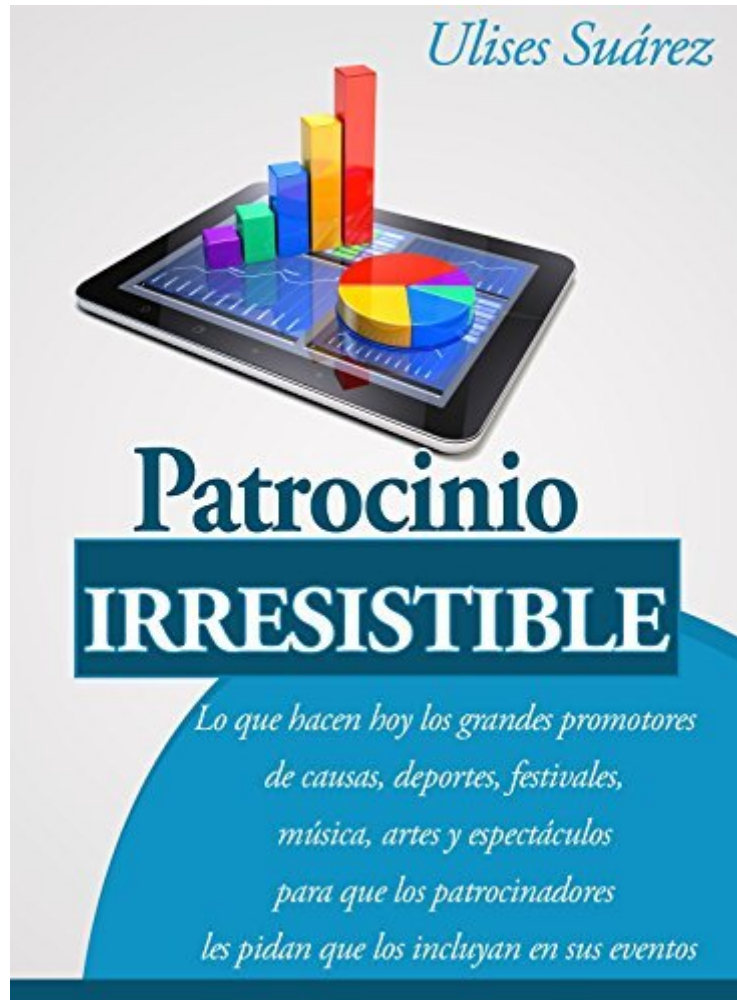


Patrocinio Irresistible: Lo que hacen hoy los grandes promotores de causas, deportes, festivales, música, artes y espectáculos para que los patrocinadores les pidan que los incluyan en sus eventos



Fecha de publicación: 20 diciembre, 2015

Editor: Ulises Suarez

Autor: Ulises Suarez

Idioma: Español

PDF

Guía de consulta sobre prácticas superiores para conseguir patrocinadores. Es el producto de una extensa investigación sobre lo que están haciendo la UEFA Europa League, Hollywood, Las ligas más importantes de U.S.A, y los conciertos y eventos más grandes del planeta que cuenta con los siguientes recursos:

La verdad sobre el patrocinio
Cómo conseguir patrocinio de forma magnéticamente atrayente
¡Revelado! Los 5 pasos para que los patrocinadores nos acosen
Encontrar al patrocinador ideal

Preparar una propuesta irresistible
Determinar el valor de la propuesta
Contactar y negociar
Activar

Razones que cada industria tiene para querer patrocinarnos

Ofrezca esto, y los patrocinadores le mostrarán su aprecio

Algunos ejemplos y secretos de los mejores

Plan de acción (ejercicios)

Es como si los grandes promotores de grandes eventos tuvieran una guía de consulta a la mano para saber cuáles son las mejores prácticas en cada paso para conseguir un patrocinador.

Está dirigido a fundaciones, promotores de eventos, teatro, artes, clubes deportivos, emprendedores, quienes venden por internet, escritores, instituciones y todo aquel que desee que su producto, evento o causa consiga patrocinio. Los patrocinadores pueden ayudar con:

1. Publicidad en medios tradicionales.
 2. Recursos tecnológicos.
 3. Dinero (lo que todos pensamos al decir sponsor).
 4. Productos y servicios de cortesía (Ej. Boletos aéreos).
 5. Vestuario.
 6. Sonido.
 7. Logística.
 8. Voluntarios.
 9. Financiamiento de viajes.
 10. Llenar los asientos de nuestras conferencias.
 11. Enviar tráfico a nuestro sitio web.
 12. Vender nuestros productos.
 13. Conseguirnos artistas, atletas y personalidades.
 14. Capacitarnos.
 15. Brindarnos canales de distribución.
- Deje volar su imaginación.

Ha sido escrito en momentos de crisis financiera en donde conseguir apoyo se hace cuesta arriba debido a la gran competencia que hay por los recursos de patrocinio limitados de las compañías.

Las organizaciones sin fines de lucro, clubes deportivos, artistas y toda clase de emprendedores tratan de llegar cada vez más a un público más numeroso. Para ello necesitan recursos materiales o económicos. Muchos saben que conseguir esto por sus propios medios es una tarea que tomaría años. Por eso recurren a los negocios grandes y pequeños que puedan ayudarlos.

Hoy en día es difícil conseguir patrocinadores si no se cuenta con el método correcto de aproximarse a los negocios. Muchos negocios no patrocinan porque no creen en ello. Otros son muy selectivos en cuanto a quién patrocinan.

