

1. ATIVOS > CONTRAPARTIDAS | O objetivo é criar uma base de dados (tabela) útil para futuras propostas de patrocínio.

<p><u>ATIVOS DE COMUNICAÇÃO</u></p> <p>1. <u>Canais, meios, suportes de comunicação</u> (da organização cultural e parceiros) Internet, digital, papel, mupis, telas, catálogos, revistas, media partners</p> <p>2. <u>Espaços físicos</u></p> <p><u>Exemplo (comunicação):</u> - Website do projecto cultural</p>	<p><u>CONTRAPARTIDAS DE COMUNICAÇÃO</u></p> <p>1. Nos <u>Canais, meios, suportes</u> (media)</p> <p>2. Em <u>Espaços</u> (marketing relacional / ativação de marca)</p> <p>- Inserção de imagem (Logotipo, marca, publicidade, etc.) do patrocinador no site, com ou sem links.; Newsletters: Inserção de imagem, ou mensagem, do patrocinador com link; Inserção de vídeos, jogos, passatempos, ...</p>
<p><u>ATIVOS ENDOMARKETING</u></p> <p>1. <u>Recursos Humanos que possibilitem realizar atividades artísticas, culturais, lazer, formativas, team building ...</u></p> <p>2. <u>Pessoas e Processos que facilitem a Criatividade e Inovação empresarial</u></p> <p>Exemplo 2 : Existência de recursos humanos (artistas, formadores,...) que possibilitem contribuir para o <i>Endomarketing</i> da empresa: Contribuir para a motivação dos colaboradores da empresa...e/ou para a Criatividade e Inovação empresarial</p>	<p><u>CONTRAPARTIDAS ENDOMARKETING</u></p> <p>1. <u>Atividades artísticas, culturais, lazer, formativas, team building na empresa ou nouro local</u></p> <p>2. <u>Processos para a Criatividade e Inovação empresarial (novos produtos/serviços;</u></p> <p>- Oficinas de artes plásticas, teatro, dança...no espaço da empresa - Oferta de bilhetes para funcionários e familiares - Inclusão de trabalhadores da empresa na produção do espectáculo/evento - Proporcionar workshops e metodologias de criatividade (pensamento lateral, brainstorming,...)</p>
<p><u>ATIVOS COMERCIAIS</u></p> <p>- Produtos / Serviços que podem alavancar comercialmente (parceria - diferenciação) os produtos serviços do patrocinador</p>	<p><u>CONTRAPARTIDAS COMERCIAIS</u></p> <p><u>Vantagens comerciais (diferenciação da concorrência) para o negócio/produto/serviço</u></p> <p>-Designadamente em parcerias/relações entre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cultura/artes >>> Turismo (ex: escapadinhas fim semana) • Design / Artes Visuais / ilustração >>>> Software, Edição Livros
<p>ATIVOS são: Elementos, Características, Espaços, Ferramentas de Comunicação, relacionados com o projeto, com Potencial de Comunicação (meios e suportes) e/ou Marketing Relacional, Marketing Experiencial (público, audiência). Os ativos de um projeto são todos os factos resultantes da realização de atividades passíveis de interessar ao patrocinador, designadamente os que revelam Potencial de Comunicação (suportes e meios) e Potencial de Relação (pessoas), e que ajudam na Ativação da Marca (activar a marca é promover o contacto físico dos vários públicos-alvo com as marcas/produtos).</p>	<p>CONTRAPARTIDAS são: propostas de comunicação e de relação a apresentar ao potencial patrocinador, adequadas aos seus interesses de marketing/comunicação e públicos-alvo. Tendo em conta também a adequação entre a “imagem” do projecto (conteúdos, género artístico, temas, narrativas,etc.) e a marca/empresa ou produtos do patrocinador. Nota: Deve dar-se a liberdade do patrocinador apresentar também as suas propostas e negociá-las de acordo com os limites e interesses do projecto cultural.</p>