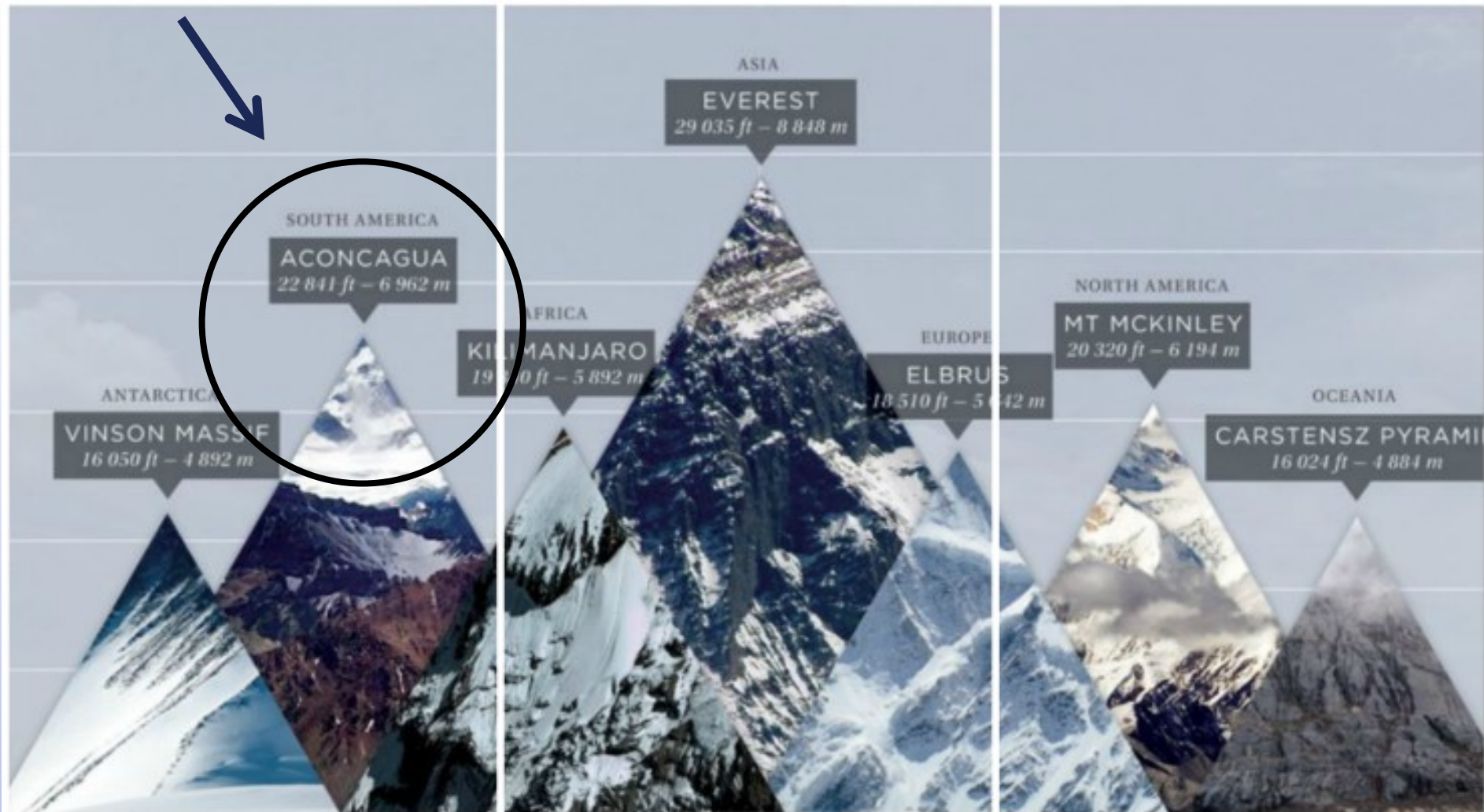


Projekt Korony Ziemi. Oferta partnersko - sponsoringowa



Projekt Korony Ziemi

Aconcagua 6.962 m n.p.m



Korona Ziemi



Kim jesteŃmy?





Na Kilimanjaro pod patronatem polki.pl



W zamian za wsparcie i patronat medialny oferta powinna przedstawiać założenia ze strony wykonawców projektu oraz korzyści dla potencjalnego partnera

- Wizerunek, jako ambasadorów akcji
- Promowanie loga firm, mediów, portali, patronów akcji np. na ubraniach wyprawowych, produktach, sprzętach
- Wniesienie flagi, banneru, plakatu na szczyt
- Logo sponsora na materiałach prasowych, prezentacjach z wyprawy
- Transmisje live na bieżąco z wyprawy
- Promowanie akcji w SM (Facebook, Instagram)
- Użycie hasztagu, oznaczenia specjalnego dla sponsora
- Wywiady do gazet, blogów, TV i programów
- Współprace z fundacją skierowaną na konkretne potrzeby
- Podczas konferencji prasowych: informowanie o wsparciu projektu, udział w konferencjach sponsora, udzielanie wywiadów, ekspozycja lub promocja materiałów sponsora podczas wykładu
- Video lub zdjęcia z produktami sponsora na wyłączność
- Udział w spotkaniach biznesowych jako ambasador danej marki
- Wykłady, prelekcje, warsztaty podróżnicze dla firm oraz na rzecz sponsora
- Sesje zdjęciowe, filmy video dla reklam na potrzeby marketingu, a także komunikacji po zakończonej wyprawie

DZIAŁANIA PROJEKTOWE

1. Obmyślenie planu działania w poszukiwaniu potencjonalnego partnera. Wykonanie spisu listy firm, a także miejsc do których warto udać się przedstawiając swój projekt.
2. Wykonanie business modelu własnego projektu
 - Organizacja samej wyprawy
 - Cel, kontekst = komunikacja
 - Oferta partnerska = autoprezentacja
 - Kosztorys = budżet
 - sponsoring biznesowy = wsparcie finansowe, wsparcie odzieżowo - produktowe, wsparcie sprzętowe
 - patronaci medialni
3. Wykonanie prezentacji multimedialnej, przygotowanie do przedstawienia własnej osoby (autoprezentacja), a także tego co chcemy przekazać i zaprezentować (idea, cel wyprawy, komunikacja społeczna)
4. Kontakt mailowy, telefoniczny z przedstawieniem głównych założeń projektu, próba umówienia na spotkanie
5. Kontakt bezpośredni, spotkanie, umówienie kolejnego\ kolejnych spotkań
6. Przedstawienie zakresu świadczeń promocyjnych ze strony organizatorów wyprawy
7. Realizacja (przygotowanie umowy po wcześniejszym ustaleniu założeń), wdrożenie działań marketingowo - promocyjnych całej akcji



Czym kieruje się potencjalny sponsor przy wyborze oferty?

4 czynniki, którymi kieruje się potencjalny partner przy wyborze projektu:

- 1.** Idea, wartości, a także wspólne cechy projektu dla danej firmy usługi lub produktu.
- 2.** Partnerstwo. Współpraca. Korzyści
- 3.** Komunikacja społeczna zewnętrzna (wpływ projektu na środowisko turystów/wspinaczy/podróżników). Potencjalny partner rozważa jak projekt będzie wpływał; na środowisko związane z tematyką górską, a także jego własną. Wystarczy być dobrze rozpoznawany/a w wąskiej niszy.
- 4.** Jakość potencjalnych tekstów, filmów i zdjęć. Przekazanie ciekawych materiałów

PROJEKT NATIONAL GEOGRAFIC „EKOLOGICZNIE NA WYSOKOŚCI” -AKCJA ACONQAQUA



- w jaki sposób można zdobyć szczyt będąc EKO

Plan projektu przewiduje zdobycie szczytu w jak najkorzystniejszy sposób dla środowiska i ekologii. W obecnych czasach tematyka związana z ochroną naszej planety jest bardzo istotna, a zachowanie się w odpowiedzialny i stosowny sposób ma otwierać ludzki umysł na szacunek dla otaczającej go natury.

Założeniem projektu jest pokazanie życia ludności lokalnej, dbałości o środowisko, tereny zielone i Parki Narodowe, a także ekologicznego życia na wysokości, oraz możliwości radzenia sobie w górach bez narażania przyrody.

Aconcagua



Kontakt z menedżerem

Barbara Urzędowicz

tel. 501 414 407

Mail: urzedowiczb@gmail.com

