcich dní Isabella zaznamenala, že jej úroková sadzba klesá, pretože aj ďalší investori mali záujem požičať jej finančné prostriedky.

Po aukcii

Po skončení aukcie sa platforma s Isabellou spojila, aby potvrdila konečnú priemernú úrokovú sadzbu vo výške 10,3 %, ktorá jej bola ponúknutá. Táto sadzba zodpovedala jej ratingovej kategórii (B) a bola dokonca nižšia ako jej pôvodná sadzba na úver z banky (11,5 %). Platforma ju tiež informovala, že ak by sa rozhodla pôžičku neprijať, neplatila by žiadne poplatky. Isabella sa však rozhodla pôžičku čerpať a finančné prostriedky jej boli prevedené na účet do troch pracovných dní. Isabella splácala úver a úroky z neho každý mesiac počas obdobia piatich rokov. Splácanie prebiehalo prostredníctvom inkasa platforme, ktorá následne posielala platby ďalej na účty investorov.

Podielové kolektívne financovanie

V tomto oddiele je v hlavných rysoch uvedené, ako pristupovať k podielovému kolektívnemu financovaniu, ako aj niekoľko podrobnejších tipov a odporúčaní. **Tieto odporúčané kroky však berte len ako pomôcku.** Jednotlivé kroky môžu byť pre vás viac alebo menej zložité, v závislosti od vášho projektu, veľkosti vášho tímu a množstva času, ktorý tomu môžete venovať.

Príprava

Na začiatku svojej kampane kolektívneho financovania by ste sa mali oboznámiť s tým, ako podielové kolektívne financovanie funguje, a venovať sa príprave vašej ponuky. Mali by ste:

- **si urobiť prieskum potenciálnych platforiem kolektívneho financovania** a možností a podmienok, ktoré ponúkajú,
- **sa dôkladne oboznámiť s pravidlami a právnymi požiadavkami** platformy a tiež pravidlami a právnymi požiadavkami vzťahujúcimi sa na vašu oblasť,
- **vypracovať harmonogram a plán nákladov,**
- **sa oboznámiť s trendmi na trhu,** a to tak, že si zistíte, akú sumu je možné získať v rámci súčasných kampaní kolektívneho financovania a čo sa za to očakáva. Tým získate porovnanie pre svoju kampaň,
- **sa obrátiť na platformy, ktoré najviac zodpovedajú vašim potrebám,**
- **dôkladne pripraviť a skontrolovať všetky finančné dokumenty,** ktoré platforma vyžaduje,
- **začať budovať svoje publikum v sociálnych médiách,**
- **zistiť, aké požiadavky na zverejňovanie a právne záväzky** budete musieť splniť. V prípade kampaní s vysokou hodnotou budete musieť predložiť auditovanú účtovnú závierku, ktorá môže stáť veľa peňazí. Vždy si u platformy a svojho miestneho orgánu overte, čo presne sa vyžaduje, a koľko to bude stáť.

Tip: Ak je to možné, vždy sa pokúste nájsť spoločnosť, ktorá bola úspešná. Spýtajte sa ich na ich skúsenosti a požiadajte ich, či by vás nemohli viesť, alebo či by vám nemohli pomôcť. Ušetríte tak veľa času a ich rady by vám mohli pomôcť zlepšiť vašu kampaň.

Plánovanie kampane

Ak je vaša žiadosť platforme úspešná, **mali by ste vypracovať konečnú verziu svojho podnikateľského plánu a finančnej ponuky.** Je dôležité byť pripravený; **zaistite, aby boli vaše prepočty správne a pripravte si doklady, ktorými doložíte svoje tvrdenia.** Mali by ste byť schopní predložiť napríklad:

- **ocenenie svojho podniku** a ako ste k nemu dospeli,
- **finančné výsledky a prognózy,**
- **podiel vlastného imania,** ktorý ponúkate, a prečo.

Je veľmi dôležité, aby ste svoj príbeh podávali presvedčivým spôsobom a používali pritom ľahko zrozumiteľné opisy svojho výrobku alebo služby a tiež finančnej stránky. Veľkou pomocou by mohlo byť využitie viacerých komunikačných kanálov vrátane videí, sociálnych sietí a osobných prezentácií. Požiadajte priateľov a potenciálnych zákazníkov o spätnú väzbu, aby ste sa uistili, že idete správnym smerom. Je dôležité, aby ste:

- **mali na zreteli svoje publikum** a to, čo ho bude pravdepodobne zaujímať,
- **boli stručný, ale zároveň zabezpečte, aby boli zrejmé vaše znalosti, zručnosti a zápal pre váš podnik,**
- **jasne vysvetlili finančnú stránku** a uviedli odkazy, kde možno nájsť ďalšie informácie,
- **podali svoj príbeh vo vizuálne príjemnom a podmanivom formáte.**

Vytvorenie kampane

Mali by ste mať dobrú webovú stránku: dobre navrhnutá, informatívna a príťažlivá webová stránka investorov presvedčí, že svoj podnik beriete vážne.

Súčasťou niektorých z **najúčinnejších kampaní je veľmi krátke dvojminútové (alebo kratšie) video**. V ňom by ste mali jasne:

- povedať, čo chcete dosiahnuť a prečo,
- predstaviť seba a svoj tím,
- vysvetliť, ako váš podnik funguje,
- ukázať, ako peniaze použijete,
- povedať, aká je finančná návratnosť.

Dôležité je osloviť ľudí skoro. Ukázalo sa, že kampane, ktoré získajú viac ako 20 % cieľovej hodnoty v priebehu prvých dní, majú oveľa väčšiu šancu na úspech. Mali by ste byť aktívny v sociálnych médiách a začať budovať svoje publikum nadväzovaním konverzácií a pripájaním sa k nim.

Obdobie získavania finančných prostriedkov

So svojím publikom by ste mali byť v aktívnom kontakte, na internete aj mimo neho:

- **motivovať publikum**, povzbudzovať ho k zapojeniu sa do kampane a deleniu sa o informácie s priateľmi,
- **aktívne pôsobiť v sociálnych médiách**, propagovať a zviditeľňovať svoju kampaň,
- **rozprávať sa s novinármi**, na konferenciách, veľtrhoch atď.
- odpovedať na otázky, návrhy a dopyty.

Po kampani

Po skončení kampane by ste mali uskutočniť všetky administratívne kroky, ako je napríklad zápis nových vlastníkov a zmena štatútu spoločnosti. Mali by ste predovšetkým:

- **upraviť novú štruktúru spoločnosti.** Získali ste viacerých investorov a obchodných partnerov. S najväčšou pravdepodobnosťou to znamená, že bude potrebné zaviesť novú štruktúru a postupy riadenia. V prípade otázok požiadajte o pomoc odborníka, právnik alebo svoju miestnu obchodnú komoru.
- **udržiavať vzťahy s investormi.** Rozhodovací proces sa môže meniť v závislosti od štruktúry spoločnosti a vy by ste nemali zabudnúť vyjsť v ústrety svojim novým akcionárom.
- **pripraviť sa na odchod investorov.** Investorom budete musieť vrátiť výnosy (podiel na zisku, dividendy, odkúpenie akcií atď.).

Prípadová štúdia podielového kolektívneho financovania:

Oscarov závod na výrobu plastov

Opis situácie

Oscar vlastní veľký podnik na výrobu plastov v Španielsku, v ktorom na plný pracovný čas zamestnáva 20 zamestnancov vo výrobe a ďalších 10 zamestnancov, ktorí sa venujú predaju a administratíve. Uvažoval o expanzii na iné európske trhy, ale na to potreboval kapitál na rozšírenie kapacity závodu a zamestnanie viacerých pracovníkov, ktorí by mu s realizáciou expanzie pomohli. Oscar vypočítal, že celkovo potrebuje približne 1,2 milióna EUR. Oslovil niekoľko fondov súkromného kapitálu a rizikového kapitálu. Hoci jeden alebo dva fondy mali záujem, vyžadovali 26 % podiel v spoločnosti a právo zasahovať do strategických rozhodnutí a tiež stanovili veľmi ambiciózne plány rozširovania podniku, ktorý by podľa Oscara mohol jeho podnik ohroziť. Pri hľadaní alternatívnych možností Oscar narazil na možnosť podielového kolektívneho financovania a uvedomil si, že by mohlo byť spôsobom, ako získať potrebný kapitál bez toho, aby sa až do takej miery musel vzdať kontroly nad svojím podnikom.



Plánovanie: 1. – 10. deň

Oscar začal tým, že si vyhladal všetko, čo mohol nájsť o podielovom kolektívnom financovaní, o tom, čo to je, a ako funguje. Takisto preskúmal, ktoré webové lokality ho ponúkajú, za akých podmienok a za aké poplatky. Rozhodol sa, že ho vyskúša, pričom sa však nechcel vzdať takej veľkej časti spoločnosti a takeého podielu kontroly, aký očakávali investori do rizikového kapitálu. Oscar si zvolil platformu kolektívneho financovania, na ktorej bolo veľké množstvo investorov, bol si však vedomý, že sa nemôže spoliehať len na nich. Nato aby vzbudil ich záujem a získal ich pozornosť, musel priviesť svoje vlastné publikum – tých, ktorí ho poznali a poznali aj jeho podnik a vďaka ktorým sa stal pre ostatných investorov zaujímavejším. Rozhodol sa, že usilovať sa o sumu vo výške 1,2 milióna EUR je primeraný cieľ a že vzhľadom na predpokladané zhodnotenie bude ponuka celkového 20 % podielu v spoločnosti primeraná a dostatočná. Oscar vedel, že platforma si overí správnosť jeho podkladových finančných údajov, ale že je na investoroch, ako sa vo vzťahu samotnému zhodnoteniu rozhodnú. Preto veľmi dôkladne vysvetlil, ako k výške svojho zhodnotenia dospel.

Vytvorenie kampane: 11. – 30. deň

Oscar strávil veľa času nad tým, ako čo najpriamejšie a najrelevantnejšie predložiť finančné údaje. Úzko spolupracoval s poradcom, ktorého mu odporučila jedna z kontaktovaných platforiem, ktorý mu v každej fáze prípravy a doladovania jeho plánu poskytol cennú a objektívnu spätnú väzbu. Oscar si uvedomil, že by sa mal uviesť krátkym, dvoj- alebo trojminútovým videom. Najal si na to odborníkov. Video bolo natočené v priebehu jedného dňa a zahŕňalo zábery z výroby, zábery na výrobky a Oscarov komentár k nim. Oscar opakovane overoval, či jeho kampaň nemá nejaké nedostatky alebo nezrovnalosti. Okrem toho získal veľmi dobrú spätnú väzbu na svoju kampaň od poradcov platformy, ktorí zodpovedali aj jeho technické a právne otázky. Oscar počul od viacerých ľudí na internete aj mimo neho, že majú o jeho ponuku veľký záujem. Rozprával sa tiež s niekoľkými kľúčovými ľuďmi, ktorí chceli investovať, a keď zistil, že len vďaka týmto ľuďom rýchlo získa 20 – 30 % cieľovej sumy, vedel, že je pripravený svoju kampaň spustiť.

Kampaň: 31. – 60. deň

Oskar aktívne propagoval a zviditeľňoval svoju kampaň cez sociálne médiá. Zistil, že jeho snaha získať kolektívne financovanie a s tým súvisiaci príbeh zaujali miestnych novinárov, a že o ňom písali aj v celoštátnom časopise venujúcom sa obchodu.

Po kampani 61. – 80. deň

Oscar rýchlo dosiahol takmer 30 % svojej cieľovej sumy – najmä od tých, ktorí ho a jeho podnik už poznali a vedeli, že jeho kampaň sa začala. V priebehu približne troch týždňov dosiahol svoj cieľ. Namiesto toho, aby ponúkol ďalší podiel, čo bola možnosť, ktorú zvažoval a plánoval, sa Oscar rozhodol kampaň predčasne ukončiť a stiahnuť ju z platformy s úspešným výsledkom. Prvá vec, ktorú Oscar urobil, bolo poďakovať sa všetkým zapojeným osobám a uvítať ich ako nových spoluvlastníkov spoločnosti. Spolupracoval s platformou, ktorá mala k dispozícii všetky systémy na vydávanie listinných akcií a vybavovanie ďalších formalít.

Kolektívne financovanie založené na odmenách

V tomto oddiele je v hlavných rysoch uvedené, ako pristupovať ku kolektívnemu financovaniu založenému na odmenách, ako aj niekoľko podrobnejších tipov a odporúčaní. **Tieto odporúčané kroky však berte len ako pomôcku.** Jednotlivé kroky môžu byť pre vás viac alebo menej zložité, v závislosti od vášho projektu, veľkosti vášho tímu a množstva času, ktorý tomu môžete venovať.

Príprava

Na začiatku svojej kampane kolektívneho financovania by ste sa mali oboznámiť s tým, ako kolektívne financovanie založené na odmenách funguje, a venovať sa príprave svojej ponuky. Mali by ste:

- **si urobiť prieskum potenciálnych platforiem** a možností a podmienok, ktoré ponúkajú,
- sa dôkladne **oboznámiť s pravidlami a právnymi požiadavkami** platformy a tiež pravidlami a právnymi požiadavkami vzťahujúcimi sa na vašu oblasť,
- vypracovať harmonogram a plán nákladov,
- **sa oboznámiť s trendmi na trhu**, tak, že si zistíte, akú sumu je možné získať v rámci súčasných kampaní kolektívneho financovania a čo sa za to očakáva. Tým získate porovnanie pre svoju kampaň,
- sa obrátiť na platformy, ktoré najviac zodpovedajú vašim potrebám,
- dôkladne **prípraviť a skontrolovať všetky finančné dokumenty**, ktoré platforma vyžaduje,
- **začať budovať svoje publikum** v sociálnych médiách.

Vytvorenie kampane

Ak bude vaša žiadosť platforme úspešná, mali by ste byť schopní **podat' svoj príbeh presvedčivým spôsobom** a používať pritom ľahko zrozumiteľné opisy svojho výrobku alebo služby. To však nie je jednoduché: rozhodne budete potrebovať spätnú väzbu od svojich priateľov a potenciálnych zákazníkov, aby ste sa uistili, že idete správnym smerom. Je dôležité, aby ste svoj príbeh podávali s logickou postupnosťou, ale zároveň so zánietením a vo vizuálne príjemnom a podmanivom formáte.

Súčasťou niektorých z najúčinnějších kampaní je veľmi krátke dvojminútové (alebo kratšie) video. V ňom by ste mali jasne:

- povedať, čo chcete dosiahnuť a prečo,
- predstaviť seba a svoj tím,
- povedať, ako peniaze použijete,
- ak ste získali sumu presahujúcu váš cieľ (tzv. zvýšený cieľ), ukážte, ako finančné prostriedky získané navyše použijete na ďalší rozvoj podniku.

Vaše odmeny musia byť lákavé; aspoň jedna z nich by mala byť dosiahnuteľná iba prostredníctvom vašej kampane kolektívneho financovania, malo by to teda byť niečo, čo budú mať len tí, ktorí vás podporia. Inšpirujte sa inými kampaňami. **Nezabudnite, že cennou odmenou pre vaše publikum je už predpredaj vášho výrobku.** Ak váš podnik ponúka službu a nie nový výrobok, je to zložitejšie, ale treba zapojiť tvorivé myslenie a vymyslieť odmeny, ktoré sa vášmu publiku budú páčiť a ktoré bude chcieť.

Obdobie získavania finančných prostriedkov

Počas obdobia získavania finančných prostriedkov by ste so svojím publikom mali byť v aktívnom kontakte, tak na internete, ako aj mimo neho. Kampaň kolektívneho financovania založeného na odmenách najlepšie funguje, ak spotrebitelia cítia váš zápal pre daný projekt alebo podnik. K projektu by ste mali pristupovať energicky a s nadšením.

Mali by ste:

- **motivovať svoje publikum**, dávať mu najavo, že vaša kampaň je živá, podnecovať ho k účasti a k deleniu sa o informácie s priateľmi,
- **aktívne pôsobiť v sociálnych médiách**, propagovať a zviditeľňovať svoju kampaň,
- **rozprávať sa s novinármi**, na konferenciách, veľtrhoch atď.
- odpovedať na otázky, návrhy a dopyty.

Po kampani

Ak sa vám podarilo finančné prostriedky získať, nemôžete si ich len tak vziať a ísť ďalej, je potrebné vykonať ešte veľa práce. Ak ste svoj cieľ nedosiahli, nezúfajte. Môžete sa poučiť zo svojich chýb a pokúsiť sa o to znova.

Nezabudnite sa poďakovať svojmu publiku a udržiavať kontakt s tými, ktorí mali o váš výrobok mimoriadny záujem. Ak ste neboli úspešní, požiadajte o tipy, ako sa zlepšiť.

Ak ste boli úspešní, vypracujte si harmonogram a tak **zabezpečte, že** svojím podporovateľom **dodáte sľúbené** odmeny v prislúbenej lehote. A napokon, **nezabudnite vykonať všetky administratívne úkony**, ako napríklad zaplatiť dane.

Nezabudnite: Ak máte v úmysle uskutočňovať predpredaj svojho výrobku, možno sa budete musieť zaregistrovať ako platca DPH. Overte si to u svojho miestneho orgánu.

Prípadová štúdia kolektívneho financovania založeného na odmenách:

Carline dizajnérske svietidlá

Opis situácie

Carla je dizajnérka, ktorá pôsobí v Prahe. Nedávno dokončila prototyp svojho dizajnérskeho systému osvetlenia. Ide o ultramodernú koncepciu s použitím recyklovaných priemyselných materiálov, ktorá bola ocenená na minuloročnom veľtrhu Design Expo v Miláne. Carla našla výrobcu, ktorý vyrobí hlavné časti, a vytvorila aj malý tím, ktorý bude zabezpečovať zmontovanie svietidiel, ich dodávku a inštaláciu. Celkovo to znamená, že Carla potrebuje na začiatok svojho podnikania nájsť 41-tisíc EUR na pokrytie svojich nákladov počas prvých šiestich mesiacov. Keďže svietidlá chce predávať v cene 200 EUR za kus, musí na to, aby pokryla svoje náklady počas prvých šiestich mesiacov, predáť 205 kusov. Uvažovala o tom, že požiada o úver banku, ale uvedomila si, že by nespĺnila základné podmienky, keďže nemá čo poskytnúť ako zábezpeku, ešte nesplatila študentskú pôžičku a podniká ešte len krátko. Preto sa rozhodla, že vyskúša kolektívne financovanie.



Plánovanie: 1. – 10. deň

Carla strávila prvý týždeň získavaním informácií o kolektívnom financovaní. Zhromažďovala a čítala blogy a články o kolektívnom financovaní založenom na odmenách a našla a podrobne skúmala zaujímavé príklady, ktoré boli podobné tomu jej a boli úspešné. Do konca týždňa získala pocit, že vie, o čo ide, a čo musí urobiť. Carlin výrobok bol už uznaný a pripravený na výrobu. Carla už mala premyslenú svoju koncepciu podnikania a financovanie, preto sa zamerala na pochopenie publika, teda svojich zákazníkov. Prostredníctvom sociálnych médií identifikovala mienkotvorcov vo svojom odbore, teda rešpektovaných ľudí s dostatočne aktívnymi fanúšikmi, ktorí by jej mohli pomôcť šíriť informácie o jej výrobku. Určitý čas strávila rozhovormi s týmito ľuďmi, zapájala sa do konverzácií, získavala priateľov a kontakty, takže, keď bola pripravená začať svoju kampaň, mala už značné online publikum, ktoré ju mohlo podporiť. Vybrala si platformu, o ktorej vedela, že má dobrú povest a správny druh publika, ale na ktorej by sa jej ponuka napriek tomu nestratila.

Vytvorenie kampane: 11. – 25. deň

Carla vedela, že jej úspech v zásadnej miere závisí od jej kampane, a tak si veľmi dala záležať na vybrúsení svojho príbehu. Dost' času strávila premýšľaním o svojom príbehu a hlavných posolstvách, ako aj o odmenách (jednou z nich bolo samotné dizajnérske svetidlo za príspevok 200 EUR). Carla na základe svojho prieskumu iných projektov kolektívneho financovania vedela, že pri predstavení jej príbehu by jej značne pomohlo krátke video, ktoré by ukázalo kvalitu jej dizajnu a umožnilo jej podporovateľom, aby sa zoznámili s ňou a s jej tímom a spoznali charakter jej podniku. Natočila film, v ktorom zostavuje svetidlo, a zároveň vytvorila webovú stránku svojho podniku, aby na ňu mohla pridávať svoje výrobky a podrobné informácie o nich. Carla sa tiež prostredníctvom videokonferencie spojila s poradkyňou platformy a požiadala ju, aby preskúmala jej kampaň a navrhla zlepšenia. Popritom si overila, či je v Prahe potrebné prihladať na nejaké technické alebo právne špecifiká. Carla strávila tri týždne stretnutiami a rozhovormi s mnohými ľuďmi, štúdiom danej problematiky a vytváraním publika pre svoj projekt. Keď už mala dojem, že sa o jej projekte dostatočne hovorí, spustila svoju kampaň.

Kampaň: 26. – 56. deň

Hneď ako sa kampaň začala, Carla začala pracovať na nasledujúcej dvojmesačnej fáze procesu kolektívneho financovania. Svojej kampani sa venovala každý deň, rozprávala sa so svojím publikom, dávala ľuďom najavo, že jej kampaň je živá, povzbudzovala ich k tomu, aby sa do nej zapojili a aby o svojom zapojení informovali svojich priateľov. Rozprávala sa s novinármi, vďaka čomu zistila, že o jej úsilie o získanie kolektívneho financovania a tiež o jej inovatívne výrobky je veľký záujem. Carla dostávala správy od ľudí, ktorých zaujala a ktorí jej kládli otázky alebo navrhovali prvky, na ktoré nepomyslela, a ďalšie zlepšenia. Tieto návrhy zapracovala a v rámci svojho úsilia starať sa o svoje publikum poďakovala všetkým, ktorí jej ich zaslali.

Po kampani 56. – 70. deň

Carlina kampaň fungovala, Carla prekročila svoj cieľ a predala 145 svetidiel! Bol to veľký úspech, pretože nielenže získala dostatočné prostriedky na začatie výroby, vytvorenie skladových zásob a pokrytie svojich nákladov na tri mesiace, ale podarilo sa jej tiež predáť polovicu svojich zásob svetidiel skôr, než vôbec prišli z továrne. Prvou vecou, ktorú Carla urobila, bolo, že spustila proces výroby a poďakovala všetkým, ktorí sa do kampane zapojili. Následne vypracovala harmonogram výroby a informovala svoje publikum, kedy môže očakávať dodávku svojich svetidiel. Začala tiež všetky administratívne úkony spojené so začiatkom činnosti podniku. Carla však neprestala komunikovať so svojím publikom. Pravidelne mu posielala aktuálne informácie o pokroku, a keď vyvstali otázky, využívala jeho odborné znalosti. Pretože sa z jej publika stali nadšení používatelia jej výrobkov, získala v ňom svojich najlepších zástancov, ktorí pôsobia ako marketingová a PR platforma šíriaca informácie o jej výrobkoch, a tak jej pomáhajú predáť ďalšie svetidlá.



Ďalšie kroky



Ďalšie informácie o kolektívnom financovaní

- **Kolektívne financovanie v Európskej únii**
http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-240_en.htm
- **Kolektívne financovanie v Spojenom kráľovstve**
<http://crowdingin.com/what-we-mean-crowdfunding>
<http://www.fca.org.uk/consumers/financial-services-products/investments/...>
- **Kolektívne financovanie vo Francúzsku**
<http://www.amf-france.org/Reglementation/Dossiers-thematiques/Epargne-et-prestataires/Financement-participatif/Plateformes-de-financement-participatif---entr-e-en-vigueur-du-dispositif-r-glementaire-le-1er-octobre-2014-.html>
- **Kolektívne financovanie v Taliansku**
<http://www.consob.it/main/trasversale/risparmiatori/investor/crowdfundin...>
- **Prehľad kolektívneho financovania**
<http://www.eurocrowd.org/category/facts-and-figures/about-crowdfunding/>
<http://www.bruegel.org/publications/publication-detail/publication/844-i...>

Ďalšie informácie o platformách kolektívneho financovania

- **Prehľad platforiem kolektívneho financovania vo Francúzsku**
<http://tousnosprojets.bpifrance.fr/>
- **Prehľad platforiem kolektívneho financovania v Spojenom kráľovstve**
<http://crowdingin.com/platforms/all/all#>
- **Európska sieť kolektívneho financovania**
<http://www.eurocrowd.org>

Európska únia o kolektívnom financovaní

- **Stránky Európskej komisie o kolektívnom financovaní**
http://ec.europa.eu/finance/general-policy/crowdfunding/index_en.htm
- **Stránky Európskeho parlamentu o kolektívnom financovaní**
<http://epthinktank.eu/2014/05/08/crowdfunding-in-the-european-union/>
- **ESMA o kolektívnom financovaní**
<https://www.esma.europa.eu/-/eba-recommends-convergence-of-lending-based-crowdfunding-regulation-across-the-eu>
- **EBA o kolektívnom financovaní**
<https://www.esma.europa.eu/-/eba-recommends-convergence-of-lending-based-crowdfunding-regulation-across-the-eu>

Ďalšie informácie o iných zdrojoch financovania pre váš podnik

- **Portál Európskej komisie o prístupe k financovaniu**
www.access2finance.eu
- **Sieť Enterprise Europe Network poskytuje poradenstvo o programoch EÚ a o tom, ako nájsť obchodných partnerov**
<http://een.ec.europa.eu/>

