Pinkoi 群眾募資實戰分享

掌握成功關鍵秘訣，實現你要的好設計！

2023/06/27 Zona Eva

pinkoi

Agenda

- Pinkoi 群眾募資定位
- 為什麼要做群眾募資
- 定價策略、達標金額怎麼設定
- 專案事前準備
- 關鍵成功因素
- 合作模式
- Q&A

- Pinkoi 群眾募資定位

提到 Pinkoi
大家會想到什麼呢？

Pinkoi 群眾募資定位

集結群眾力量，實現你要的好設計！

Pinkoi 為亞洲領先的設計購物網站，
從 2011 年成立至今以茁壯亞洲設計生態圈為使命，
並於 2022 年投入群眾募資市場！
Pinkoi 的使命是透過提供完善的群眾募資功能及服務，
協助品牌從零到有將募資商品成功上市，幫助更多好設計能夠被實現！

三大價值主張

100%
原創設計

Pinkoi 團隊將「人工審核」每案群眾募資申請，秉持群眾募資的初衷，支持 100% 原創設計。

贊助人
安心保障

除了提供群募平台外，也提供贊助人優於現有市場的保障，安心在 Pinkoi 支持好設計。

P Coins
折抵回饋

贊助人也將同時享有 P Coins 累積折抵資格，鼓勵更多人投入支持募資商品。

三大價值主張

100%
原創設計

Pinkoi 團隊將「人工審核」每案群眾募資申請，秉持群眾募資的初衷，支持 100% 原創設計。

贊助人
安心保障

除了提供群募平台外，也提供贊助人優於現有市場的保障，安心在 Pinkoi 支持好設計。

P Coins
折抵回饋

贊助人也將同時享有 P Coins 累積折抵資格，鼓勵更多人投入支持募資商品。

三大價值主張

100%
原創設計

Pinkoi 團隊將「人工審核」每案群眾募資申請，秉持群眾募資的初衷，支持 100% 原創設計。

贊助人
安心保障

除了提供群募平台外，也提供贊助人優於現有市場的保障，安心在 Pinkoi 支持好設計。

P Coins
折抵回饋

贊助人也將同時享有 P Coins 累積折抵資格，鼓勵更多人投入支持募資商品。

- 為什麼要做群眾募資

為什麼要做群眾募資？

- 募集資金
- 市場調查
- 行銷手法
- 貼近消費者
- 擴大客群

為什麼要做群眾募資？

- 募集資金
- 市場調查
- 行銷手法
- 貼近消費者
- 擴大客群

為什麼要做群眾募資？

- 募集資金
- 市場調查
- 行銷手法
- 貼近消費者
- 擴大客群

為什麼要做群眾募資？

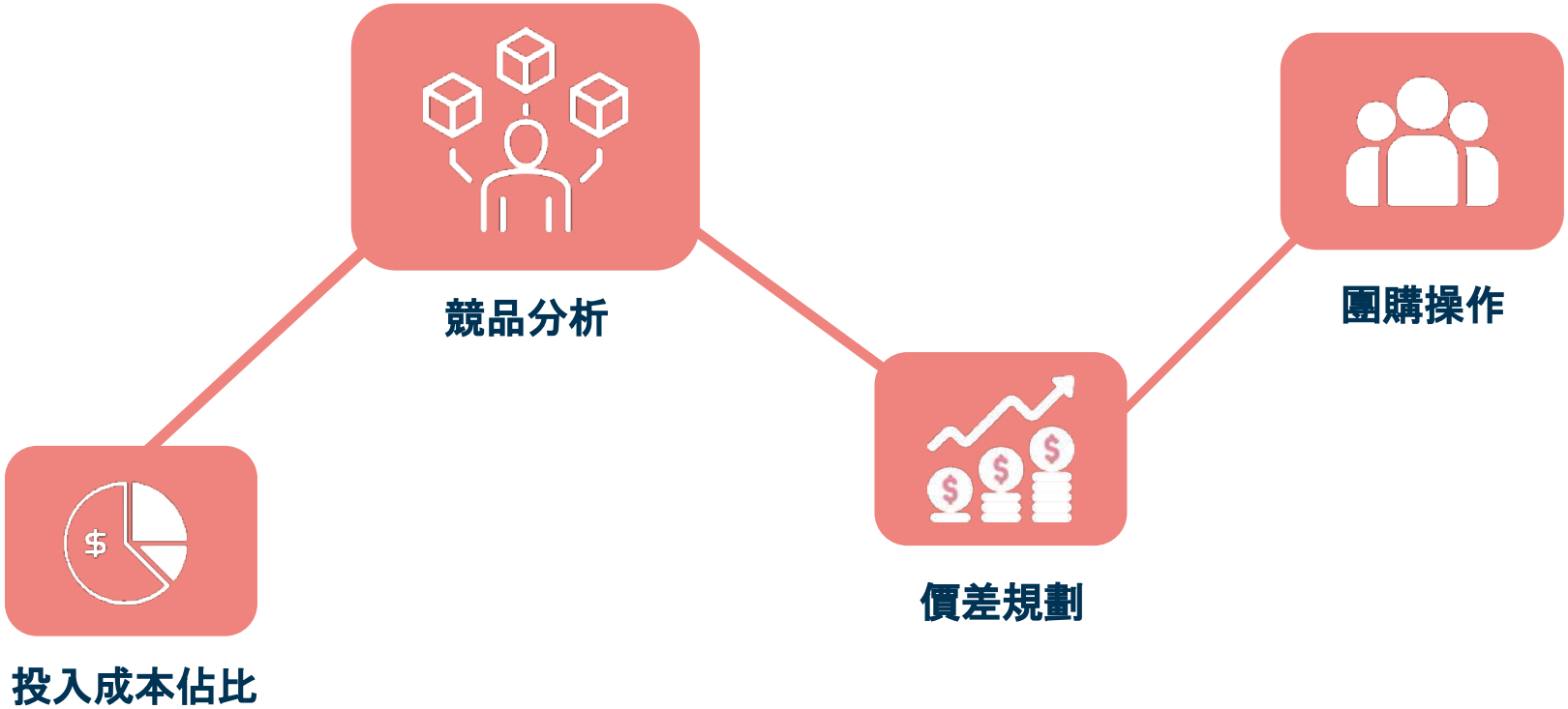
- 募集資金
- 市場調查
- 行銷手法
- 貼近消費者
- 擴大客群

為什麼要做群眾募資？

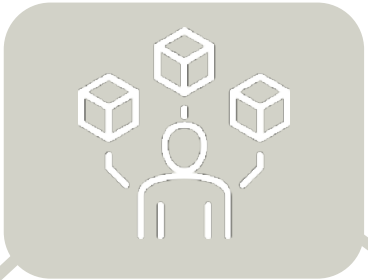
- 募集資金
- 市場調查
- 行銷手法
- 貼近消費者
- 擴大客群

- 定價策略、達標金額怎麼設定

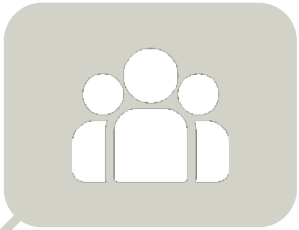
定價策略怎麼設定



定價策略怎麼設定



競品分析



團購操作

價差規劃

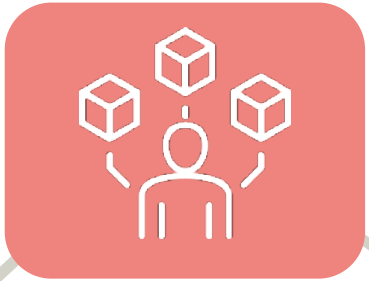
投入成本佔比

舉例:

預估總業績

- 平台抽成 6+ %
- 廣告費佔 15 ~ 20 %
- 網紅曝光佔 5 %
- 生產製造 X %

定價策略怎麼設定



競品分析

投入成本佔比

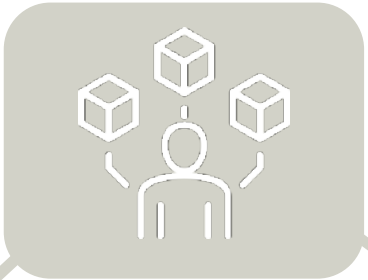
評比項目:

- 功能與特色 > 防潑水
- 規格 > 續電力
- 價格 > 折扣
- 售後服務 > 保固、24 hr 專線
- 檢驗認證 > SGS、紅點設計獎
- 受眾類型 > 文青族、上班族

價差規劃

團購操作

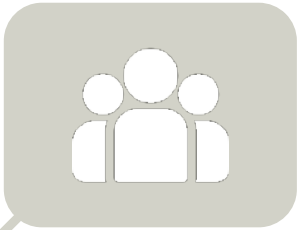
定價策略怎麼設定



競品分析

投入成本佔比

價差規劃

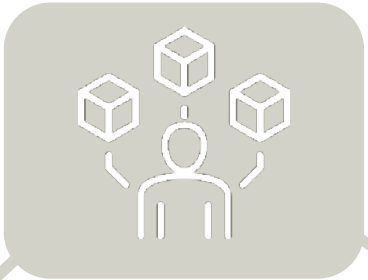


團購操作

方案設計:

- 超早鳥
- 早鳥
- 晚鳥
- 雙入
- 五入揪團組

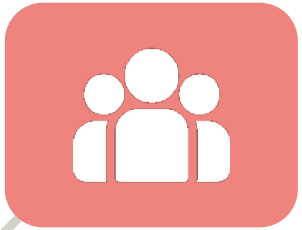
定價策略怎麼設定



競品分析

投入成本佔比

價差規劃

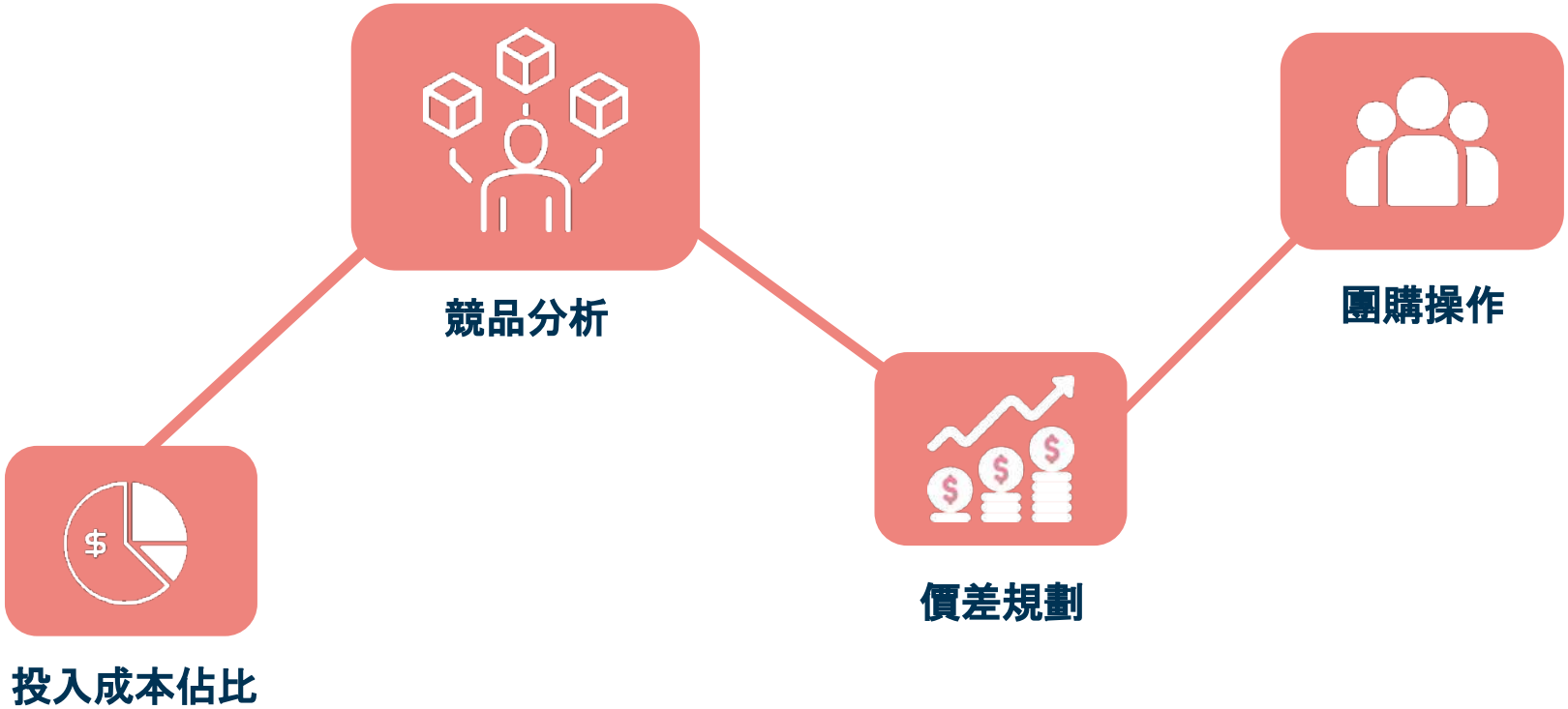


團購操作

多入組福利:

- 團主 & 團友折扣回饋
- 限量跟團贈禮

定價策略怎麼設定



達標金額怎麼設定

得出募資達標金額(上線後無法再修改)

可透過「最低生產量」X「平均客單價 」預估，此金額攸關提案人需多少資金，才能順利讓商品進入生產。

例如：最低生產量為 100 個包包，平均客單價為 $1,080，則達標金額目標可以設定 $108,000（取整數 = 10 萬 ）

達標金額怎麼設定

得出募資達標金額(上線後無法再修改)

可透過「最低生產量」X「平均客單價 」預估，此金額攸關提案人需多少資金，才能順利讓商品進入生產。

例如：最低生產量為 100 個包包，平均客單價為 $1,080，則達標金額目標可以設定 $108,000（取整數 = 10 萬 ）

- Tips：符合上述的條件下，可評估設定 上線 3 天內可突破的達標金額，以利操作達標議題、提高下單意願。

- 專案事前準備

專案事前準備

前測問卷開跑(建議上線日前 3 週)

廣告投放開始(建議提早設定，避免審 查過久)

募資開跑前 → **募資進行中** → **募資結束**

- 募資商品發想
- 競品分析
- 產品定位
- 回饋方案設計
- 達標金額目標設定
  總業績目標預

- 素材拍攝＆文案撰寫
- 行銷＆社群宣傳規劃
- 前測問卷設計
- 預算規劃
- 廣告投放
- 回饋收集
- 回饋分析

- 素材與行銷細節調整
- 樣品素材加拍
- 各類型名單收集
- 募資商品頁編輯
- 樣品網紅洽談

- 統整名單通知上線
- 達標最新消息發佈
- 解鎖新方案開賣

- 超早鳥限時截止
- 早鳥/晚鳥開賣
- 網紅合作曝光

- 統整名單通知即將結束
- 即將結束最新消息發佈

- 訂單整理
- 募資成功最新消息發佈
- 出貨進度最新消息發佈
- 完成出貨

專案事前準備

前測問卷開跑(建議上線日前 3 週)

募資開跑前 → 募資進行中 → 募資結束

- 募資商品發想
- 競品分析
- 產品定位
- 回饋方案設計
- 達標金額目標設定
  總業績目標預

- 素材拍攝＆文案撰寫
- 行銷＆社群宣傳規劃
- 前測問卷設計
- 預算規劃
- 廣告投放
- 回饋收集
- 回饋分析

- 素材與行銷細節調整
- 樣品素材加拍
- 各類型名單收集
- 募資商品頁編輯
- 樣品網紅洽談

專案事前準備

廣告投放開始(建議提早設定，避免審 查過久)

募資開跑前 → 募資進行中 → 募資結束

- 統整名單通知上線
- 達標最新消息發佈
- 解鎖新方案開賣

- 超早鳥限時截止
- 早鳥/晚鳥開賣
- 網紅合作曝光

- 統整名單通知即將結束
- 即將結束最新消息發佈

專案事前準備

廣告投放開始(建議提早設定，避免審 查過久)

募資開跑前 → 募資進行中 → 募資結束

- 統整名單通知上線
- 達標最新消息發佈
- 解鎖新方案開賣

- 超早鳥限時截止
- 早鳥/晚鳥開賣
- 網紅合作曝光

- 統整名單通知即將結束
- 即將結束最新消息發佈

專案事前準備

募資開跑前 → 募資進行中 → 募資結束

- 訂單整理
- 募資成功最新消息發佈
- 出貨進度最新消息發佈
- 完成出貨

專案事前準備

募資開跑前 → 募資進行中 → 募資結束

- 訂單整理
- 募資成功最新消息發佈
- 出貨進度最新消息發佈
- 完成出貨

專案事前準備

前測問卷開跑(建議上線日前 3 週)

廣告投放開始(建議提早設定，避免審 查過久)

募資開跑前 → **募資進行中** → **募資結束**

- 募資商品發想
- 競品分析
- 產品定位
- 回饋方案設計
- 達標金額目標設定
  總業績目標預

- 素材拍攝＆文案撰寫
- 行銷＆社群宣傳規劃
- 前測問卷設計
- 預算規劃
- 廣告投放
- 回饋收集
- 回饋分析

- 素材與行銷細節調整
- 樣品素材加拍
- 各類型名單收集
- 募資商品頁編輯
- 樣品網紅洽談

- 統整名單通知上線
- 達標最新消息發佈
- 解鎖新方案開賣

- 超早鳥限時截止
- 早鳥/晚鳥開賣
- 網紅合作曝光

- 統整名單通知即將結束
- 即將結束最新消息發佈

- 訂單整理
- 募資成功最新消息發佈
- 出貨進度最新消息發佈
- 完成出貨

- **關鍵成功因素**
  - 市場調查
  - 產品特質
  - 廣告投放
  - 社群及議題規劃
  - 成功案例

關鍵成功因素 - 市場調查

通常提案人會在募資開始前，著手商品發想以及競品分析，透過競品分析的結果，開始製作專屬的前測問卷進行市場調查，而募資商品也需要根據問卷收集的回饋分析，最後適度做調整，提高專案的達標率。

關鍵成功因素 - 市場調查

通常提案人會在募資開始前，著手商品發想以及競品分析，透過競品分析的結果，開始製作專屬的前測問卷進行市場調查，而募資商品也需要根據問卷收集的回饋分析，最後適度做調整，提高專案的達標率。

分析競品
了解優勢

關鍵成功因素 - 市場調查

防水、收納夾層、顏色、認證

> 問卷可多強化介紹

項目	說明	我的募資商品	A 競品	B 競品	C 競品
TA	年齡/興趣/風格	25-40y 日系機能品牌、追求生活美感	機能品牌、極簡風格	一般大眾、小資上班族、男女各半	
品牌力	社群力/廣告資源	IG 1200 人，互動中等 💔 無 KOL 圈人脈 💔	IG 1.2 萬人，互動高 KOL 圈人脈 ⭐	IG 2700 人，互動低	IG 600 人，互動低
商業量體	過往專案成績	無經驗	2022：320 萬	2021：124 萬	2020：68 萬
價格	超早鳥價	$3,980 💔	$2,980	$1,980 ⭐	$3,980
商品特色	防水等級	IPX-7 防浸型 ⭐⭐	IPX-4 防濺型 ⭐	IPX-3 防雨型	IPX-0 完全沒有防水保護
商品特色	包款變化	三種：後背/手提/側背 ⭐	兩種：後背/手提	四種：後背/手提/側背/腰背 ⭐⭐	兩種：後背/手提
商品特色	收納夾層	10 夾層，可放筆電 15 吋 ⭐⭐	6 夾層，可放筆電 13 吋	4 夾層，可放筆電 15 吋 ⭐	6 夾層，不可放筆電
規格	顏色/尺寸	五色 ⭐⭐	一色	兩色	五色 ⭐⭐
售後	保固/客服專線	無保固 💔	1 年保固，24 hr 客服專線 ⭐ ⭐	無保固	3 個月保固 ⭐
認證	檢驗/獎項	紅點設計獎/SGS 認證 ⭐⭐	X	SGS 認證 ⭐	X

透過上表，分析我的募資商品 點擊查看範例

關鍵成功因素 - 市場調查

項目	說明	我的募資商品	A 競品	B 競品	C 競品
TA	年齡/興趣/風格	25-40y 日系機能品牌、追求生活美感	機能品牌、極簡風格	一般大眾、小資上班族、男女各半	
品牌力	社群力/廣告資源	IG 1200 人，互動中等 💔 無 KOL 圈人脈 💔	IG 1.2 萬人，互動高 KOL 圈人脈 ⭐	IG 2700 人，互動低	IG 600 人，互動低
商業量體	過往專案成績	無經驗	2022：320 萬	2021：124 萬	2020：68 萬
價格	超早鳥價	$3,980 💔	$2,980	$1,980 ⭐	$3,980
商品特色	防水等級	IPX-7 防浸型 ⭐⭐	IPX-4 防濺型 ⭐	IPX-3 防雨型	IPX-0 完全沒有防水保護
商品特色	包款變化	三種：後背/手提/側背 ⭐	兩種：後背/手提	四種：後背/手提/側背/腰背 ⭐⭐	兩種：後背/手提
商品特色	收納夾層	10 夾層，可放筆電 15 吋 ⭐⭐	6 夾層，可放筆電 13 吋	4 夾層，可放筆電 15 吋 ⭐	6 夾層，不可放筆電
規格	顏色/尺寸	五色 ⭐⭐	一色	兩色	五色 ⭐⭐
售後	保固/客服專線	無保固 💔	1 年保固，24 hr 客服專線 ⭐ ⭐	無保固	3 個月保固 ⭐
認證	檢驗/獎項	紅點設計獎/SGS 認證 ⭐⭐	X	SGS 認證 ⭐	X

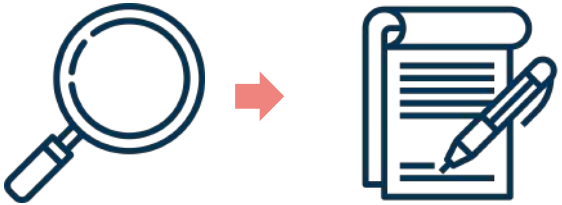
價格、保固

> 思考調整，避免成為消費者不下單的主因

透過上表，分析我的募資商品 點擊查看範例

關鍵成功因素 - 市場調查

通常提案人會在募資開始前，著手商品發想以及競品分析，透過競品分析的結果，開始製作專屬的前測問卷進行市場調查，而募資商品也需要根據問卷收集的回饋分析，最後適度做調整，提高專案的達標率。



分析競品
了解優勢

設計題目
收集回饋

關鍵成功因素 - 市場調查

- 常用問卷工具：SurveyCake、Typeform
- 走期：建議至少 2-3 週
- 曝光方式：廣告投放 Facebook、IG、Line 社群等等

問卷範本！ＸＸ後背包｜7 級防水、系統化收納夾層，快速變化包款！

大家好！我們是 XX 團隊，
為了滿足日常生活中不同的包款使用需求，推出了 XX 後背包！
今年夏天強勢登場！知名設計師攜手打造的機能包款。

- 超強防水 IPX-7
- 系統化收納夾層
- 三種包款變化
- ...
- ...

我們即將在 Pinkoi 進行群眾募資，歡迎 3 分鐘**填問卷領超早鳥優惠**！

1 使用後背包時，以下哪一項最困擾你？

複選

- 不防水下雨背包全濕
- 夾層過少收納困難
- 無法符合每個情境需求
- ...

關鍵成功因素 - 市場調查

透過巧妙提問獲取資訊

- 選擇題:你最喜歡哪一色？ > 預期了解哪個款式做主打或做解鎖色

關鍵成功因素 - 市場調查

透過巧妙提問獲取資訊

- **選擇題:你最喜歡哪一色？ > 預期了解哪個款式做主打或做解鎖色**
- **選擇題:請問你的年齡/性別？ > 預期了解受眾輪廓**

關鍵成功因素 - 市場調查

透過巧妙提問獲取資訊

- 選擇題:你最喜歡哪一色？ > 預期了解哪個款式做主打或做解鎖色
- 選擇題:請問你的年齡/性別？ > 預期了解受眾輪廓
- 問答題:有任何想法歡迎留言分享 > 提供開放式問答

關鍵成功因素 - 市場調查

了解定價的接受度:初步了解消費者的意願

若問卷結果的星數或區間價格過低，則務必評估調整

幾顆星數呈現

價格區間呈現

關鍵成功因素 - 市場調查

留住精準客戶名單

目的:留下潛在消費者資訊, 用於專案上線時使用名單做宣傳

- **填答題:歡迎留下你的手機 > 設定文字驗證 [手機格式]**
- **填答題:歡迎留下你的 Email > 設定文字驗證 [Email 格式]**

可文字補充說明此資料僅使用在本次募資, 並不會做其他用途使用

關鍵成功因素 - 市場調查

通常提案人會在募資開始前，著手商品發想以及競品分析，透過競品分析的結果，開始製作專屬的前測問卷進行市場調查，而募資商品也需要根據問卷收集的回饋分析，最後適度做調整，提高專案的達標率。

分析競品
了解優勢

設計題目
收集回饋

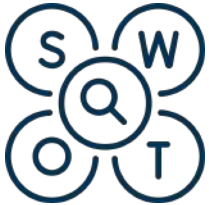
分析回饋

關鍵成功因素 - 市場調查

通常提案人會在募資開始前，著手商品發想以及競品分析，透過競品分析的結果，開始製作專屬的前測問卷進行市場調查，而募資商品也需要根據問卷收集的回饋分析，最後適度做調整，提高專案的達標率。

分析競品
了解優勢

設計題目
收集回饋



分析回饋

調整行銷細節

關鍵成功因素 - 產品特質

哪些商品適合募資？

創新功能

設計理念

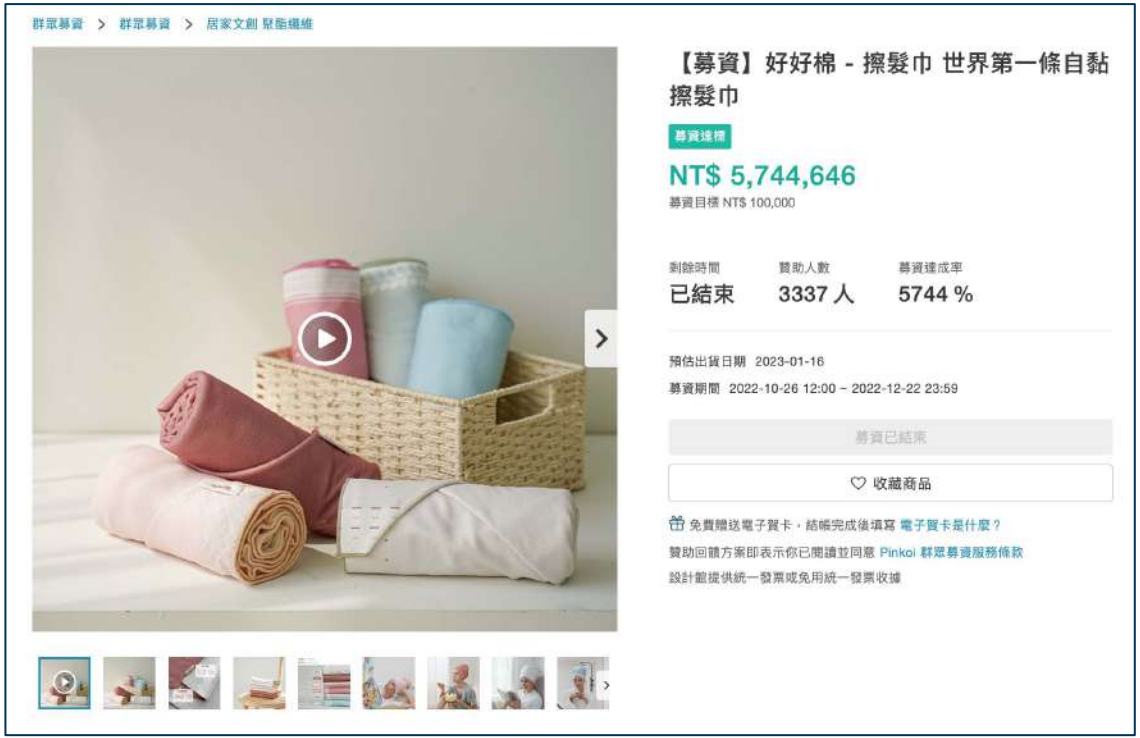
故事性

議題式

關鍵成功因素 - 產品特質

創新功能

- 案例：<u>好好棉擦髮巾</u>



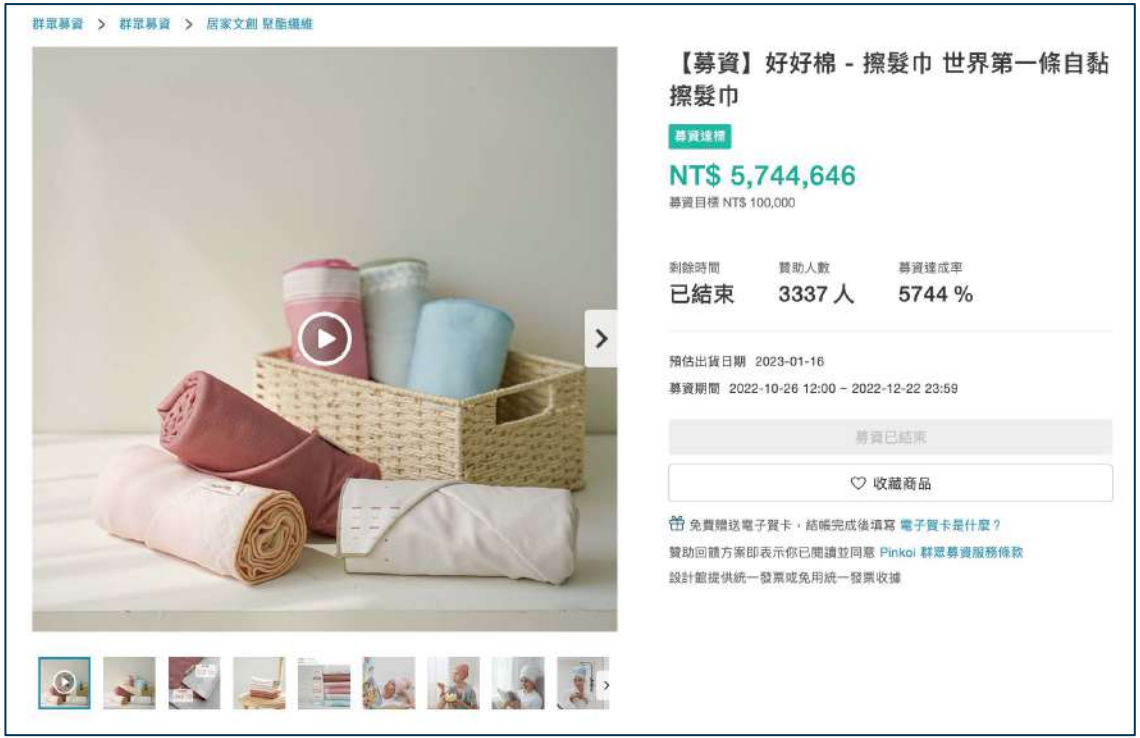
主打特色
世界第一條自黏擦髮巾。

關鍵成功因素 - 產品特質

創新功能

- 案例：<u>好好棉擦髮巾</u>

➡ 市面上未普及的新穎功能

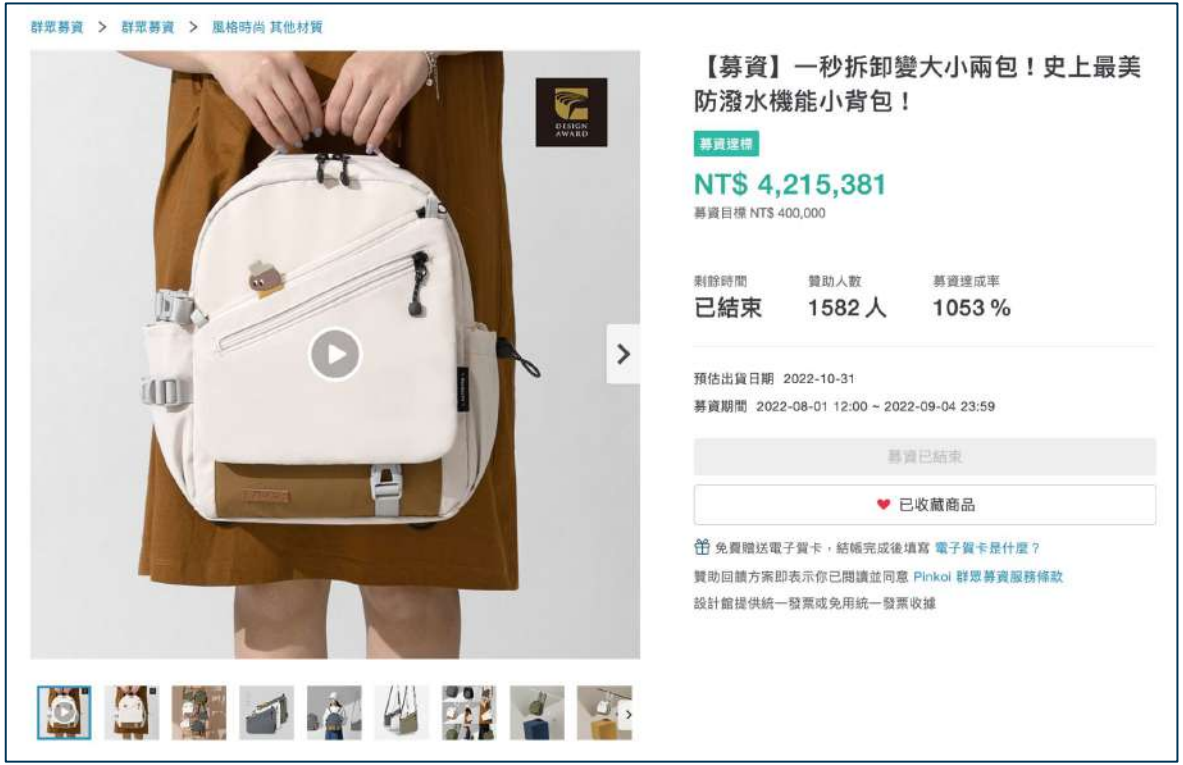


主打特色
世界第一條自黏擦髮巾。

關鍵成功因素 - 產品特質

設計理念

- 案例:<u>墨墨頭機能小背包</u>



主打特色
一秒拆卸變大小兩包、小毛病怪插畫。

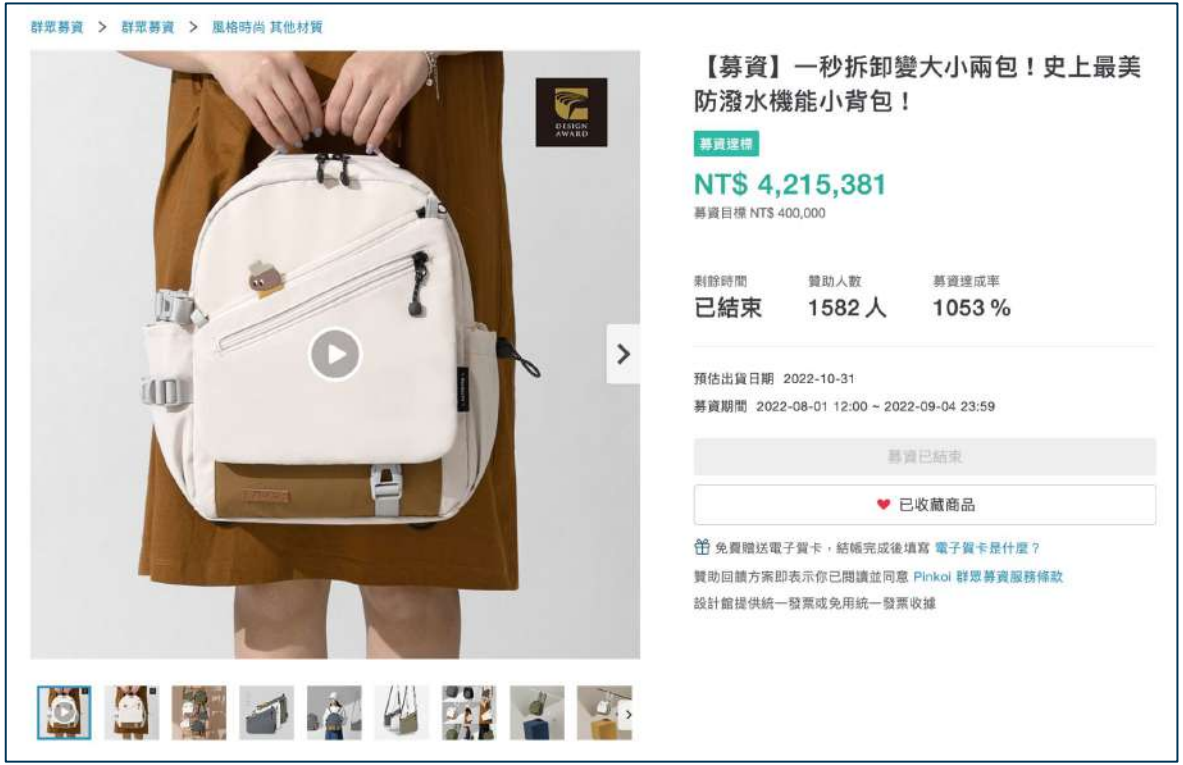
關鍵成功因素 - 產品特質

設計理念

- 案例:<u>墨墨頭機能小背包</u>

➡ 多情境適用、拆解變換

主打特色
一秒拆卸變大小兩包、小毛病怪插畫。



關鍵成功因素 - 產品特質

故事性

- 案例：<u>一帆布包植栽托特包</u>

主打特色
滿足日常穿搭及園藝需求，三用植栽花束托特包。

關鍵成功因素 - 產品特質

故事性

- 案例:<u>一帆布包植栽托特包</u>

➡ 日常一物多用

主打特色
滿足日常穿搭及園藝需求，三用植栽花束托特包。

關鍵成功因素 - 產品特質

議題式【環保】

- 案例:<u>厝內海廢轉生桌椅</u>

主打特色
「塑木」再製，賦予海廢料新生命！

關鍵成功因素 - 產品特質

議題式【環保】

- 案例:<u>厝內海廢轉生桌椅</u>

➡ 生態環境、廢料再製

主打特色
「塑木」再製，賦予
海廢料新生命！

關鍵成功因素 - 產品特質

議題式【聯名、IP 授權】

- 案例：
  - 超人力霸王限量聯名吸吸杯
  - miffy 米飛 玩玩兔年節禮盒

主打特色
日本授權《超人力霸王》限量聯名款。

主打特色
miffy 米飛年節禮盒搭配實體展覽。

關鍵成功因素 - 產品特質

議題式【聯名、IP 授權】

- 案例：
  - 超人力霸王限量聯名吸吸杯
  - miffy 米飛 玩玩兔年節禮盒

經典圖像結合
品牌聯手

主打特色
日本授權《超人力霸王》限量聯名款。

主打特色
miffy 米飛年節禮盒搭配實體展覽。

關鍵成功因素 - 產品特質

哪些商品適合募資？

創新功能

設計理念

故事性

議題式

關鍵成功因素 - 產品特質

哪些品類適合 Pinkoi 募資？

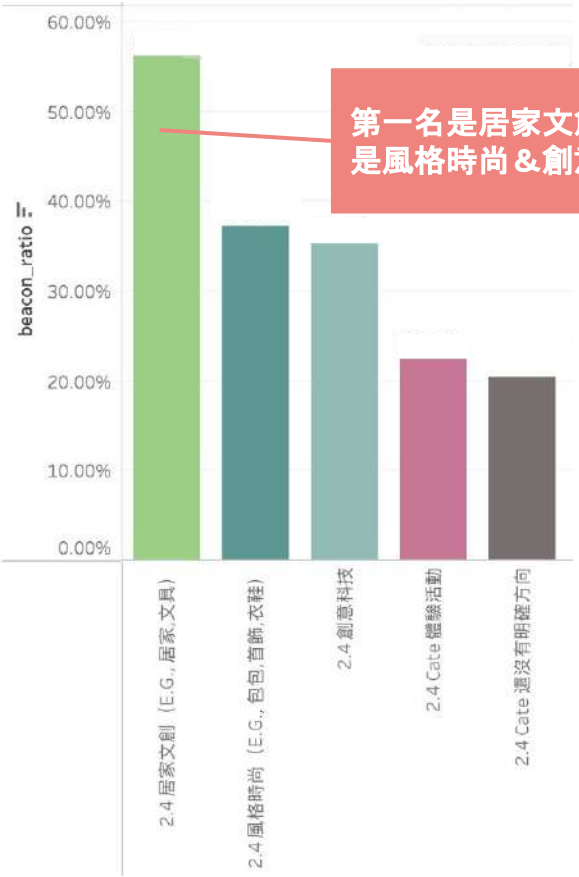
根據調查，最想在 Pinkoi 看到的前三名：

56% 居家文創（e.g. 生活收納、家飾佈置、文具）

37% 風格時尚（e.g. 包包、首飾、衣鞋）

35% 創意科技（e.g. 電腦週邊、影像器材）

20% 的人則抱持開放心態，對品項沒有執著。



第一名是居家文創，其次是風格時尚＆創意科技。

關鍵成功因素 - 廣告投放及操作

- 在募資專案開跑時，通常廣告投放是很關鍵的流量來源之一，包含：站外廣告、Pinkoi 站內商品廣告。

站外廣告

包含：Facebook、Instagram、Google 關鍵字等等投放渠道。而社群上的貼文主題，務必與廣告投放的對象相互呼應，需思考哪類型的貼文將是核心客群、次要客群可能感興趣的，讓預算的效益最大化。

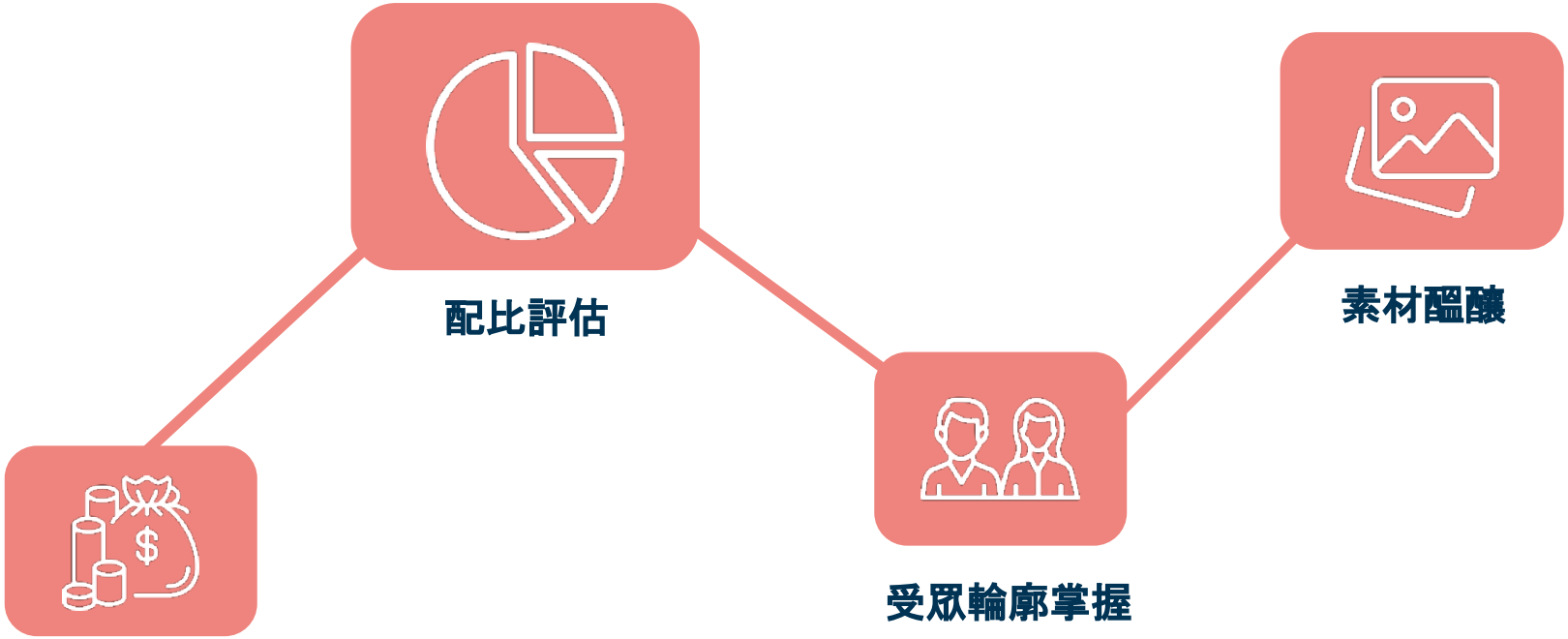
關鍵成功因素 - 廣告投放及操作

- 在募資專案開跑時，通常廣告投放是很關鍵的流量來源之一，包含：站外廣告、Pinkoi 站內商品廣告。

Pinkoi 站內商品廣告

為 Pinkoi 站上特有的廣告方式。提案人可以透過設計館管理平台，設定『商品廣告』以利提高商品頁的曝光機會。

關鍵成功因素 - 廣告投放及操作



關鍵成功因素 - 廣告投放及操作

例如:廣告費佔總業績的15 ~ 20 %

關鍵成功因素 - 廣告投放及操作

配比評估

重要時間點:

- 初期衝刺
- 方案解鎖
- 網紅曝光
- 倒數衝刺

預算確認

受眾輪廓掌握

素材醞釀

關鍵成功因素 - 廣告投放及操作

配比評估

主打客群的特質:

- 年齡區間？
- 性別＆身份？
- 興趣喜好？
- 關注議題？

素材醞釀

預算確認

受眾輪廓掌握

關鍵成功因素 - 廣告投放及操作

關鍵成功因素 - 廣告投放及操作

舉例:

人物 + 商品

純商品

VS.

關鍵成功因素 - 廣告投放及操作

舉例：

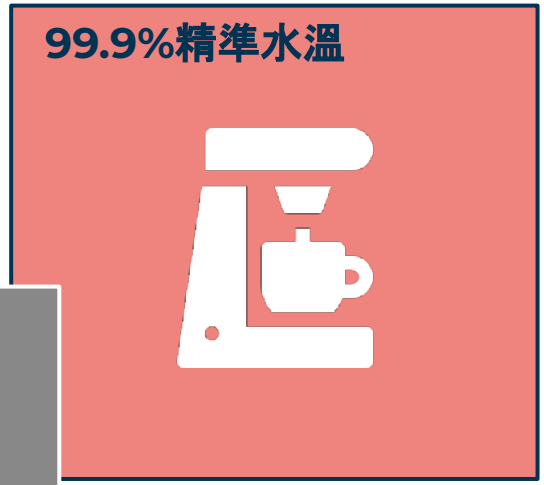
主打精確水溫

主打類手沖口感

vs.

關鍵成功因素 - 廣告投放及操作

舉例:

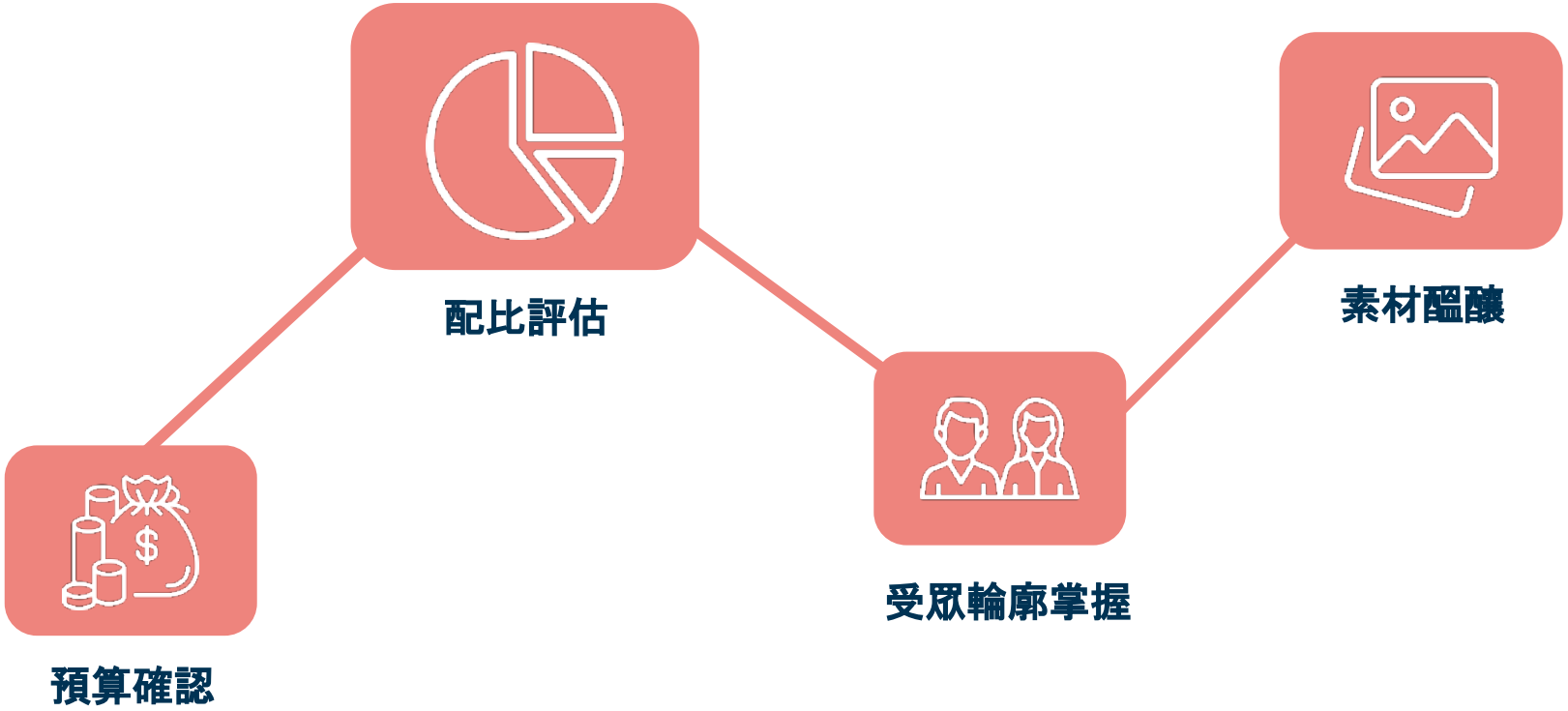


主打精確水溫

主打類手沖口感

VS.

關鍵成功因素 - 廣告投放及操作



關鍵成功因素 - 社群及議題規劃

1. KOC 互惠曝光，從眾效應
2. KOL 指標性、名人宣傳
3. 企業採購 e.g.：活動贈禮、職福會
4. 團購接洽 e.g.：扶輪社、補習班、團購社團
5. 體驗會，現場試用領優惠
6. 媒體採訪曝光
7. 素人開箱好評實測
8. 攜手品牌交叉推廣

關鍵成功因素 - 社群及議題規劃

1. KOC 互惠曝光，從眾效應
2. KOL 指標性、名人宣傳
3. 企業採購 e.g.：活動贈禮、職福會
4. 團購接洽 e.g.：扶輪社、補習班、團購社團
5. 體驗會，現場試用領優惠
6. 媒體採訪曝光
7. 素人開箱好評實測
8. 攜手品牌交叉推廣

＼以上皆可搭配 Pinkoi 優惠折扣碼操作／

關鍵成功因素 - 社群及議題規劃

- 舉辦體驗會

TZULAÏ x Kidilio | 募資商品聯合體驗會

發佈於 2022/09/15 11:55

- KOC 開箱

好好棉
2022年11月25日

『我可能在做一些伸展動作、或著刷手機、躺在床上的時候，也不會鬆掉，真的非常的方便，抹上去後就可以進行你所有想要做得事！他布的材質也很特別，外面的表層水也不會透過去，即便躺在沙發上，也不會弄濕沙發』
把好好棉擦髮巾加入你的日常❤️

謝謝 Flow With Katie 老師的推薦！
71 折優惠現正募資中 ➜ https://sikaer.com/fb_sikaer
..... 顯示更多

- KOL、素人體驗

關鍵成功因素 - 社群及議題規劃

- 舉辦體驗會

TZULAÏ x Kidilio | 募資商品聯合體驗會

發佈於 2022/09/15 11:55

- KOC 開箱

好好棉
2022年11月25日

『我可能在做一些伸展動作、或著刷手機、躺在床上的時候，也不會鬆掉，真的非常的方便，抹上去後就可以進行你所有想要做得事！他布的材質也很特別，外面的表層水也不會透過去，即便躺在沙發上，也不會弄濕沙發😊』
把好好棉擦髮巾加入你的日常❤️

謝謝 Flow With Katie 老師的推薦！
71 折優惠現正募資中 🏃➡ https://sikaer.com/fb_sikaer
..... 顯示更多

- KOL、素人體驗

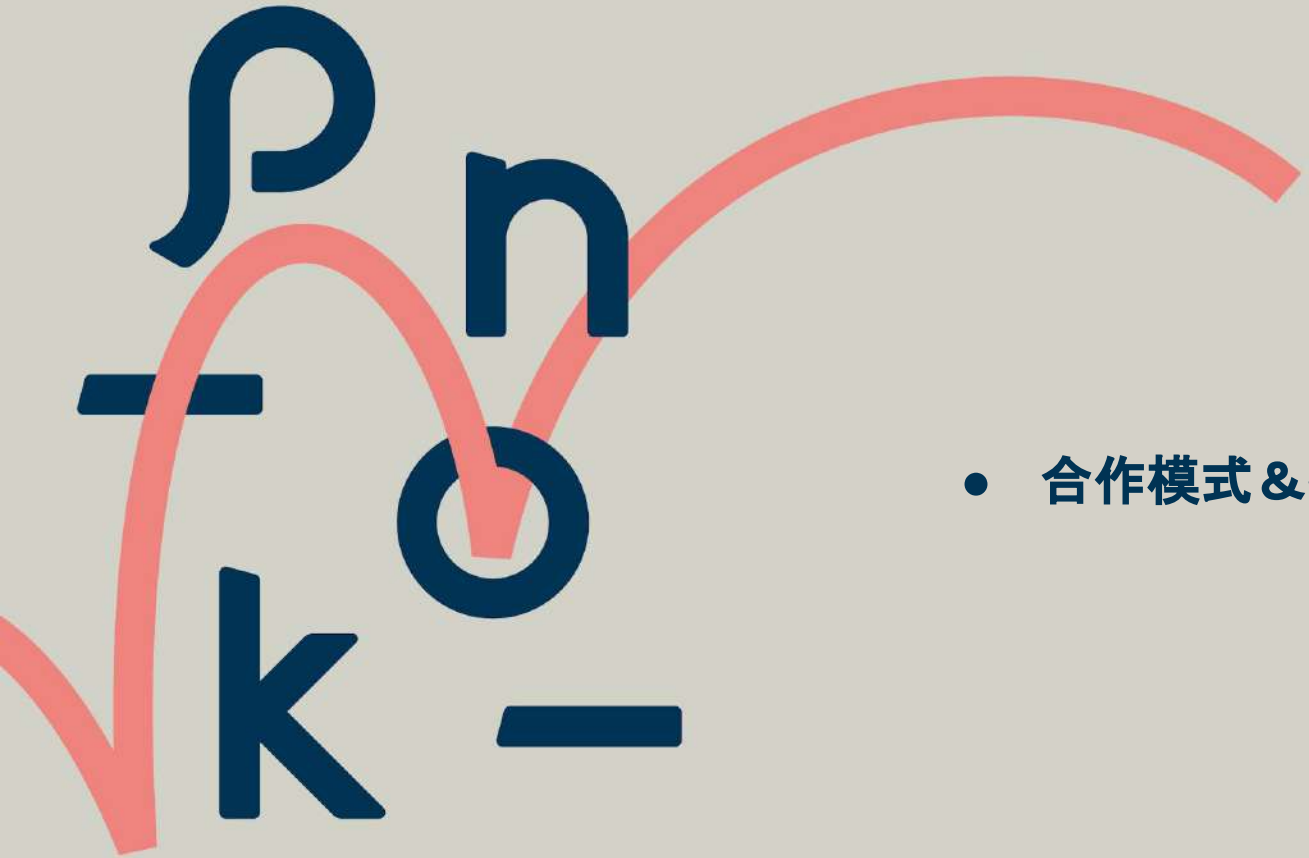
成功案例分享

好好棉 自黏擦髮巾

募資金額：NT$ 5,744,646

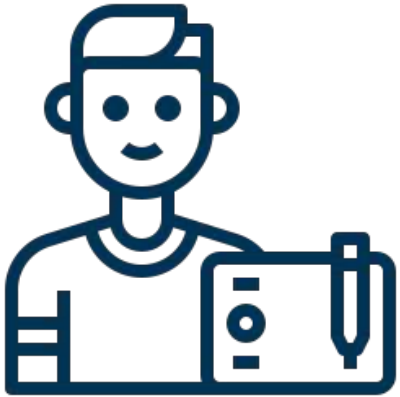
墨墨頭 機能小背包

募資金額：NT$ 4,215,381

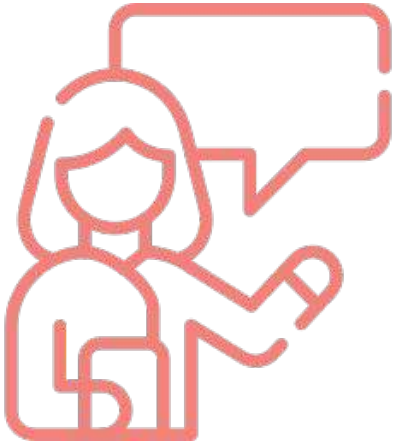


- 合作模式＆操作輔導

合作模式與操作輔導



設計師/品牌



Pinkoi 募資專案經理

- 合作條件
- 合約簽訂
- 洞察分析
- 專案操作

合作模式與操作輔導

籌備前期

- 募資市場觀察
- 新品方向及媒合引導
- 專案時程建議
- 團購、影音拍攝建議

合作模式與操作輔導

籌備前期

- 募資市場觀察
- 新品方向及媒合引導
- 專案時程建議
- 團購、影音拍攝建議

籌備中期 - 正式上線

- 前測問卷內容反饋
- 商品頁編輯及方案建議
- 加值服務:代出貨/代開募資訂單發票

合作模式與操作輔導

籌備前期

- 募資市場觀察
- 新品方向及媒合引導
- 專案時程建議
- 團購、影音拍攝建議

籌備中期 - 正式上線

- 前測問卷內容反饋
- 商品頁編輯及方案建議
- 加值服務:代出貨/代開募資訂單發票

正式上線

- 銷售狀況反饋
- 交叉推廣牽線
- 其他疑難解惑

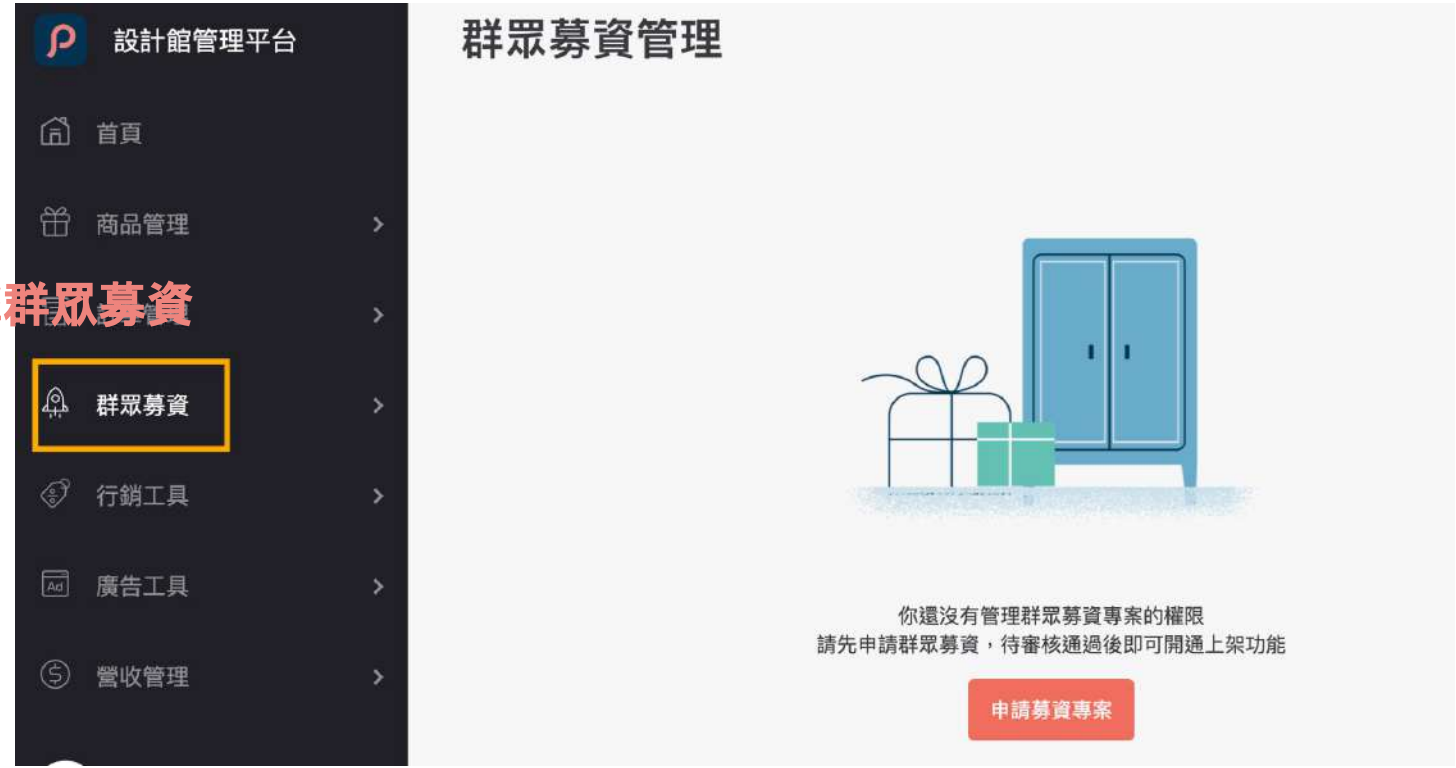
- 如何在 Pinkoi 進行募資提案？

如何在 Pinkoi 進行募資提案？

- 必須在 Pinkoi 建立設計館
  - 若無，則上網搜尋：Pinkoi 開館 > 按下 立即申請開館

如何在 Pinkoi 進行募資提案？

1. 點擊群眾募資



如何在 Pinkoi 進行募資提案？

1. 點擊群眾募資

2. 按下申請募資專案

如何在 Pinkoi 進行募資提案？

1. 點擊群眾募資

2. 按下申請募資專案

3. 填寫提案表單

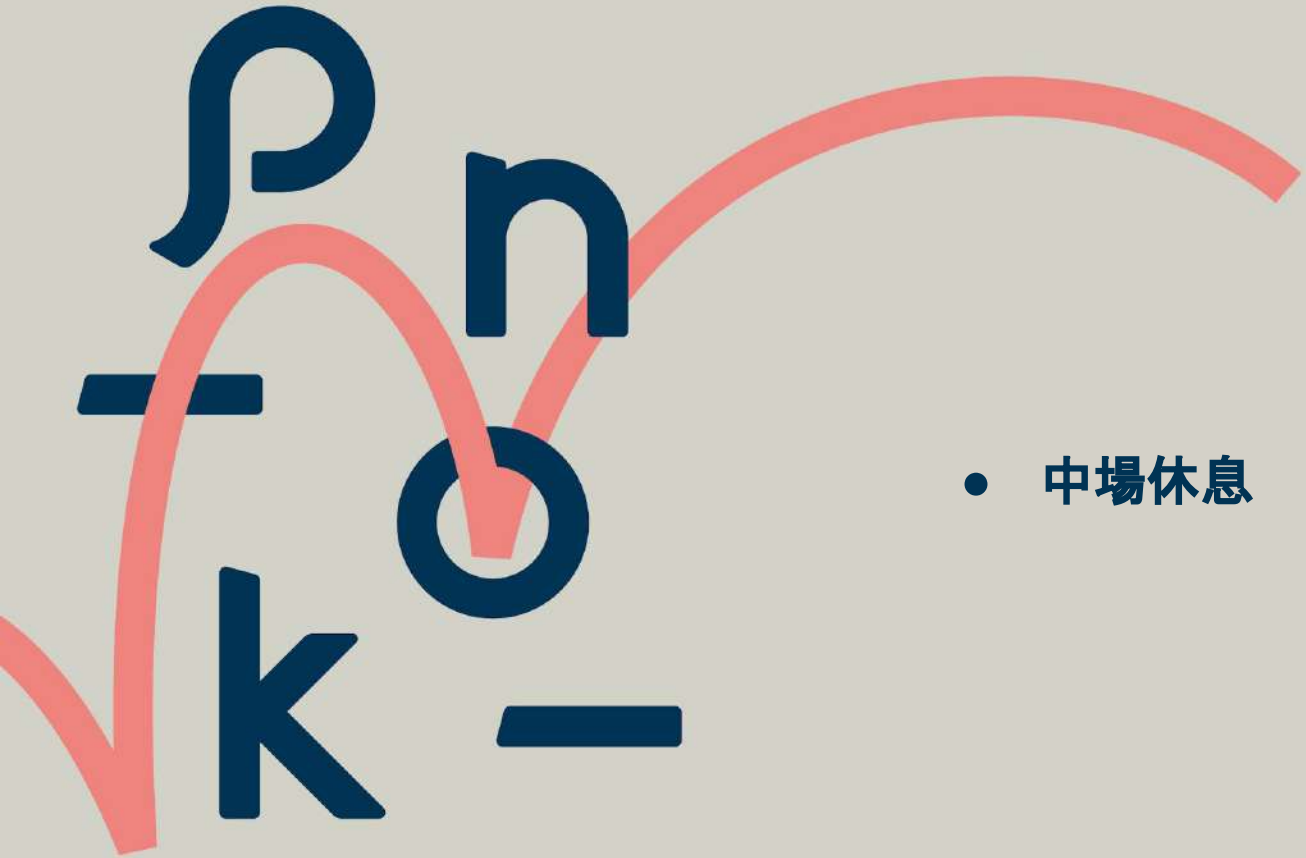
如何在 Pinkoi 進行募資提案？

1. 點擊群眾募資

2. 按下申請募資專案

3. 填寫提案表單

提案後約 5 個工作天 Email 通知審核結果、開通編輯權限



- 中場休息

- **Q&A**

歡迎多參考:Pinkoi 群眾募資-提案人常見 FAQ

大部分的提問都可以在 FAQ 獲得解答

如果有額外問題再請來信 crowdfunding@pinkoi.com

Q1. 想了解 Pinkoi 群眾募資的申請資格？

Q1. 想了解 Pinkoi 群眾募資的申請資格？

以下兩種類型商品皆可申請 Pinkoi 群眾募資：

- 實體商品
- 數位商品（e.g. 字型、線上課程等等）

且皆須符合「原創商品」

【超紓壓暖心水彩風拼圖】克里斯多插畫森林人氣畫作首次化身拼圖

克里斯多插畫森林 Crystal's World

| 生活中的休止符 | 365天 插畫日曆 香港品牌 療癒水彩系桌曆

dodolulu

立格扉 吐司傘架 自動吸水硅藻土雨天不再溼答答!

立格扉 Ligfe

Q2. 想了解 Pinkoi 群眾募資的收費方式？

Q2. 想了解 Pinkoi 群眾募資的收費方式？

基本方案服務費抽成：牌價為 10%
Pinkoi 群眾募資上線首年（至 2023 年 8 月）通過審核皆可享 優惠價 7%！

額外優惠抽成：
若提案人願意提供三點「優質贊助人保障」服務，則可獲得額外的基本方案服務費抽成優惠：

- **提供 3 個 →平台服務費抽成減免 1% → 抽成降為 6%**
- **提供 2 個 →平台服務費抽成減免 0.5% → 抽成降為 6.5%**

（若為公益性質募資將另案討論）

1. 募資成功後、開始出貨前，同意贊助人可提出取消贊助並退款
2. 提案人若因生產開發等非可抗因素，修改了商品的部分功能、規格、產地或製作方式，在告知贊助人後，同意贊助人可提出退貨及退款
3. 贊助人收到商品後，同意贊助人可以改變心意或認為商品不符合期待提出退貨及退款

Q3. 想了解在 Pinkoi 募資的好處和特點？

Q3. 想了解在 Pinkoi 募資的好處和特點？

Pinkoi 全球市場超過 625 萬的總會員數

1. 精準的設計圈客群

2. 平台自有高流量

3. 多元免費行銷資源

4. 透明即時雙向溝通

透過「站內訊息」即時與贊助人溝通

5. 成熟的營運工具

6. 行動裝置 Android iOS APP

80% 使用者最依賴的裝置，隨時精準推播

7. 海內外長期販售無痛接軌

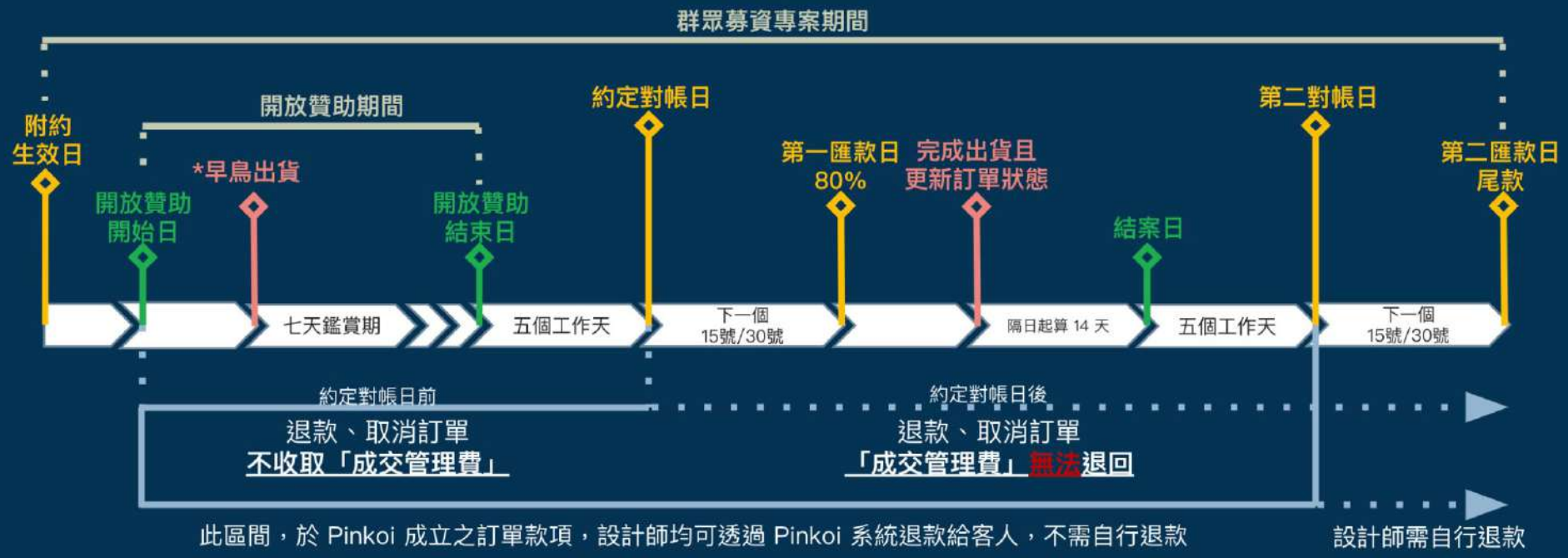
海內外市場都可賣！募資成功後再輕鬆接軌長期銷售

8. 對準痛點加值服務

9. 清楚的流程指引

募資實戰攻略免費提供，更多撇步與實戰經驗指引

付款流程



*備註：是否早鳥出貨可自行評估

Design The Way You Are

Thank You!

pinkoi