

Cronograma de un proyecto en Kickstarter

Cada proyecto de Kickstarter es diferente y necesitará un cronograma diferente, no hay reglas fijas. Aquí unos consejos generales para crear tu propio cronograma.

Ahora:

Desarrolla tu idea del proyecto y la historia que quieres contar.

Comienza a desarrollar ideas para las [recompensas](#) y los [videos](#)

Configura tu equipo.

Establece un plan de producción y un presupuesto, determina los costos de envío y franqueo.

Empieza a desarrollar una estrategia de promoción.

Un mes antes de la publicación:

Recopila una lista general de contactos y una lista de contactos de prensa para tu proyecto.

Comienza a confeccionar una lista de personas influyentes que te puedan apoyar en la prensa cuando se publique tu proyecto.

Dos semanas antes de la publicación:

Comienza el proceso de [verificación de identidad](#) y configura tu cuenta en [Stripe](#).

Diseña tu página de proyecto. Compártela con el equipo de Kickstarter y otras personas de tu confianza cuya opinión valoras. Recuerda que lo más importante son una [imagen llamativa](#) y un texto de presentación corto pero informativo que enganche al público.

Comienza a planear la estrategia de comunicaciones, tanto generales como para las [actualizaciones de tu proyecto en Kickstarter](#). ¿De qué tipo de materiales dispones para compartirlos durante toda la campaña, en diferentes situaciones y por diferentes canales?

Una semana antes de la publicación:

[Comparte tu enlace de vista previa](#) con un grupo cercano de miembros de tu comunidad. Sus comentarios pueden ser muy valiosos para tí.

También puedes compartir el enlace de vista previa con gente influyente y miembros claves de tu lista de contactos de prensa, pero asegúrate de incluir la fecha de publicación y avisarles de mantener el enlace en privado hasta entonces.

Elabora una cronograma para el día de la publicación (ver el apartado “El día de la publicación” abajo).

Dale los últimos toques a tu plan de comunicaciones: ¿cómo, cuándo y dónde vas a compartir tu proyecto desde el primer día, qué tipo de materiales y contenidos dispones para este fin?

El día de la publicación:

Un “soft-launch” de tu proyecto a un grupo selecto de fans y gente que te apoya le da un impulso a tu campaña antes de que lo vea todo el mundo.

Anuncia tu proyecto en tu página web y los demás canales que uses e incluye un enlace.

Anuncia tu proyecto a la gente contenida en la lista de contactos y la lista de prensa.

Consigue que tus contactos en las redes sociales compartan tu historia.

Al final del día, agradéceles su apoyo a los primeros patrocinadores por correo electrónico o vía las redes sociales.

Durante toda la campaña:

Usa la [herramienta para creadores de Kickstarter](#) para monitorear el progreso de tu campaña y para administrar los datos de los patrocinadores.

Responde a todos los comentarios en la página del proyecto y a través de actualizaciones y mensajes.

Añade respuestas a preguntas comunes o recurrentes a las [FAQs de tu proyecto](#).

Incluso puedes reunir las respuestas a preguntas muy frecuentes en una actualización de tu proyecto.

Continúa subiendo actualizaciones dinámicas y cautivadoras en las redes sociales; crea posts que otros quieran compartir.

Tómate en serio todos estos pasos, ¡pero no olvides divertirse!

Algunos días después de la publicación:

Comienza el seguimiento personalizado con la gente que está en tu lista de contacto. La forma más eficiente de promoción sigue siendo el contacto personal y directo.

Modifica tu plan de comunicaciones para poder responder a diferentes situaciones. ¿Cómo te comunicarías con tus patrocinadores si se excediera la meta de financiación, o si por el contrario faltase mucho para llegar a esta meta?

Envía actualizaciones llegando a diferentes hitos:

Envía una nota de agradecimiento cuando llegas al 20 % o al 30 % de la meta. Incluye alguna novedad sobre el proyecto, alguna nota de prensa si la tienes disponible y algunos videos o fotos que tus patrocinadores puedan compartir.

Haz lo mismo cuando llegas al 50 % de la meta y cuando estás muy cerca de conseguirla.

Envía actualizaciones cada vez que haya otras novedades que quieras compartir, ya sea sobre el progreso de la campaña, ya sea sobre alguna novedad en general sobre el proyecto.

**Hacia la mitad de la campaña suele haber un descenso de participación.
Aprovecha este tiempo:**

¡Respira hondo!

Si tu estrategia de llegar a la gente no ha funcionado bien hasta ahora - ¡cámbiala!

Mantén el contacto con tus patrocinadores introduciendo nuevas actualizaciones y recompensas.

Reaviva el contacto con personas de tu lista de contactos que no han hecho ninguna contribución a tu proyecto todavía.

O pon en práctica alguna de las ideas contenidas en [este video](#).

Una vez que has llegado a la meta de financiamiento:

Envía una actualización para celebrarlo con tus patrocinadores.

Considera la posibilidad de introducir una [“meta ampliada”](#) - puede ser o bien una nueva meta de financiamiento o bien fijar un número determinado de patrocinadores. Hagas lo que hagas, siempre debe de ser en beneficio de la comunidad que te apoya.

Si no lo has hecho todavía, comienza ahora a planear tu estrategia para la entrega de las recompensas.

Después del cierre de la campaña:

Envía una actualización a tus patrocinadores agradeciéndoles su apoyo e informándoles sobre los próximos pasos.

Actualiza tu página con [Spotlight](#).

Mantén los patrocinadores informados sobre el avance de tu proyecto.

[Envía los cuestionarios](#) a los patrocinadores para coleccionar la información necesaria para la entrega de las recompensas.

Envía actualizaciones a los patrocinadores conforme vayas [enviando las recompensas](#).

Cuando has enviado todas las recompensas y ejecutado todo el proyecto:

Envía una actualización a toda la comunidad que el proyecto ha finalizado y que todas las recompensas han sido enviadas.

Avisa a tus patrocinadores sobre otras novedades que pueden esperar de ti en un futuro.
