

Sponsorluk Dosyası Rehberi

Bu dosya, örnek teşkil etmesi adına
Anasponsor ekibi tarafından
rehber niteliğinde hazırlanmıştır.

ANA SPONSOR

Sponsorluk ve İletişim Danışmanlığı

Dosyayı Niye Hazırlıyoruz?

Projemize ait sponsorluk dosyasını **projemizi anlatmak için değil**, sponsor olacak kurumların projemize dahil olarak **neler kazanacaklarını** ve projenin **onlara olan faydasını** anlamaları için hazırlıyoruz.

Amacımız, dosyanın okunmasını sağlamak olmalıdır.

Dosyamızda ne kadar **az yazı** bulundurursak, dosyamız o kadar **çok okunur**.

Dosyamız ne kadar çok okunursa, sponsorluk ihtimali artar.

Peki dosyanın okunmasını **teknik olarak** nasıl sağlayabiliriz?

ANA SPONSOR

Sponsorluk ve İletişim Danışmanlığı

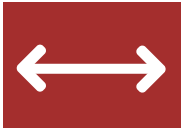
Dosyanın Teknik Özellikleri



Daha esnek tasarımlar yapabilmek adına **Word** veya **Powerpoint** ile değil **Adobe Illustrator, CoreIDRAW** gibi tasarım araçları ile tasarlanmalıdır.



Dosyalar **.pptx** veya **.docx** olarak değil **PDF** olarak kaydedilmelidir.



Dikey veya **4:3'lük** oranlarda değil **yatay A4** şekilde çalışılmalıdır.



Okunaklı **yazı tipleri** tercih edilmelidir ve imla hatası barındırmamalıdır.

ANA SPONSOR

Sponsorluk ve İletişim Danışmanlığı

Dosyanın Teknik Özellikleri



Dosyada **4 satır alt alta** gelen metinler yer almamalıdır.



Dosya; **ikonlar, grafikler, fotoğraflar ve görsellerle** süslenmelidir.



Dosyanın **sayfa sayısı 20'yi** geçmemelidir.



Dosyanın **boyutu 5 mb'yi** geçmemelidir.

ANA SPONSOR

Sponsorluk ve İletişim Danışmanlığı

Dosyanın İçerikleri

Her sponsorluk dosyasında olması gereken 5 başlık bulunur.
Konularına göre önem sırası yıldızlar ile gösterilmiştir.



Başlıklar, yukarıdaki sıralama ile dosyada bulunmalıdır.
Projeden daha çok **sponsorluk haklarına** odaklanılmalıdır.
Sponsorluk dosyasına, **sponsorluk bedelleri** kesinlikle eklenmelidir.

ANA SPONSOR

Sponsorluk ve İletişim Danışmanlığı

1- Proje Bilgisi



Projenin içeriğini anlatabilmek üzere dosyanın ön sayfalarında bulunur.

Özellikle **5N1K** sorularına cevap vermelidir.
(kim tarafından, ne zaman, nerede, neden, nasıl ve ...)

Proje bilgisi kısmı **en fazla 4-5 sayfa** uzunluğunda olmalıdır.

Bu kısım kurumların, sponsor olma kararı aldıktan sonra detaylı olarak inceleyecekleri kısımdır. Bilgilendirme kısmının kısa tutulması, talep halinde detayların paylaşılması verimli olmaktadır.

(Farklı sektörlerden farklı projeler olduğundan genelleme yapılamamaktadır.
Projeniz özelinde bizlerden yardım isteyebilirsiniz.)

ANA SPONSOR

Sponsorluk ve İletişim Danışmanlığı

2- Hedef Kitle



Projenin potansiyel hedef kitlesi ile, kurumun ürününün veya hizmetinin hedef kitlesinin karşılaştırmasının yapılabilmesi için en önemli kısımdır.

Kitle **tanımı** (kim oldukları, neleri yapmayı sevdikleri vb.),

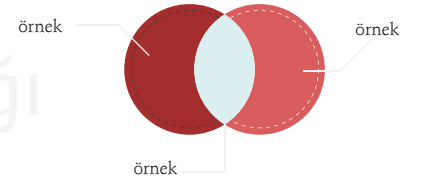
Kitlenin beklenen **demografik verileri**,

Beklenen **kadın-erkek** oranları,

Beklenen **yaş** oranları,

Kitlenin **sosyo ekonomik** statüleri

grafikler halinde sunulmalıdır.



ANA SPONSOR

Sponsorluk ve İletişim Danışmanlığı

3- Medya Gücü



Projemizin medya yansımalarının nasıl planlandığını belirtmek ve daha geniş kitlelere ulaşabildiğimizi gösterebilmek adına dosyamızda olması gereken diğer önemli içerik kısmıdır.

Sosyal medya hesapları ve paylaşım örnekleri

Varsa projeye ait özel **internet sitesi**

Varsa **basın toplantısı, basın bülteni** gibi içeriklerin planı

Varsa **fenomenler** ile yapılacak çalışmaların planı

Varsa yer alınacak olan **gazeteler, dergiler** veya **TV** programları

Varsa geçmiş senelerden **basın yansımaları**

detaylıca paylaşılmaktadır.

ANA SPONSOR

Sponsorluk ve İletişim Danışmanlığı

4- Sponsorluk Hakları



Dosyanın en önemli elementidir. Sponsorluk karşılığında, kurumların hangi **problemlerini nasıl çözebileceğinizi** detaylıca açıklayacağınız, görsellerle paylaşacağınız ve **sponsorluk bedelini** net olarak isteyeceğiniz kısım olmalıdır.

Sadece **“logonuzu şu alanlara koyarım”** gibi katma değeri olmayan ifadeler yerine; daha yaratıcı, kurumun ürünü veya hizmeti özelinde, onların iletişim diline uygun halde, onların yöntemlerini projede nasıl uygulayabilecekleri ve dolaylı yoldan neler kazanabilecekleri belirtilmelidir.

Sponsorluk haklarını özelleştirmek ve fiyatlandırmak uzmanlık gerektiren bir konudur. Her projede farklı yaklaşımlar sergilenebilir. Detaylar için bizlerle iletişimde kalınız.

ANA SPONSOR

Sponsorluk ve İletişim Danışmanlığı

5- İletişim Bilgileri



Potansiyel sponsorların projeniz hakkında kiminle iletişime geçeceğini belirtmek üzere şirket bilgileri ile birlikte yetkili kişinin **adı, telefon numarası, mail adresi ve ünvanı** eklenmelidir.

Bu bölüm, pek çok dosyada eksik olarak karşımıza çıkmaktadır.
Dosyanın son sayfasında yer almalıdır.

ANA SPONSOR

Sponsorluk ve İletişim Danışmanlığı

Dosyada Olmaması Gerekenler

Kapakta Kurum Logosu
Yönetici Özeti – Önsöz Sayfası
Hakkınızda Kısmını Uzun Tutmak
Başkan veya Üst Düzey Yönetici Profilleri
“Neden Sponsor Olmalısınız” Sayfası
Logonuzla Görünürlük Sağlarım
Ayrı Sayfalarda Sponsorluk Kategorileri
Sponsorluk Bedelinin Olmaması
“Sosyal Sorumluluk Yanı Var” Demek
Gazete Kupürlerini Ekleme

Detaylı yazıyı incelemek için <https://bit.ly/2ErMz5B> adresine tıklayabilirsiniz.

ANA SPONSOR

Sponsorluk ve İletişim Danışmanlığı

Sponsorluk Dosyanızı Birlikte Hazırlayalım!

+90 553 723 77 59
bilgi@anasponsor.com

Profesyonel Dosya
Hazırlama Hizmetimiz
www.sponsorlukdosyasi.com

Şişli Ortaklar Caddesi Burak Apt.
No:12/1 D:2 Şişli / İstanbul

Levent Talatpaşa Cad. Şair Çelebi Sok.
N:6, K:2, D:3 Levent / İstanbul

ANA SPONSOR

Sponsorluk ve İletişim Danışmanlığı