

Capacitate.



Las 4 claves a la hora de negociar la financiación de nuestro evento

Los factores más importantes que hay que tener en cuenta a la hora de negociar con un patrocinador son los siguientes:

- 1.** En un primer momento, tendremos que realizar una búsqueda de las empresas que utilizan la herramienta de patrocinio como elemento de comunicación, por lo que tenemos que ver y realizarnos la siguiente pregunta: ¿cuál de las marcas relacionadas con nuestro evento realiza estas acciones en su plan estratégico?
- 2.** Otro aspecto fundamental será conocer cuánto nos cuesta realizar el evento. A partir de aquí, decidiremos los paquetes que ofreceremos a las empresas para que participen en el patrocinio. ¿Cuánto queremos que participe una empresa en su patrocinio, un 25%, 50%, 75% o 100%?
- 3.** Otro factor será determinar cuántos y el tipo de patrocinadores que necesitaremos para alcanzar nuestra meta.
- 4.** Por último, para conseguir atraer la atención de las empresas patrocinadoras, tendremos que elaborar una memoria del evento. Hablaremos de cómo elaborar este documento de propuesta para patrocinadores en las próximas semanas.

Beneficios para el patrocinador de un evento

Es importante conocer los beneficios que un patrocinador busca a la hora de financiar un evento para así, saber qué ofrecerles. Aquí exponemos los principales:

- Interés de notoriedad. Según el tipo de evento, los patrocinadores pueden sentirse atraídos por la presencia de los medios de comunicación. Cuando un patrocinador financia un evento busca la proyección de su marca. Así pues, si

conseguimos que nuestro evento tenga difusión mediática, posiblemente consigamos captar el interés del patrocinador.

- Interés de investigación. Los patrocinadores buscan fomentar la investigación y el desarrollo en el ámbito del evento que se celebra, habitualmente de naturaleza científica.
- Interés económico. Los patrocinadores tienen que percibir unas ventajas y beneficios que se repercutirán en sus ventas a partir de la participación en el evento.
- Interés comercial. En este caso, los patrocinadores esperan obtener una proyección como líderes ante sus clientes, invitados al evento o asistentes en general. En estos eventos las empresas ven una oportunidad clara de fomentar relaciones con sus proveedores o tener un punto de encuentro con sus clientes.

Además, también pueden obtener una visión mucho más estratégica y observar directamente a su competencia.

Capacitarte.

Como vemos, la elección de patrocinadores y la posterior negociación es muy delicada. Se tiene que realizar teniendo en cuenta los intereses, beneficios y ventajas que van a poder obtener las empresas en nuestro evento.

Hay que seguir unos pasos y mantener una programación previa para que nuestro acontecimiento se pueda financiar por empresas externas. Esta planificación siempre le otorgará al evento un valor añadido y un respaldo por parte de las marcas, una imagen de líder en el sector y una importancia que percibirán los asistentes y profesionales que a asistan al evento.

Fuente: <https://medium.com/>