

Six mistakes that can kill a crowdfunding campaign

<http://scifundchallenge.org/blog/2012/06/18/six-mistakes-that-can-kill-a-crowdfunding-campaign/>

18 June, 2012 By [Jarrett Byrnes](#)

Yes, this is just a gratuitous link to Mashable, but, I found their [6 mistakes that can kill a crowdfunding campaign](#) to all ring true to the lessons learned in #SciFund rounds 1 and 2. Here they are for reference, and with a bit of light commentary to adapt them to science crowdfunding campaigns in particular.

- 1. Nobody Knows Who You Are** (aka, build an audience before you even start crowdfunding)
- 2. No One Can Tell What You're Talking About** (scientist, de-jargonify thyself!)
- 3. Nothing Sets You Apart From the Competition** (why does your science matter, beyond just for the sake of doing science?)
- 4. You Fail to Ignite, Engage, or Connect** (make an engaging video! have unique rewards! do something to catch people's attention!)
- 5. You Don't Maintain Contact with Supporters and Backers** (keep contact with them through the WHOLE campaign – and after, if you ever want to use crowdfunding again.)
- 6. You're Greedy or Clueless About Fundraising Goals** (make it clear where the funds will be used – don't be nebulous or say something like 'for general salary/tuition')

Seis errores que pueden matar a una campaña de crowdfunding

18 de junio 2012 Por Jarrett Byrnes

Sí, esto es sólo un enlace gratuito a Mashable, pero, me encontré con sus **6 errores que pueden matar a una campaña de crowdfunding** que queda como anillo al dedo a las lecciones aprendidas en #SciFund rondas 1 y 2. Aquí están para referencia, y con un poco de comentarios, para adaptarlos a las campañas de crowdfunding en particular.

- 1. Nadie sabe quién es usted** (por lo tanto, debe crear una audiencia antes de empezar el crowdfunding)
- 2. No todos comprenden lo que está hablando** (científico, explícate bien)
- 3. Nada lo separa de la competencia** (¿por qué su asunto de ciencia es importante, por el simple hecho de hacer ciencia?)
- 4. Falla en dejar de motivar, enganchar, o conectar** (haga un vídeo atractivo! Tiene recompensas únicas! Hay que hacer algo para llamar la atención de la gente!)
- 5. Usted no mantienen contacto con seguidores y patrocinadores** (mantener el contacto con ellos a través de la campaña COMPLETA -. Y después también, por si alguna vez desea utilizar crowdfunding otra vez)
- 6. Usted es ambicioso o despistado sobre los objetivos de la obtención de fondos** (que quede claro en el que se utilizan los fondos - no seas nebulosa o decir algo así como "para salarial general / clases ")