



[BÚSQUEDA DE FINANCIACIÓN]



¿QUÉ HACER SI NO QUIERO SEGUIR ESTE MANUAL?

DOSSIER BÚSQUEDA DE FINANCIACIÓN

- 1. CONSEJOS PARA LA BÚSQUEDA DE PATROCINIO
- 2. HACER LISTADO DE PATROCINADORES POTENCIALES
- 3. CONSEGUIR QUE TE ESCUCHEN
- 4. PREPARAR UNA BUENA PROPUESTA
- 5. APARTADOS EN UNA PROPUESTA
 - 5.1. Presentación y objetivos
 - 5.2. Repercusión mediática esperada
 - 5.3. Beneficios que obtendrá la empresa colaboradora
 - 5.4. Presupuesto general
- 6. OTRAS ACCIONES

¿QUÉ HACER SI NO QUIERO SEGUIR EL MANUAL?

Seguir este manual, a pesar de que tiene fotos bonitas, implica un trabajo y dedicación, plantéalo como un reto. Puedes seguirlo al pie de la letra, quedarte con lo que te interese o también puedes elegir no coger nada y lanzarte a buscar financiación con tus propias ideas.

Si no eres de manuales y te parece demasiado pesado, hay otras formas de financiación que sabemos que funcionan, otros equipos las han puesto en práctica y algunos ganaron sobresueldo.

- Venta de bolígrafos y demás artículos personalizados a amigos, familiares, en el trabajo, en la universidad, en el bar (cuidado, en algún sitio te podrán sancionar por venta ambulante). Si, por ejemplo, compras 1000 bolígrafos personalizados a un precio de 0,20€ la unidad y los vendes a 1,50€, obtendrás un beneficio de 1300 €. Podéis comprarlos aquí <http://www.boligrafospersonalizados.com> y en otros 100 sitios web.
- Venta de participaciones del Panda con el que vas a participar y a la vuelta sortearlo. Puedes hacer papeletas por valor de 20€, si vendes a 100 personas ingresarás 2000 € y es un número redondo que coincide con los dos últimos dígitos del sorteo de la lotería de navidad. Tened en cuenta que están las vacaciones navideñas, seguro que 100 personas quieren probar suerte e intentar que su próximo coche sea tu bestia Panda.



- Alquilar un local para hacer una fiesta, concierto, actuaciones, etc. Cobra la entrada a un precio módico; en este evento lúdico puedes exhibir tu coche en la entrada o dentro del local. Aprovecha la ocasión para vender muchas consumiciones, pero también bolis, camisetas de tu equipo... Puedes Promocionar tu fiesta en el Facebook oficial de Panda Raid.

1. CONSEJOS PARA LA BÚSQUEDA DE PATROCINIO

No es difícil que los patrocinadores se animen a invertir en un proyecto tan apasionante como Panda Raid si reciben información clara y atractiva.

Hay tres pasos básicos para conseguir patrocinio:

1. **Hacer un listado de los patrocinadores potenciales**
2. **Conseguir que te escuchen**
3. **Preparar una buena propuesta**

A continuación te ofrecemos una serie de consejos a tener en cuenta:



2. HACER UN LISTADO DE PATROCINADORES POTENCIALES

1. Definición del proyecto

Debes tener claro, preferiblemente por escrito, por qué participas, qué tipo de equipo quieres construir, cuáles son vuestras aspiraciones y con qué medios contáis para alcanzarlas. Podrás utilizar esta reflexión posteriormente en tu propuesta.

2. Reflexión sobre el tipo de patrocinador que buscamos

Las grandes empresas estarán menos dispuestas a ayudarte. Es más efectivo centrarse en empresas pequeñas y medianas. Es una buena idea empezar buscando entre los contactos profesionales o personales, así como en negocios locales, sobre todo en el caso de que tu equipo sea el único participante de una determinada localidad, ya que en ese caso tendrás un argumento muy interesante para los patrocinadores.

3. Elaboración de la lista

No olvides ordenarla por prioridad, empresas más susceptibles de ayudarte o que puedan tener una relación más clara con el proyecto.

4. Definición de valores a promocionar

Dependiendo de la actividad de los patrocinadores que hayan salido en nuestra lista, debemos distinguir qué podemos ofrecerles. Para ello, hay que buscar los valores asociados a esa empresa.



3. CONSEGUIR QUE TE ESCUCHEN

Enviar una propuesta sin asegurarte de que llegará a la persona adecuada es una pérdida de tiempo. Es necesario encontrar la persona y forma de contacto idónea. Dirígete a las empresas en persona o por teléfono y asegúrate de que la persona a la que cuentas tu proyecto tiene capacidad de decisión. Una vez que hayas conseguido su contacto, intenta concertar una reunión personal, porque eso siempre da valor a tu proyecto y es mucho más cercano que enviar un documento.

Una buena opción para la presentación de la propuesta es el formato Power Point o también bien en formato PDF.



4. PREPARAR UNA BUENA PROPUESTA

De nada sirve el trabajo previo si no realizas una propuesta atractiva para vender tu proyecto.

Tu propuesta debe ser:

- **Personalizada:** no envíes la misma propuesta a muchos potenciales patrocinadores. Les gustará ver su nombre y logotipo en la portada, por ejemplo.
- **Muy visual:** para ilustrar tu presentación, puedes utilizar imágenes de ediciones pasadas de Panda Raid, simulaciones gráficas de cómo quedaría el logotipo del patrocinador en tu coche o en tu ropa, etc.
- **Clara y sintética:** las empresas no tienen tiempo y necesitan algo que automáticamente les mueva a la acción, no largas y tediosas argumentaciones.
- **Persuasiva:** trabaja un discurso que no deje lugar a dudas sobre lo que se ofrece y explica bien tus cualidades, los valores que se quieren transmitir y la parte más “romántica” de soñar con Panda Raid.





5. APARTADOS EN UNA PROPUESTA

Estos son algunos de los apartados que debería tener tu propuesta:

5.1. Presentación y objetivos

Puedes utilizar el texto de definición de proyecto que realizaste. Da prioridad a tus motivaciones, a la razón por la que te atrae esta aventura.

5.2. Repercusión mediática esperada

Este punto es especialmente importante, a los patrocinadores les interesará mucho y los medios suelen ser receptivos a la hora de dar visibilidad a este tipo de eventos. Si tienes alguna confirmación, por ejemplo de un medio local, te resultará mucho más fácil buscar patrocinio. Los colaboradores verán su inversión recompensada con la difusión mediática.

No olvides detallar las acciones que harás en redes sociales (por ejemplo: un blog, un grupo en Facebook, mails a tus contactos, Twitter...) Es la estrategia más económica y eficaz.

5.3 Beneficios que obtendrá la empresa colaboradora

- Gracias a las repercusiones mediáticas y en redes sociales, la empresa logrará una imagen asociada con la aventura de Panda Raid. Esta repercusión será más fuerte si se ha utilizado bien el recurso de potenciar una región específica. Es fácil que radios locales, diarios hagan una reseña de vuestra participación en Panda Raid.
- Cambio o refuerzo de la empresa internamente. Arma de motivación para los empleados (Reto, superación...)
- Construcción de una buena relación con sus clientes o proveedores (uso de esta acción para ilustrar a su vez propuestas comerciales, etc).
- Realización personal. Tendrás suerte si das con un patrocinador que sea apasionado del mundo del motor y la aventura, ya que estarán más inclinados a ayudarte como una forma de vivir de cerca este reto.
- Desgravaciones fiscales. Una empresa que patrocine vuestro proyecto, mínimo, se beneficiará de un gasto deducible en sus balances en concepto de publicidad.



5.4. Presupuesto general

En él, deben aparecer detalladas de forma transparente todas las partidas de costos: inscripción, preparación del coche, gasolina, gastos de viaje, etc. Después, hay que detallar qué parte de esa suma pueden aportar los participantes y cuál se solicitará a los patrocinadores potenciales.

A veces, es mejor idea la de buscar varios patrocinadores pequeños que uno grande. En ese caso, además del presupuesto general, podemos incluir una propuesta específica para patrocinar un concepto



6. OTRAS ACCIONES

Deja volar tu imaginación, hay muchas más cosas que puedes hacer para maximizar el interés de tu proyecto:

- **Asóciate con otro equipo.** Crea una asociación sin ánimo de lucro. La propuesta tendrá un carácter de seriedad; lo que hará, a buen seguro, la propuesta de patrocinio más interesante.
- **Organiza eventos asociados antes y después de Panda Raid.** Por ejemplo: una exposición del coche, una exposición de fotografía, un concierto, una caravana de imagen por tu ciudad... ¡No todos los días se van dos personas en un Panda a recorrer los desiertos de Marruecos!
- **Mantén a tus patrocinadores informados durante el rally.** Después del mismo, regálales un álbum de fotos / video o un dossier de apariciones en medios.





PANDA RAID ORGANIZACIÓN - AUTOMODE EVENTS

C/ LAGUNA DEL MARQUESADO, 11 B03 - 28021 - MADRID

TELÉFONO: +34 91 433 90 85 /

E-MAIL: INFO@PANDARAID.COM

WWW.PANDARAID.COM

Automode 

2007 -2018 PANDA RAID© - TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS