

Projeto cultural: venda e captação de recursos I

Marketing cultural e captação de
recursos – Produção Cultural 2014.1

A escolha da empresa

- **MOMENTO CRUCIAL!**
- **Deve-se ter pleno conhecimento:**
 - **Todas as etapas do projeto.**
 - **Exequibilidade.**
 - **Compreender os fatores que podem construir uma marca sólida, de vida longa.**

Mas... Não é suficiente!!!

- É preciso mostrar planejamento.
- Não existe venda de curto prazo.
- Deve-se sensibilizar o patrocinador quanto à importância de realizar o projeto.
- O produtor cultural deve se apresentar como um provedor de soluções.

Dificuldades da área

- Falta de compromisso com as marcas patrocinadoras.
- Profissionalismo.
- Espírito de parceria.
- Não enxergar o potencial do produto cultural para incrementar a marca patrocinadora.

Ferramentas (*plus*)

- Realizações de eventos para o público direto da empresa.
- Construção da marca patrocinadora baseada em ações socioculturais voltadas para a comunidade.

Prospectando e planejando

- **Perfil da empresa em sintonia com o projeto!**
- **Fique atento às ações de comunicação da marca.**
- **Colete informações no setor de patrocínios.**

Primeiro passo: o contato

- Contato pessoal.



Primeiro passo: o contato

- Com quem falar.



Primeiro passo: o contato

- Prestação de serviços.
- Vídeo Prestação de serviço:
<http://vimeo.com/44629287>

Primeiro passo: o contato

- Ao vivo.

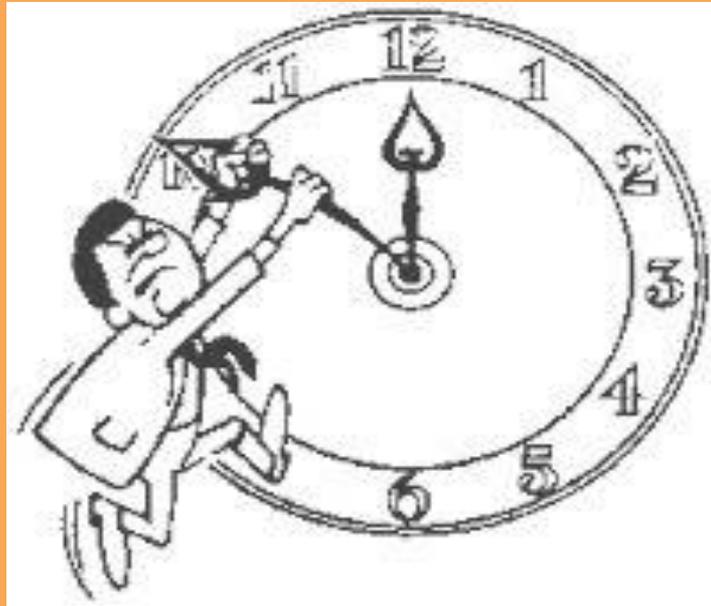


Primeiro passo: o contato

- **Informações relevantes:**
 - Nome do responsável
 - Cargo
 - Telefone; e-mail
 - Nome da secretária
 - Data de nascimento (ações posteriores)

Primeiro passo: o contato

- Adiamiento.
- Prepare-se!



Primeiro passo: o contato

- Tempo de reunião.



Metas

- **É fundamental estabelecer metas, cumpri-las, mais ainda.**
- **Onde se quer chegar?**
- **O que se pretende a curto, médio e longo prazo?**
- **Quais resultados se busca alcançar?**
- **Que tipo de relação pretende-se estabelecer com a empresa?**

Reunião

- **NUNCA (!) chegue atrasado.**
- **É IMPERDOÁVEL!**
- **Primeiro momento: apresentação da empresa.**
- **Segundo momento: “vender o peixe”.**

Reunião

- **Segurança: sua empresa é a melhor opção do mercado.**
- **Ensaie antes.**
- **Quem irá ao encontro?**
- **Saiba o papel de cada membro da equipe.**
- **Não critique seus concorrentes.**

Seu papel

- Você é um **PRODUTOR CULTURAL!**
- Seu compromisso com a promoção da **CULTURA** aliada com **BENEFÍCIOS SOCIAIS.**

Profissionalismo

- **Características de qualidade.**
- **Idoneidade.**
- **Capacidade técnica e artística.**

Valor cultural

- **Como seu projeto atenderá às necessidades da empresa patrocinadora?**
- **Que tipo de benefícios o projeto possui que agregará valor a empresa?**
- **De que forma os clientes associarão o sucesso do projeto à imagem da empresa?**

Na ponta da língua

- Por que aquele patrocinador deve apoiar nosso projeto?
- Quanto iremos solicitar?



Atendimento personalizado

- Apresente propostas únicas para diferentes patrocinadores!!
- Personalize.



Proposta

- **Relatório geral: informações gerais sobre o projeto**
 - público;
 - pontos positivos e negativos;
 - cumprimento de cronograma e atividades; dimensionamento do projeto perante a sociedade;
 - retorno oferecido ao cliente.

Proposta

- **Relatório financeiro:**
 - Valor investido *versus* benefícios adquiridos.
- **Relatório de mídia:**
 - Que tipo de mídias espontâneas e canais de comunicação estão previstos.

Não esquecer!

- **Promessas: NUNCA prometa o que não poderá cumprir!**
- **Argumentação: Saber os pontos positivos e negativos do projeto e do investimento.**
- **Argumentações de marketing.**

Referências

- **Projeto Cultural: venda. In: BRANT, Leonardo. Mercado cultural: investimento social, formatação e venda de projetos, gestão e patrocínio, política cultural. São Paulo, Escrituras Editora, 2001.**
- **Captação de Patrocínio – regras que não se pode esquecer. Disponível em: <http://www.marketingcultural.com.br/116/roteiro-captacao.htm> <Acesso em 14/11/2013>.**