

## GUÍA DE CREACIÓN DE CAMPAÑAS

Sacar un proyecto de financiación es algo complicado, y tiene un 60% psicología y un 40% trabajo. Los consejos que vas a leer a continuación son sólo una ayuda que se basa en las más de 200 campañas que hemos podido ver estos años. Tenlos muy en cuenta para realizar tu campaña:

### CONSEJO 1: Identifica tu plataforma.

Las plataformas más habituales son Verkami y Kickstarter y debes tener claro en cual vas a lanzar tu proyecto.

-Verkami debería ser para proyectos en castellano, suele incluir el precio del envío en las recompensas y no es habitual pedir más de 10.000€ para conseguir financiar. Si tu juego está entre 2€ y 50€ es tu plataforma.

-Kickstarter tiene más visibilidad SÓLO si envías prototipos a países extranjeros y tienes una campaña en inglés. Puedes incluir el castellano en la campaña también, y lo más habitual es que funcione mejor para juegos medios, ya que el envío suele ir a parte y los juegos pequeños no rentan tanto contando el envío. Si tu juego está entre 30€ y 150€ es tu plataforma.

### CONSEJO 2: Promoción.

Es importante que empieces a publicar cosas de tu juego en RRSS prácticamente un mes antes de la campaña.

Puedes acompañarlo con algún vídeo y subir el ritmo los 10-15 días antes.

En el momento que empiece, deberías tener vídeos en varios canales, podcast o artículos preparados para esa primera semana. Es importante la promoción antes, al inicio, en la primera semana de campaña y durante toda su duración. Dosifica, pero ten presente que los días más importantes de tu campaña son los 3 primeros y los 3 últimos.

### CONSEJO 3: 30-30-30:

Ten en cuenta que el 30% de lo que recaude el proyecto será en las primeras 72 horas, otro 30% te vendrá en los siguientes 20-24 días y otro 30% las últimas 72 horas (con un 10% variable según el proyecto).

Así que después de 3 días, podrás calcular de manera bastante aproximada lo que vas a conseguir con el proyecto. Esto te servirá para actuar en consecuencia.

### CONSEJO 4: 300 mecenas.

Debes calcular tu campaña para 300 mecenas, multiplicando tu recompensa básica por 300 (por ejemplo, si tu juego vale 20€, lo máximo que deberías pedir para financiar sería 6000€).

Si necesitas 800 mecenas para conseguir que tu proyecto financie, no lo vas a conseguir.

Puedes mirar otras campañas para comprobar los mecenas que necesitaban y los que han conseguido.

### CONSEJO 5: Pocas recompensas.

A la hora de configurar tu campaña, procura que no haya demasiadas recompensas para adquirir. La gente se aturulla si hay muchas opciones y no sabe que aportar, así que menos, es más.

### CONSEJO 6: early, si, early no.

Poner una recompensa de inicio de campaña (early bird) es muy recomendable, y ayuda a que las primeras horas del proyecto suba mucho la participación, y esto es clave. Existen varias formas:

- Early de tiempo (por ejemplo 48 horas más barato)
- Early de unidades (por ejemplo 100 unidades más baratas)
- Early de promoción (regalando contenido, cartas o miniaturas a los primeros)

Lo hagas como lo hagas, debes tener en cuenta 2 cosas fundamentales:

-El early no puede tener un descuento mayor del 10% o los mecenas que vengan después van a sentir que han perdido la oportunidad y no van a querer entrar en la campaña. (Si tu juego vale 20€ el early puede ser de 18€, jamás de 15€. Si vale 100, puede estar a 90€ pero nunca a 87€).

-Nunca regales nada que no se pueda adquirir después en la campaña.

Si regalas ilustraciones, miniaturas o cartas, debería haber una aportación (valorada en un 10% del precio del juego) con la que se pueda adquirir ese material extra que tienen gratis los primeros mecenas de tu campaña.



### **CONSEJO 7: Los stretch goal poco a poco.**

Cuando configures tu campaña, procura no poner todas las recompensas desbloqueables a la vez. Lo más habitual es poner el financiado, y una o dos recompensas (Ej. Si financias a 6000€, puedes poner que a 6500€ se incluirá modo en solitario y a los 7000€ dos cartas adicionales de juego, y más recompensas próximamente).

De esta manera, cuando veas cómo evoluciona la campaña podrás adaptarte con las recompensas adicionales.

Si ves que la cosa va muy rápida y estás recaudando mucho, pues las pones cada 1000€, todas las que tenías pensadas.

Si ves que la cosa va más despacio y apenas vas a poder conseguir los 8000€, puedes decidir cuales son más importantes para tu juego, y ponerlas primero, a los 7500€ y a los 8000€ en el ejemplo anterior.

### **CONSEJO 8: No sorteos juegos.**

Ni camisetas u otros materiales que se puedan conseguir en la campaña aportando dinero. Ten en cuenta que, si me interesa la campaña, y veo un sorteo de una copia del juego dentro de 3 días... voy a esperarme 3 días a ver si me toca y no entrar en la campaña. Y como yo, todo el mundo.

Sin embargo, puedes sortear el 4º o 5º día alguna camiseta o algo así entre todos los que sean mecenas en ese mismo momento.

### **CONSEJO 9: ¿hay alguien ahí?**

Responde a todos los comentarios que puedas, aunque no sean muy positivos. Siempre con educación y respeto, y procura estar al 100% con la campaña los primeros días. Una campaña es un proceso complicado cuando arranca y necesitaréis dos miembros del equipo o incluso que alguno de vosotros se coja ese primer día libre en el trabajo.

### **CONSEJO 10: El final del camino...**

Lanzar un proyecto nunca es fácil, y puede ser que a la primera no funcione. Si la campaña fracasa, sólo es un paso atrás, y hay que examinar por qué ha fallado, los posibles errores y cosas a mejorar. Se puede preguntar a los mecenas, a la comunidad en RRSS y ver puntos fuertes y débiles. Una vez se tenga todo claro, se espera un tiempo prudencial, se trabaja un poco más en el proyecto y se vuelve a lanzar implementando todo lo aprendido estos meses.

¡Mucho ánimo y no te rindas!

*Documento generado en Madrid a 16 de septiembre de 2020*