



P
UM NO
CORR

Felizmente hoje no Brasil, mesmo com todas as dificuldades, financeiras e de acesso ao esporte amador em geral e em especial à bicicleta, temos a sorte de ter um calendário definido de boas provas, tanto no ciclismo como no triatlo. Uma grande dificuldade que vejo na maioria dos atletas é em relação à captação de patrocinadores. Na maioria das vezes, muitos nem sabem por onde começar. Por isso, recebi dezenas de e-mails neste época do ano pedindo ajuda neste assunto e aproveitando a minha experiência de quase 30 anos no esporte e na captação de patrocinadores, resolvi escrever

algumas dicas que podem ajudar em pouco quanto atleta que tem um grande potencial e não sabe por onde começar. Você não precisa ser um grande campeão e estar tendo sempre bons resultados, apenas deve também querer. Observe em algumas notícias durante o ano, alguns ciclistas de categoria, de muito nível estão sendo, na maioria, muitas vezes sem ter recebido uma prova. Seu marketing pessoal e uma boa divulgação de sua pessoa é tudo. Para isso é importante legar algumas dicas básicas:

DEFINA SE
é importante
quantas...
Qualificação
Por que parti...
Quanto não se...
O que não se...
Qual tipo de r...



TREINAMENTO PARA O PATROCÍNIO

PATROCÍNIO

UM NOVO ANO ESTÁ AÍ E PARA MUITOS É HORA DE CORRER ATRÁS DE PATROCÍNIO. COMO FAZER ISSO?

DEFINA SEU PROJETO. Antes de sair em busca de um patrocinador é importante definir com clareza seu projeto respondendo às seguintes perguntas:

Qual(is) competição(ões) deve participar?

Por que participar dessas competição(ões)?

Qual são as metas?/objetivos?

Qual são as estratégias que terão para conseguir essas objetivos?

Que tipo de equipamentos serão necessários?

Quem os meios que terão que implantar e conseguir?

Dica: nunca escolha uma competição visando premiações. Primeiro se determine a competição tem uma boa organização e, principalmente, se tem cobertura da imprensa.

DETALHE OS CUSTOS. A parte da é importante detalhar as diversas partes dos custos para ter uma ideia clara de seus gastos (preparação da bicicleta, valor das inscrições, viagens, hospedagens, alimentação, etc.)



Um bom planejamento é fundamental. Ao final de cada etapa terá que ter a resposta para as seguintes perguntas: Qual o montante que necessita? Como temo que apresentar aos meus apoiadores e patrocinadores? Quais são as melhores disponibilidades financeiras? Qual o valor total que temo que apresentar para meus patrocinadores?

LISTE OS POTENCIAIS PATROCINADORES _ Seus potenciais patrocinadores necessitam estar previamente identificados. Se preferir, faça uma lista com nomes, perfis, e-mails ou registros, em vez de procurar os grandes patrocinadores, já que estes estarão menos dispostos a negociar. Na maioria das vezes, os patrocinadores são sempre alguns amigos de uma importante empresa ou de um empresário apoiado

de pelo esporte. Estabeleça uma lista de seus potenciais patrocinadores e características. O que fazem? Por que estarão interessados em me apoiar? Quais são suas disponibilidades financeiras? Quais são as empresas a combater com prioridade?

CONSTRUA O SEU ARGUMENTO _ Não serve de nada convencer seus potenciais aliados desportivos se é a primeira vez que vai correr 100 Km. Para isso, o objetivo será chegar, e não ganhar. Anote uma forma de expor sua ideia: com seu marketing pessoal, sempre com atenção especial para sua exposição na mídia (objetivo de reportagens positivas, presença em meios de comunicação locais). Não

não prometa

FAÇA UM T

do seu projeto. Esta apostrofação que consegue

DÉ PRIORIDADE À MOTIVAÇÃO

modalidade? Perceba em que resultados por categoria ou O ideal e com eventos, não vista pessoal. Porém, antes porém, qual região ou cidade. Então, entre p

se prepara a notícia em um grande jornal esportivo nos EUA.

FAÇA UM TEXTO PERSONALIZADO - Personalize a apresentação à sua pessoa.

A apresentação deverá ser clara, concisa, persuasiva e flutuante, algo que convença e motive, mesmo para a marca associada.

É PRIORIDADE PARA SUAS ESPECIFICIDADES E MOTIVAÇÕES - Por que devem te patrocinar? Qual a importância da modalidade? Que experiência você tem?

Não se apresente seu perfil esportivo inspirado nos estatísticas de seus melhores resultados. Situe-se nos prêmios, profissionais ou amadores, e se importa que vai disputar. Destaque o número de participantes.

Talvez a conseguir uma reunião com a responsável da empresa ou agir a nível, normalmente com o departamento de marketing, pois uma entrada pessoal é a melhor forma para conseguir um possível patrocínio.

Uma refeição em sua região. Identifique as oportunidades locais, está em contato se divulga em sua região. Os meios de comunicação locais estão sempre em busca de alguma nova história, de novidades, se entra em contato com eles para uma entrevista. Seus potenciais

patrocinadores vão ficar muito felizes e comprometidos ao serem a marca esportiva.

ARGUMENTOS QUE JUSTIFICAM O PATROCÍNIO -

Seja sempre simpático e tenha uma boa imagem - O nome da empresa se associará à sua participação. Tenha cuidado ao lidar a empresa internamente, seus patrocinadores podem utilizar o patrocínio para melhorar as empresas.

Construa uma boa relação com seus patrocinadores - Faça com que os patrocinadores participem de uma forma íntima nas competições.

De prioridade às contrapartidas de apoio financeiro - Defina a importância da marca da empresa patrocinadora em sua região, facilidade, capacidade e veículos de apoio. Se for mais de um, divida em cotas, sendo que as maiores cotas terão direito a maior visibilidade.

Convide os patrocinadores a presenciar uma competição, para sentir o ambiente.

Informe - Sempre informe seus resultados, enviando fotos, relatórios com reportagens, etc. -

PATROCÍNIO

