



РАСПРОСТРАНЕННЫЕ ОШИБКИ ПРИ РАБОТЕ НАД NFT-ПРОЕКТАМИ

Руководство для художников и дизайнеров

- которые хотят выпустить свою коллекцию NFT;
- которые уже над ней работают;
- которые пока только ищут идею.



Что вы узнаете из руководства

- Какие вопросы стоит задать себе, чтобы вложенные силы не были потрачены зря.
- С какими проблемами вы можете столкнуться при создании NFT-коллекции.
- Как проверить свою идею.

Мы не будем пытаться разубедить вас создавать что-то масштабное и прекрасное, просто хотим уберечь от совершения губительных ошибок.

Содержание

Ошибки при работе над NFT проектами:

1. Нет проработанной концепции и ясной идеи 4

2. Желание все сделать самому, отсутствие команды 14

3. Нет маркетинговой стратегии продвижения 19

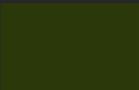
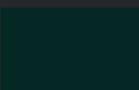
4. Нет зафиксированного плана и бюджета 35

Итоги

ЧТО ДЕЛАТЬ? Инструкция для первых шагов..... 37

Ошибка 1.

Нет проработанной
концепции и ясной идеи



Что значит проработанная концепция:

1. Уникальная художественная идея.
2. NFT — это не просто картинка.
3. вы точно знаете, кто целевая аудитория.
4. идея и дополнительные «плюшки» отражают желания и потребности целевой аудитории.
5. выбрано хорошее название.
6. есть короткое цепляющее текстовое описание.

Что значит проработанная концепция

1. Уникальная художественная идея

Если на маркетплейсах уже существуют такие же проекты, как ваши, то людям будет неинтересно, вы всегда будете вторыми.

Идея необязательно должна быть абсолютно уникальна, но чем больше у нее будет черт и свойств, которые отличают вашу коллекцию от всех других, тем ценнее она может стать.

В чем может быть уникальность:

- если это персонаж, то такого вида существ еще не было.
- необычный стиль исполнения или техника.
- необычное переосмысление какой-то темы.

Что значит проработанная концепция:

2. NFT — это не просто картинка

Придумайте, что получит покупатель вместе с самим NFT при его покупке.

Просто прикольную картинку продать намного сложнее, чем что-то полезное в будущем.

примеры дополнительной ценности:

- классный и креативный мерч;
- доступ в комьюнити;
- чувство сопричастности с каким-то проектом;
- доказательство того, что он помог благотворительному проекту
- персонажа NFT-коллекции можно использовать как аватар;
- часть дохода от мультфильма или комиксов с героями NFT-коллекции.

Что значит проработанная концепция

3. Вы точно знаете, кто ваша целевая аудитория

- Точные демографические черты.
- Ценности и интересы.
- Что ее беспокоит, что обсуждает с друзьями.
- К чему стремится в будущем.
- Что считает классным и интересным.
а что — позорным и унылым.
- Места ее обитания.

Чем лучше вы понимаете аудиторию своего проекта, тем легче вам будет достигать до нее.

Поможет сделать правильный выбор из множества альтернатив на всех этапах работы: от выбора стиля иллюстрации для самого NFT, до планирования маркетинговой стратегии.

Что значит проработанная концепция

4. Идея из первого пункта и дополнительные «плюшки» из второго пункта отражают желания и потребности целевой аудитории

Будьте последовательны.

Что значит проработанная концепция

5. выбрано хорошее название

Критерии хорошего названия:

- хорошо запоминается;
- отражает основную идею вашего проекта;
- нет явных конкурентов в поисковиках по такому запросу;
- есть свободные домены в зонах .com .net .org .io .art);
- свободны аккаунты с таким именем во всех необходимых соцсетях и сервисах (бронируйте их сразу за собой, не откладывайте на потом).

Что значит проработанная концепция

6. Есть короткое цепляющее текстовое описание всего, что обозначено выше. Оно станет описанием коллекции

Оно будет служить вам и пресс-релизом, и УТП, будет помогать вам в том, чтобы презентовать свой проект, и станет маяком в достижении цели, тогда вы и ваша команда не потеряетесь в ненужных деталях.

Как проверить свою концепцию? Расскажите ее другим людям

- Расскажите друзьям или близким то, что вы написали в пункте 6.
- Попробуйте найти инвестора или человека, который будет готов разделить с вами работу над коллекцией. Здесь снова понадобится текст из пункта 6.

Часто люди находят себе оправдание: вот сделаю, тогда расскажу. Но, рассказывая другим людям, мы можем увидеть, в каких моментах им что-то непонятно или неинтересно и не совершить множество ошибок.

На начальном этапе все неудобные вопросы и скептическое отношение других людей — это подсказки вам, где и что нужно доработать.

Выводы

Что произойдет, если
вы не ответите на вопросы выше

- Неграмотно реализуете свою идею, и она не будет иметь такого успеха, какой могла бы получить.
- Потратите много времени, сил и средств на то, что будет лежать мертвым грузом.
- Сложно будет найти инвесторов и команду, потому что люди не будут верить в ваш проект.

Ошибка 2.

Желание всё сделать самому,
отсутствие команды

NFT — это быстрый рынок, потому слишком медленное развитие проекта его убьет или публика потеряет к нему интерес. Если у вас есть великолепная идея, она должна быть реализована в ближайшее время — за 2–3 месяца.

Чтобы реализовать практически любую идею в такой короткий срок, вам в любом случае понадобится чья-то помощь.

Что делать, если это ваш первый проект и еще нет команды

- Не замахивайтесь на слишком масштабную идею, попробуйте сделать совсем небольшой проект, привлеките кого-нибудь из друзей и разделите зоны ответственности.
- сделайте коллаборацию с уже действующим проектом, у которого уже есть сплоченное сообщество, четко определите зоны ответственности.
- обратитесь в специальное агентство.

Чтобы приблизительно понять, кто вам нужен для вашего проекта, ниже можно посмотреть два варианта команд.

**Маленький проект:
2,5–3 человека**

Серия из 10–50 NFT
с работами художника.

1. Художественная часть:

- художник/основатель.

2. маркетинг:

- SMM-менеджер/маркетолог.

3. Разработка:

- фрилансер для создания личного сайта художника.

**Большой проект:
12–20 человек**

Разработка NFT-коллекции
из 10 000 штук.

1. Руководство:

- основатель;
- операционный директор.

2. Художественная часть:

- художник;
- дизайнер.

3. Маркетинг:

- маркетинг-директор;
- SMM-менеджер;
- копирайтер.

4. Комьюнити:

- комьюнити-менеджер;
- Discord-эксперт;
- модераторы.

5. Разработка:

- технический директор;
- блокчейн-разработчик;
- генератор коллекции;
- веб-разработчик.

Выводы

Что произойдет, если вы все-таки решите сделать все сами

- Можете забросить и не доделать проект.
- Проект заберет у вас намного больше времени и усилий, чем мог бы, если бы действовали в команде
- Вы можете сами все сделать и много чему научиться, но для

того, чтобы делать более масштабные проекты, вам все равно придется собирать команду.

Выбирая между тем, делать самому или с командой, вы просто определяете, когда начать собирать свою команду.

Ошибка 3.

Неверная маркетинговая стратегия или ее отсутствие

На рынке NFT очень высокая конкуренция, и, даже если вы сделаете гениальный проект, без рекламы он останется незамеченным.

А грамотная маркетинговая поддержка может заставить взлететь любой средненький проект.

Самая страшная ошибка, которую вы можете допустить, — это решить подумать о маркетинге, после того как проект будет готов.

Начинать привлечение потенциальной аудитории нужно за несколько месяцев до старта продаж. Это связано с тем, что традиционный вариант «сделать лендинг, пару креативов и „открутить“ рекламу в соцсетях»

Первое, о чем нужно думать и заботиться при работе над NFT-проектами

Создание и развитие сообщества

Качество аудитории важнее, чем количество, особенно на первых этапах. Армия ботов и стая любителей халявы, пришедшая на раздачу бесплатных слонов, не помогут вам сделать проект успешным.

Все виды маркетинговой активности должны укреплять сообщество, а не разрушать его.

На что стоит обратить внимание при построении маркетинговой стратегии

- Коллаборации с другими художниками и проектами.
- Работа с лидерами мнений.
- Вознаграждение лучших последователей.
- Стратегия открытости.
- Розыгрыши и бесплатные раздачи.
- Telegram, Discord, SMM-маркетинг.
- Построение личного бренда художника и участников команды.
- Сотрудничество с опытными и успешными.
- Работа с агентствами.

Маркетинг и построение сообщества

Коллаборации с другими художниками и проектами

Рынок NFT не является таким жестким в конкуренции за покупателя? как обычные продуктовые рынки. Коллекционеры на то и коллекционеры, что они покупают не что-то одно и на этом закрывают свою потребность. Совместные проекты с художниками приводят к обмену аудиториями, укреплению связей и к тому, что покупают больше у всех.

Маркетинг и построение сообщества

Работа с лидерами мнений

В сфере NFT очень влиятельными инфлюенсерами являются коллекционеры криптоискусства и специализированные блогеры. Обязательно начинайте налаживать с ними отношения.

Не бойтесь обращаться к инфлюенсерам за советом, они с большим удовольствием расскажут своей публике о тех проектах, к которым они хотя бы косвенно приложили руку.

Маркетинг и построение сообщества

Вознаграждение лучших последователей

Ничто не создает более мощную маркетинговую инициативу, чем вознаграждение ваших лучших сторонников. Они будут рекламировать и продавать ваши работы с огромным энтузиазмом, если почувствуют, что являются частью сообщества основателей, и получают за это вознаграждение.

Вы можете отправлять им бесплатно NFT, ваш мерч, рассказывать об их роли в своих соцсетях и даже посвящать новые коллекции.

Маркетинг и построение сообщества

Стратегия открытости

- Прямые эфиры с ответами на вопросы.
- Публикация дорожной карты и другой информации о проекте.
- Email-маркетинг.

Помогает поддерживать связь с наиболее важными покупателями, пользователями, коллекционерами, лидерами мнений и блоггерами. Вы можете отправлять свои информационные бюллетени, пресс-релизы и другую информацию или делиться ими на сайте, что создает и повышает доверие к бренду.

Главное — не спамить и стараться давать максимально полезную информацию в уже готовой для дальнейшего использования форме.

Маркетинг и построение сообщества

Розыгрыши и бесплатные раздачи NFT за активность в сети

Раздачи и розыгрыши — одни из самых простых и распространенных стратегий, позволяющих расширять ваше сообщество.

Проводить их очень просто, только убедитесь, что ваши правила ясны. Но не стоит ими злоупотреблять или использовать в отрыве от других инструментов.

Пример правил для розыгрыша подарков в Twitter:

1. Поставь лайк и сделай ретвит.
2. Подпишись на аккаунт ____.
3. Отметь двух друзей.

Дата окончания розыгрыша ____.

Маркетинг и построение сообщества

Discord, Telegram, SMM-маркетинг

Для того чтобы построить сообщество, нужно создать и поддерживать площадки, на которых люди из этого сообщества будут общаться между собой и обсуждать ваш проект.

Вы можете сделать это на различных платформах: Twitter, Telegram, Discord, Facebook, Instagram, Reddit.

Через группы в соцсетях вы можете повысить доверие к бренду и объяснить, почему ваш NFT-проект важен, как он может принести пользу аудитории.

Маркетинг и построение сообщества

Построение личного бренда
художника и членов команды

Анонимность придает интриги, но не располагает к доверию.

Вам намного легче будет расположить аудиторию к конкретным людям с реальными жизненными историями, жизненными целями и ценностями и социальным капиталом.

Маркетинг и построение сообщества

Сотрудничество с опытными и успешными

Ничто не помогает так продвигать ваши новые NFT-проекты, как уже запущенные в прошлом успешные проекты.

Если у вас еще нет своего опыта, вам помогут:

- привлечение в команду и на роль консультантов авторитетных людей, которые не только дадут вам дельный совет, но и привлекут к вам часть доверия своей аудитории;
- обращение в специальные агентства, где уже есть длинный список реализованных проектов.

Маркетинг и построение сообщества

Работа с агентствами и акселераторами

Агентства, которые специализируются на продвижении NFT-проектов, берут процент за свои услуги. Но на первом этапе, если у вас еще нет своего готового сообщества и вы не знаете, с какой стороны начать, то без них не обойтись.

Работа с агентствами выгодна еще и тем, что они берут на себя большую долю задач, которые нужно выполнить для удачного запуска проекта (сайт, маркетинг, генерация коллекций).

Запуском коллекций на Near занимаются [Tenk Bay](#), [NEAR NFT Club](#).

Что может погубить ваше сообщество

1. Не исполнять обещания по развитию проекта (наобещали дополнительный функционал NFT, а выпустили просто картинки).
2. Пренебрежение обратной связью. Пользователям важно, чтобы ваша команда всегда была на связи.
3. Проблемы в коммуникации: Вы не понимаете, как проект выглядит в глазах ваших покупателей, и не можете донести план развития вашего проекта.

Выводы

Что будет, если не заниматься маркетингом

- Ничего не будет.
- Никто о вашем проекте не узнает.
- Вы ничего не продадите.

Ошибка 4.

Нет зафиксированного
плана действий и бюджета

Лучше играть со слабой стратегией,
чем вообще без стратегии.

Чтобы зафиксировать ваши планы с целью удобного пользования ими в процессе работы, вам понадобится составить:

Whitepaper

Документ, рассматривающий проблему, с которой сталкиваются читатели, предлагает убедительные аргументы в пользу конкретного подхода к решению этой проблемы и объясняет, почему он является предпочтительным.

Наполовину состоит из описания концепции проекта, которую обсуждали выше.

Roadmap

Графический обзор целей и результатов проекта, представленных на временной шкале. В отличие от плана проекта, должна быть простой и не содержать мелочи.

Это делает дорожную карту продукта полезным инструментом для управления ожиданиями заинтересованных сторон и для обмена планами с другими командами.

Бюджет проекта

Представляет собой план затрат, необходимых для его исполнения, в стоимостном выражении.

Помогает в оценке результатов текущей работы, нужен для переговоров с членами команды, инвесторами и еще много где.

Без него легко угодить в ловушку эффекта Конкорда.

Выводы

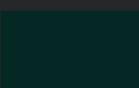
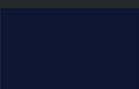
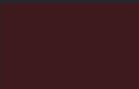
Что будет с проектом без плана и бюджета

- Вам самим будет трудно отслеживать процесс, вы будете подолгу застревать на неважных деталях.
- сложно будет вести маркетинговую кампанию.
- невозможно будет вести переговоры с инвесторами, потенциальными членами команды, другими проектами и лидерами мнений.
- вас на каждом углу и под каждым постом будут спрашивать, где можно прочесть ваш Whitepaper или Roadmap, а вам нечего будет ответить.

ИТОГИ

Что делать?

Инструкция для первых шагов



1. Погрузитесь в исследование разных NFT-проектов на разных маркетплейсах (OpenSea, Paras, Mintbase...), почитайте статьи о том, как уже используются NFT. (Искать и читать нужно статьи на английском языке, Google Translate вам в этом поможет)
2. Скачайте и изучите Whitepaper и Roadmap проектов, которые вам понравились.
3. Доработайте свою идею или придумайте новую и ответьте на вопросы из раздела про концепцию проекта (стр. 5).
4. Начните тестировать свою идею на других людях.

5. Решите, какую часть из всего этого вы можете реализовать самостоятельно и каких специалистов вам придется привлечь в свою команду.
6. Начните искать людей в команду, не стесняйтесь консультаций в Near-экосистеме, с NFT-инкубаторами, инвесторами и коллекторами
7. Начните работать над Whitepaper, Roadmap.
8. Помните, что на любом этапе работы важно стараться объективно оценивать ситуацию.
О самых частых когнитивных искажениях, которые мешают в работе над проектами, и как с ними бороться можно прочесть в других наших руководствах.