

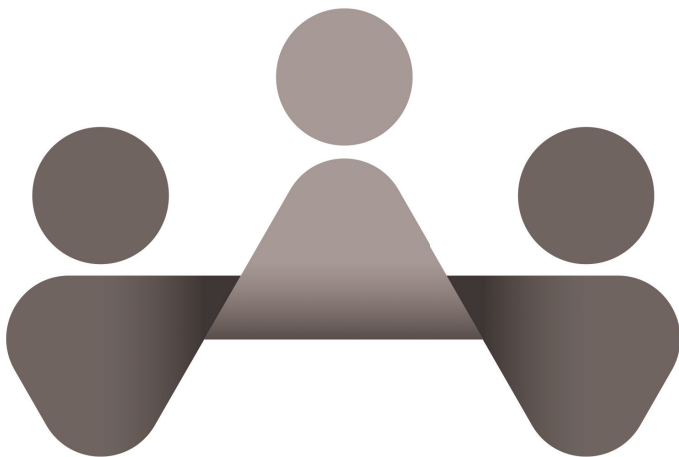
**ANDREI DUMA**

FONDATORUL PLATFORMEI DE CROWDFUNDING TESUȘȚIN.RO, DIGITAL FUNDRAISER ȘI TRAINER

# ROMÂNIA, #TESUȘȚIN!

---

**OBȚINE ONLINE BANII DE CARE AI NEVOIE PENTRU  
ORICE PROIECT, PRIN PUTEREA COMUNITĂȚII**



# CUPRINS

NOTA EDITORULUI .....	5
CUVÂNT ÎNAINTE .....	9
Ce este un proiect? .....	16
Fazele unui proiect.....	18
Formulează obiective SMART.....	19
Fă o analiză SWOT! .....	20
II. DE LA PROIECT LA CAMPANIE DE CROWDFUNDING .....	23
Cele 4 puncte cheie ale unei campanii de <i>crowdfunding</i> .....	24
Cele 3 faze ale unei campanii de <i>crowdfunding</i> .....	25
Puterea comunității .....	27
Pregătirea campaniei de crowdfunding.....	30
Video > Audio. Sau cum imaginea bate sunetul .....	33
Recompensa cea mai mare.....	37
Promovarea proiectului.....	40
Dacă nu ceri, nu primești!.....	46
Treci la treabă! .....	48
Presa .....	49
Comaniile .....	51
Actualizează! Actualizează și gata!.....	52
Finalizarea campaniei și a proiectului .....	54
III. PONTURI ȘI LECȚII DE LA DIGITAL FUNDRAISER!.....	57

<b>Jonathan May</b> .....	58
<b>Ronald Kleverlaan</b> .....	63
<b>Don Steinberg</b> .....	66
<b>Vlad Mocanu</b> .....	69
<b>Ariel Constantino</b> .....	72
<b>David Mitran</b> .....	76
<b>Andrei Ruse</b> .....	80
<b>IV. TRECI LA TREABĂ! GHIDUL TĂU PRACTIC</b> .....	91
<b>Tabloul proiectului tău</b> .....	94
<b>Comunitatea din jurul tău</b> .....	101
<b>Pre-lansare</b> .....	102
<b>Checklist</b> .....	104
<b>Lansarea</b> .....	105
<b>Checklist</b> .....	107
<b>Poticnirea</b> .....	108
<b>Checklist</b> .....	110
<b>Număratoarea finală</b> .....	111
<b>Checklist</b> .....	113
<b>EPILOG</b> .....	115
<b>CARNEȚELUL MEU CU IDEI VALOROASE</b> .....	119

## NOTA EDITORULUI

Este o mare bucurie să fiu editorul acestei cărți din mai multe motive. În primul rând, autorul Andrei Duma îmi este bun prieten și, dincolo de latura profesională, știu câtă emoție a pus în acest proiect antreprenorial numit TeSustin.ro.

În al doilea rând, având în vedere experiența mea în scrierea de proiecte, dezvoltarea de programe și mobilizarea de fonduri, nu pot să stau impasibil în fața apariției unei cărți atât de importante și actuale pentru românii care doresc să afle mai multe despre strângerea de fonduri pe internet. Am început să dezvolt proiecte de la vârsta de 13 ani și știu cât efort trebuie depus pentru a mobiliza resurse financiare pentru o idee. Mulți antreprenori, artiști, ONG-iști și diverși oameni cu visuri mărețe au beneficiat deja de puterea crowdfunding-ului în lume. Andrei Duma, prin această carte, pune la dispoziția românilor un veritabil ghid de înțelegere a domeniului și de creare a unei campanii de la A la Z.

Nu în ultimul rând, dincolo de explicații, exemple, recomandări utile din zona de *digital fundraising* și lecții valoroase oferite atât de teoreticieni, cât și de practicieni din

domeniu, această carte îți va dezvălui o frumoasă poveste de maturizare a unui tânăr care a plecat cu visuri mărețe să studieze în Marea Britanie și s-a întors în România pentru a face ceva util în țara natală. E deopotrivă o poveste despre maturizare personală și profesională, despre decizii, succese și piedici. E o poveste autentică spusă de un tânăr român despre care cu siguranță vei mai auzi.

În concluzie, ții în mână o carte cu adevărat practică și de actualitate. Nu e nevoie de altceva decât să ai încredere în ideile tale, să experimentezi și să nu te lași descurajat!

**#NuStaÎnBancaTa**

**Mark C. Lukács**

Autorul cărții „NU STA ÎN BANCA TA!”,

Președintele **Asociației Good Life Performers**,

dezvoltator de programe comunitare, culturale și de tineret,  
trainer și consultant în comunicare, relații publice și marketing

[contact@marklukacs.ro](mailto:contact@marklukacs.ro)

[www.marklukacs.ro](http://www.marklukacs.ro)



# CUVÂNT ÎNAINTE

Cum a început totul? Povestea începe încă din liceu, de când mi-am dorit să studiez într-o altă țară, pe vremea aceea considerând că va fi o „punte de lansare” pentru mine. Astfel, am ales să-mi continui studiile în Marea Britanie, mai precis la Universitatea Essex, profilul *Sociologie și Studii Psihanalitice*. Însă, după 6 săptămâni, mi-am dat seama că orele de curs nu se mai terminau și nici nu îmi plăceau materiile, așa că, ajutat fiind de un profesor de economie, am reușit să mă mut la Facultatea de Economie, profilul *Economie Financiară*.

Când mă întreba cineva dacă îmi plăcea „la facultate”, le răspundeam că „nu m-a deranjat”... și la fel aș răspunde și acum dacă ar fi să privesc în urmă. Nu știam exact ce îmi doresc să fac după ce voi absolvi. Mult timp am avut în minte ideea că aș putea să ajung să lucrez pentru o bancă de investiții din Londra pentru un salariu mare, fără să am grija zilei de mâine. Însă, totuși, ceva îmi spunea să pornesc un start-up al meu. Desigur, trebuia să fie ceva în tehnologie pentru că acolo sunt bani serioși indiferent de proiect, nu?! Cel puțin asta credeam eu atunci.

Știam ce îmi doresc. Rămânea să aflu cum să ajung la realizarea visului. Deși aveam, undeva prin subconștient, această dorință, eu îmi continuam viața de zi cu zi impasibil. Asta până când, în primele săptămâni de facultate, am aflat că multe universități ofereau un portal prin care studenții își puteau multi-finanța studiile. Acesta a fost momentul în care a pornit întreaga mea poveste antreprenorială. Mă întrebam: *De ce oare eu, în România, nu am avut această oportunitate?* La început eram interesat doar pentru mine. După aceea, a urmat o fază în care am început să cercetez domeniul din curiozitate. Dar când am ajuns să îmi dau seama că acest domeniu abia că exista în România, mi-am spus: *Asta este! Voi lansa o platforma de crowdfunding pentru zona educațională în România ca alți viitori studenți să poată exploata o astfel de oportunitate.*

Tocmai ce terminasem anul al II-lea de facultate și mă pregăteam să aplic pentru internship-uri pe perioada verii. Însă, înainte de a începe, am căutat pe un motor de căutare online cuvântul cheie „fonduri europene IT”. Chiar și acum țin minte exact ce-mi arăta monitorul: căutarea cu acea paranteză dreaptă pe care o tastasem din greșeală la finalul căutării. Căutarea mea

m-a trimis pe un site al unor consultanți de fonduri europene care, după o conversație amicală, mi-au propus să ne vedem la sediul lor din București. Două zile mai târziu, am luat avionul din Londra spre București pentru a vedea ce pot să fac. După mai multe întâlniri, am bătut palma cu o firmă de consultanță. Au urmat multe luni de muncă asiduă. Dar, într-un final, am primit vestea că voi beneficia de finanțarea pentru care am aplicat: 50.000 euro nerambursabili. Finanțarea face parte din Programul Național de Dezvoltare Regională 6.2. Cu toate că pare că a fost un proces ușor care și-a respectat agenda, în realitate nu a fost deloc așa deoarece lunile de așteptare au fost mult mai multe decât ar fi trebuit, iar birocrația la un nivel prea înalt...

Lăsând la o parte aceste obstacole, consider că am învățat din experiență proprie o lecție importantă. Această lecție este aceea că nevoia pe care am avut-o eu pentru a-mi finanța visul, o vor avea mulți alți oameni la un moment dat. De când am lansat start-up-ul TeSustin.ro, am întâlnit multe feluri de oameni care strâng fonduri. Însă dacă i-aș categorisi, aș spune că există două mari categorii: cei care strâng bani în interes propriu și cei care strâng bani pentru alții, în scop umanitar. Singura diferență dintre

cele două categorii este dată de motivele pentru care caută finanțare deoarece metodele vor fi aceleași dacă vor să fie eficienți. Iar asemănarea principală este că au o comunitate puternică în jurul lor de unde să înceapă să își disemineze cuvântul.

Cele mai de succes campanii au avut tot timpul un om care, în primul rând, și-a dorit cu ardoare să își atingă obiectivul, iar în al doilea rând, a depus munca necesară zilnic pentru a ajunge la oameni care poate nu s-ar fi gândit să îi citească manifestul sau să îi urmărească clipul video de prezentare. Astfel, dacă ar fi să sintetizez de ce este nevoie pentru a avea succes în *crowdfunding*, aş spune cu siguranță că „the crowd”. Ce înseamnă „the crowd”? Unii îi vor numi prieteni, alții familie, alții comunitate locală. Pe lângă acest aspect, nu trebuie să uităm că, în fond, pentru a face *crowdfunding* ai nevoie de oameni care să creadă în tine înainte de a crede în proiectul tău. Ai nevoie să transmiți încredere. Așadar, activează grupul de oameni din jurul tău, mărește-ți comunitatea și câștigă încrederea celor din jur! Nu uita, de la mine vei primi un călduros: „Te Susțin!”

Andrei Duma  
București, România