



brainfinity
COLLABORATIVE PROBLEM SOLVING CHALLENGE

Marketing plan



Co-funded by
the European Union

Projekat: 2022-1-PT01-KA220-SCH-000086691

SADRŽAJ

Uvod	1
I Razumevanje značaja sponzorstava	4
II Identifikacija potencialnih sponzora	7
III Izrada ubedljivog predloga za sponzorstvo	10
IV Izrada ugovora o sponzorstvu	13
V Negovanje odnosa sa sponzorima	15
VI Osnovni plan marketinga	18
VII Dodatni resursi i šabloni	22
VIII Zaključak	24
Partneri	26

UVOD

TBRAINFINITY Detektivi - Izazov saradničkog rešavanja problema ima za cilj da kod učenika razvije ključne veštine 21. veka, kao što su kreativnost, kritičko razmišljanje i digitalna pismenost, kroz zanimljiv, takmičarski pristup. Ovaj marketinški plan je strateški vodič za promociju neposrednih ciljeva projekta, kao i za izgradnju osnove za njegov dugoročni uticaj.

Zašto to radimo

BRAINFINITY odgovara na sve veću potrebu za obrazovnim programima koji ne samo da razvijaju akademske veštine, već i pripremaju učenike za sve složeniji digitalni svet. Naša misija je da uključimo mlade učenike u interaktivne zadatke rešavanja problema koji će im pomoći da se pripreme za buduće akademske i profesionalne izazove. Kroz nacionalna i međunarodna takmičenja, pružamo dinamičnu platformu za razvoj timskog rada, primene kritičkog razmišljanja i izgradnje otpornosti.

Ciljna grupa

Marketinška strategija je osmišljena tako da dopre do raznovrsne grupe zainteresovanih strana:

- **Primarna ciljna grupa:** Učenici, nastavnici i obrazovne institucije. Ove grupe su u središtu BRAINFINITY projekta, jer direktno učestvuju u takmičenju i koriste njegove resurse.
- **Sekundarna ciljna grupa:** sponzori, roditelji i organizacije iz zajednice. Sponzori su ključni za finansijsku podršku, dok roditelji i lokalne grupe podstiču uključivanje i angažovanje zajednice.

Jasnim definisanjem ovih ciljnih grupa, naš plan ima za cilj da maksimizira domet, privuče učesnike i obezbedi partnerstva koja su u skladu sa našim vrednostima inovacija i obrazovnog razvoja.

Ciljevi

Projekat BRAINFINITY ima i kratkoročne i dugoročne ciljeve:

- **Kratkoročni cilj:** Uspešno promovisati predstojeće BRAINFINITY takmičenje i ostvariti široko učešće u partnerskim zemljama. Ovo podrazumeva ciljane marketinške aktivnosti koje će podići svest, podstaći entuzijazam i pojednostaviti proces prijave za učesnike.
- **Dugoročni cilj:** Uspostaviti BRAINFINITY kao metodologiju koju mogu preuzeti i druge organizacije. Pružanjem sveobuhvatnog okvira za organizovanje sličnih takmičenja, cilj nam je da proširimo uticaj BRAINFINITY-ja i promovišemo širu primenu našeg obrazovnog pristupa i izvan okvira ovog projekta.

Prateći resursi

Kao deo naše posvećenosti efikasnom informisanju i promociji, obezbedićemo prilagodljive šablone za promotivne materijale. Oni će obuhvatati grafike za društvene mreže, flajere i šablone za mejlove, dostupne putem platforme Canva, uz podršku dizajnerskog tima JumpIn Hub-a. Ovi resursi će omogućiti partnerima i podržavaocima da na jednostavan i efektivan način promovišu Nacionalno takmičenje u okviru svojih mreža.

Sam marketinški plan izrađen je kao zaseban dokument, profesionalno dizajniran tako da ne samo da usmerava naše promotivne aktivnosti, već i da služi kao trajan i deljiv resurs za buduće faze projekta.



I Razumevanje važnosti sponzorstava

Sponzorstva su temelj projekta BRAINFINITY Detektivi i imaju ključnu ulogu u održavanju i širenju njegovog dosega i uticaja. Saradnjom sa sponzorima, BRAINFINITY ne samo da obezbeđuje neophodna finansijska sredstva, već i gradi mrežu podrške koja jača kredibilitet projekta i podstiče njegov dugoročni razvoj. Uključenost sponzora omogućava da kontinuirano obezbeđujemo takmičenja visokog kvaliteta i obrazovne resurse, čime dodatno ostvarujemo našu misiju – da mladim učenicima pružimo ključne veštine rešavanja problema i digitalne pismenosti.

Zašto su sponzorstva važna

Sponzorstvo obezbeđuje finansijsku osnovu za uspešan razvoj projekta BRAINFINITY. Sredstva od sponzora pomažu u pokrivanju ključnih troškova, kao što su:

Razvoj i održavanje platforme: Obezbeđivanje da naši onlajn resursi i alati za takmičenje budu jednostavni za korišćenje, bezbedni i dostupni svim učesnicima.

- **Organizacija i realizacija događaja:** Podrška logistici za nacionalna i međunarodna takmičenja, uključujući pripremu prostora, materijale i angažovanje osoblja.
- **Marketing i promocija:** Širenje uticaja na veći broj učenika, nastavnika i zajednica kroz ciljana promotivna nastojanja.
- **Nagrade za učesnike:** Obezbeđivanje atraktivnih nagrada i priznanja za poredničke timove, što motiviše učešće i povećava privlačnost takmičenja.

Prednosti za sponzore

Sponzori projekta BRAINFINITY uživaju brojne pogodnosti, uključujući:

- **Povećana vidljivost brenda:** Sponzorisanje projekta BRAINFINITY omogućava prepoznatljivost među mladom, dinamičnom publikom koju čine učenici, nastavnici i porodice, kao i obrazovne i lokalne zajednice s kojima su u kontaktu.
- **Pozitivan imidž u javnosti:** Povezanost sa projektom BRAINFINITY osnažuje imidž sponzora kao organizacije koja podržava obrazovni napredak i opšte dobro društva.
- **Mogućnosti angažovanja u zajednici:** Sponzori mogu uspostaviti bližu vezu sa svojom zajednicom kroz podršku projektu koji razvija ključne životne veštine i priprema buduće lidere.

- **Pristup talentovanim mladima:** Kroz povezivanje sa projektom koji je usmeren na razvoj veština, sponzori mogu ostvariti ranu vezu sa talentovanim i motivisanim mladim osobama, potencijalno oblikujući buduću radnu snagu.

Usklađivanje sponzorstava sa misijom BRAINFINITY-ja

BRAINFINITY teži da uspostavi partnerstva sa organizacijama koje dele našu strast prema obrazovanju i inovacijama. Naši idealni sponzori su oni koji prepoznaju značaj negovanja veština 21. veka i koji su posvećeni budućnosti obrazovanja. U znak zahvalnosti za njihovu podršku, nudimo pažljivo osmišljene sponzorske pakete koji odgovaraju njihovim ciljevima vidljivosti i angažovanja, čime gradimo obostrano korisne odnose koji prevazilaze samu finansijsku podršku.

Zahvaljujući ovakvim partnerstvima, BRAINFINITY je u mogućnosti da se održivo razvija, dopire do sve većeg broja učenika svake godine i inspiriše ih da sa samopouzdanjem i kreativnošću rešavaju stvarne izazove. Kroz sponzorisanje BRAINFINITY-ja, organizacije direktno doprinose razvoju prilagodljive, osposobljene generacije, spremne da uspešno odgovori na izazove sveta koji se stalno menja.

II Identifikovanje potencijalnih sponzora

Da bismo obezbedili značajna sponzorstva, ključno je identifikovati organizacije čije su vrednosti usklađene sa misijom projekta BRAINFINITY i čije bi učešće donelo obostranu korist. Ovaj deo prikazuje strateški pristup za prepoznavanje najperspektivnijih potencijalnih sponzora.

Istraživanje i ciljanje

Efikasno sponzorstvo počinje temeljitim istraživanjem i pažljivim ciljanjem. Fokusiramo se na organizacije koje ne samo da dele našu posvećenost obrazovanju i inovacijama, već su i zainteresovane da podrže razvoj ključnih veština 21. veka. Ključni faktori koje uzimamo u obzir uključuju:

- **Usklađenost vrednosti:** Potrebno je tražiti sponzore koji daju prioritet obrazovanju, inovacijama i razvoju veština. Idealni partneri su oni sa dokazanim iskustvom u podršci inicijativama koje podstiču kreativnost, kritičko razmišljanje i digitalnu pismenost.
- **Povezanost sa ciljnom publikom:** Ciljati organizacije čiji proizvodi, usluge ili misija imaju veze sa našom osnovnom publikom – učenicima, nastavnicima i roditeljima. Povezivanjem sa organizacijama koje već komuniciraju sa ovim grupama, BRAINFINITY može da uspostavi partnerstva koja deluju prirodno i donose obostranu korist.

- **Geografska relevantnost:** Prednost treba dati sponzorima sa lokalnim ili regionalnim prisustvom, posebno kada je reč o nacionalnim takmičenjima. Ovakav lokalizovani pristup ne samo da jača veze sa zajednicom, već i povećava lojalnost potrošača prema brendu sponzora unutar njihovog neposrednog tržišta.
- **Povezanost sa industrijom:** Prednost treba dati potencijalnim sponzorima iz industrija koje imaju koristi od obrazovane i inovativne radne snage, kao što su tehnologija, inženjering, finansije i obrazovanje. Ovi sektori su skloniji da prepoznaju vrednost inicijative poput BRAINFINITY-ja, koja ima za cilj da razvije talente spremne za izazove budućnosti.

Potencijalni tip sponzora

Kako bismo postigli što veći uticaj, fokusiramo se na raznovrstan spektar potencijalnih sponzora, od kojih svaki donosi jedinstvene prednosti i resurse:

- **Obrazovne institucije:** Škole, univerziteti i organizacije usmerene na obrazovanje koje cene BRAINFINITY-jev pristup iskustvenom učenju mogu obezbediti finansijsku podršku, kredibilitet i promotivne kanale.
- **Tehnološke kompanije:** Organizacije iz sektora tehnologije koje žele da promovišu STEM obrazovanje predstavljaju idealne partnere. Ove kompanije mogu imati koristi od povezivanja sa projektom BRAINFINITY, jer time pokazuju svoju posvećenost razvoju budućih talenata.

- **Zajedničke organizacije i lokalni biznisi:** Lokalne firme i udruženja često su spremni da podrže obrazovne inicijative koje doprinose razvoju zajednice. Ova partnerstva mogu dodatno ojačati njihov društveno odgovoran imidž i angažovanost na lokalnom nivou.
- **Korporacije sa CSR programima:** Mnoge veće kompanije imaju programe društvene odgovornosti (CSR) fokusirane na obrazovanje i osnaživanje mladih. Ove kompanije često traže projekte sa jasnim i pozitivnim uticajem, što BRAINFINITY čini odličnim izborom za ostvarenje njihovih filantropskih ciljeva.
- **Fondacije i filantropske organizacije:** Brojne fondacije dodeljuju donacije i sredstva za projekte koji su usklađeni sa njihovom misijom. Saradnja sa ovim organizacijama može doneti kontinuirano finansiranje, kao i mogućnosti umrežavanja sa drugim obrazovnim inicijativama.

Strateškim ciljanjem sponzora koji dele naše vrednosti i jasnim prikazivanjem načina na koji BRAINFINITY može doprineti ostvarenju njihovih ciljeva, težimo uspostavljanju dugoročnih partnerstava koja doprinose održivosti i rastu projekta. Ovakav pristup ne samo da jača finansijsku osnovu BRAINFINITY-ja, već i širi njegov domet i uticaj u obrazovnoj zajednici.

III Izrada ubedljivog predloga za sponzorstvo

Dobro osmišljen predlog za sponzorstvo ključan je za privlačenje i obezbeđivanje potencijalnih sponzora. On treba da bude strukturiran tako da angažuje sponzore jasnim i ubedljivim narativom koji ističe vrednost njihove podrške i usklađenost sa njihovim ciljevima. Ubedljiv predlog pokazuje kako sponzorstvo ne donosi korist samo projektu BRAINFINITY, već i stvara značajan uticaj za samog sponzora. Ključni elementi koje treba uključiti su:

1. Jasan pregled projekta BRAINFINITY i njegovog uticaja

Započnite sa sažetim i zanimljivim opisom misije, ciljeva i ciljne grupe projekta BRAINFINITY. Naglasite na koji način projekat odgovara na ključne obrazovne potrebe kroz razvoj veština kao što su kritičko razmišljanje, saradnja i digitalna pismenost. Kako biste dočarali uticaj projekta:

- Koristite upečatljive vizuale, kao što su infografici ili fotografije sa prethodnih događaja, kako biste prikazali domet i uspeh projekta.
- Uključite izjave bivših učesnika, nastavnika i članova zajednice kako biste oživeli koristi projekta i emotivno se povezali sa potencijalnim sponzorima.

2. Konkretni nivoi sponzorstava i pogodnosti

Precizno definišite više nivoa sponzorstava kako biste ponudili fleksibilne opcije angažovanja koje odgovaraju različitim budžetima i stepenu uključenosti. Svaki nivo treba da sadrži konkretne pogodnosti, kao što su:

- **Mogućnosti za vidljivost:** Postavljanje logotipa na promotivne materijale, veb-sajt projekta, banere na događajima i objave na društvenim mrežama.
- **Učešće na događajima:** Prilika za sponzore da prisustvuju ili učestvuju na događajima, čime ostvaruju direktnu interakciju sa učesnicima i zajednicom.
- **Javno priznanje:** Zahvalnice tokom ključnih događaja, u saopštenjima za medije i kroz sve komunikacione kanale BRAINFINITY-ja.

Prilagodite ove pakete različitim nivoima sponzorstava kako biste osigurali da svaki sponzor dobije vrednost srazmernu svojoj donaciji. Ovakav pristup pokazuje fleksibilnost i spremnost da se odgovori na potrebe sponzora.

3. Merljivi rezultati i pokazatelji uspeha za sponzore

Definišite jasne, kvantitativne pokazatelje koje sponzori mogu očekivati kao rezultat partnerstva. To može uključivati:

- **Vidljivost brenda:** Očekivani broj prikaza kroz saobraćaj na veb-sajtu, domet na društvenim mrežama i broj učesnika na događajima.
- **Angažovanje publike:** Mogućnosti za sponzore da ostvaruju direktnu interakciju sa učenicima, nastavnicima i roditeljima, uz procene broja učesnika na osnovu prethodnih događaja.
- **Društveni uticaj:** Isticanje pozitivnog društvenog uticaja podrške obrazovanju i razvoju mladih, potkrepljeno primerima i studijama slučaja iz prethodnih inicijativa.

Pružanje konkretnih podataka sa prethodnih BRAINFINITY događaja pomaže u prikazu potencijalnog povraćaja investicije (ROI), dodatno potvrđujući vrednost njihove podrške kroz merljive rezultate.

4. Poziv na akciju i kontakt informacije

Završite jasnim i snažnim pozivom na akciju koji poziva potencijalne sponzore da se priključe misiji projekta BRAINFINITY. Izrazite entuzijazam povodom mogućnosti partnerstva i navedite naredne korake kako bi dalja komunikacija bila jednostavna. Uključite kontakt podatke koordinatora za sponzorstva, poput imejla i broja telefona, i ponudite mogućnost zakazivanja sastanka ili razgovora za detaljniju diskusiju.

IV Izrada ugovora o sponzorstvu

Primer ugovora o sponzorstvu

Dobro strukturisan ugovor o sponzorstvu je od suštinskog značaja za jasno definisanje očekivanja i obezbeđivanje obostrane koristi za BRAINFINITY i njegove sponzore. Svaki ugovor treba da bude prilagođen jedinstvenim potrebama i prioritetima sponzora, uz očuvanje integriteta i održivosti projekta BRAINFINITY.

Ključni elementi ugovora o sponzorstvu

Kako bi se stvorila čvrsta osnova za saradnju, ugovori treba da sadrže:

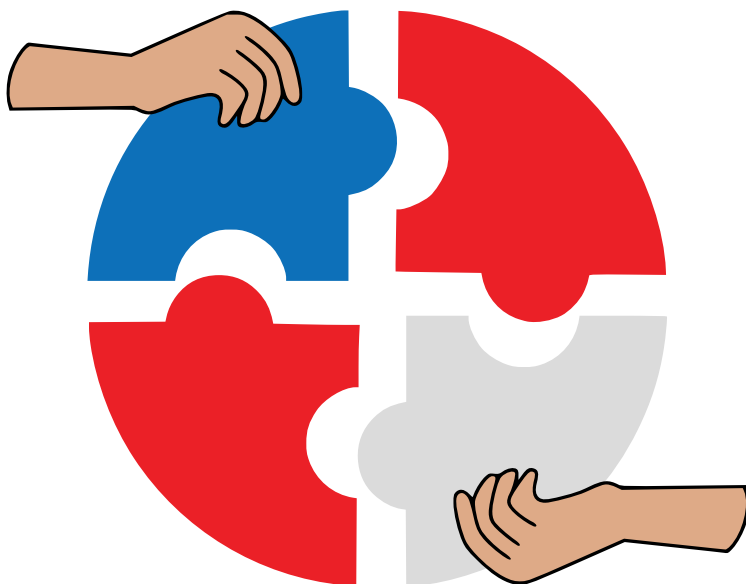
- **Definisani nivoi sponzorstava i obaveze:** Jasno navesti dogovoreni nivo sponzorstva, uključujući konkretne pogodnosti kao što su vidljivost, mogućnosti učešća i javno priznanje. Precizno opisati šta svaki sponzor dobija u zamenu za svoju podršku.
- **Obaveze u vezi sa realizacijom:** Navesti odgovornosti i obaveze i BRAINFINITY-ja i sponzora, uključujući vremenske rokove, promotivne aktivnosti i očekivanja u vezi sa angažovanjem tokom događaja.

- **Uslovi i odredbe:** Obuhvatiti pravne aspekte kao što su uslovi plaćanja, trajanje sponzorstva i uslovi za obnavljanje ili raskid ugovora. Ove odredbe pomažu obe strane da razumeju svoje obaveze i sprečavaju moguće nesporazume.
- **Klauzule o poverljivosti i ekskluzivnosti:** U zavisnosti od prirode partnerstva, uključiti klauzule o poverljivosti ili industrijskoj ekskluzivnosti radi jačanja poverenja i obezbeđenja zadovoljstva sponzora.

Primer šablona ugovora o sponzorstvu možete preuzeti ovde:

- [Ugovor o sponzorstvu – ŠABLON.](#)

Uzimajući u obzir ove elemente i prilagođavajući svaki ugovor specifičnim potrebama sponzora, BRAINFINITY može uspostaviti sigurna i obostrano korisna partnerstva koja doprinose dugoročnom uspehu i održivosti projekta.



V. Negovanje odnosa sa sponzorima

Izgradnja i održavanje snažnih odnosa sa sponzorima je ključna za kontinuirani uspeh i rast projekta BRAINFINITY. Sponzori nisu samo finansijski partneri; oni su dragoceni saveznici koji dele posvećenost unapređenju obrazovanja i inovacija. Negovanjem ovih odnosa, BRAINFINITY može obezbediti dugoročnu podršku i otvoriti mogućnosti za buduće saradnje.

Redovna komunikacija i izveštavanje

Transparentna komunikacija pomaže sponzorima da se osećaju cenjeno i informisano o uticaju njihove podrške. Kako biste podstakli poverenje i odgovornost:

- **Obezbedite redovne izveštaje:** Delite izveštaje o napretku projekta, rezultatima takmičenja i svim novim dešavanjima. Istaknite konkretne načine na koje njihovo sponzorstvo pravi razliku, poput uspeha učenika ili unapređenja programa.
- **Podelite priče o uspehu i merljive rezultate:** Koristite podatke i izjave učesnika kako biste ilustrovali pozitivan uticaj sponzorstava na učenike i zajednice. Redovno informisanje dodatno učvršćuje sponzorovo ulaganje u značajne ishode.

Priznanje i zahvalnost

Iskazivanje zahvalnosti sponzorima pomaže u izgradnji osećaja partnerstva i dobre volje. Razmotrite sledeće:

- **Javno priznanje:** Istaknite sponzore na veb-sajtu BRAINFINITY-ja, društvenim mrežama, u biltenima i tokom događaja. Ova vidljivost unapređuje njihov imidž u javnosti i pokazuje zahvalnost za njihovu podršku.
- **Ekskluzivne prilike za interakciju:** Obezbedite sponzorima jedinstvene mogućnosti da se povežu sa učenicima, nastavnicima i zajednicom BRAINFINITY-ja. To može uključivati pozive na posebne događaje, govorne prilike ili mogućnost da direktno prisustvuju takmičenjima.

Mogućnosti za dalju saradnju i angažovanje

Kako biste ojačali odnose i stvorili dugoročna partnerstva, istražite načine da angažujete sponzore i van finansijske podrške:

- **Pozovite sponzore da učestvuju na događajima i radionicama:** Podstaknite sponzore da se uključe u radionice, obuke ili druge aktivnosti u okviru projekta, čime mogu da doprinesu svojim znanjem i steknu osećaj zajedničkog vlasništva nad projektom.

- **Zajedničko kreiranje BRAINFINITY izazova:**
Uključite sponzore u osmišljavanje novih izazova ili obrazovnih sadržaja, čime se njihov brend povezuje sa inovativnim pristupom BRAINFINITY-ja. Ovakva saradnja produbljuje njihovu uključenost i obogaćuje projektne resurse.

Negovanjem ovih veza, BRAINFINITY može sponzore pretvoriti u entuzijastične zagovornike, stvarajući okruženje saradnje koje unapređuje projekat i obezbeđuje kontinuiranu podršku.



VI. Osnovni plan marketinga

Dobro strukturisan marketinški plan je od suštinskog značaja za izgradnju svesti i uzbuđenja oko BRAINFINITY takmičenja, kao i za uključivanje učesnika, edukatora i sponzora. Ovaj plan predstavlja putokaz za efikasno dosezanje ciljne publike i ostvarivanje ciljeva projekta kroz strateške marketinške aktivnosti.

Ključne komponente

1. Identifikacija ciljne publike

- Jasno definišite primarne i sekundarne ciljne grupe kako biste marketinške aktivnosti usmerili tamo gde će imati najveći uticaj. Ključne ciljne grupe uključuju:
 - **Primarne:** Učenici (kao učesnici takmičenja), nastavnici, roditelji i obrazovne institucije.
 - **Sekundarne:** Potencijalni sponzori, zajedničke organizacije i lokalni mediji.
- Sprovođenje istraživanja ciljne publike pomaže u razumevanju potreba, interesovanja i preferiranih kanala komunikacije svake grupe. Prilagođavanje poruka tako da odgovaraju svakoj publici obezbeđuje efikasnije uključivanje i veće učešće.

2. Ključne poruke i komunikacioni kanali

- Razvijte sažete i ubedljive ključne poruke koje ističu jedinstvene aspekte i prednosti učešća u BRAINFINITY takmičenjima. Na primer:
 - Istaknite priliku za učenike da razviju ključne veštine 21. veka, kao što su rešavanje problema, timski rad i digitalna pismenost.
 - Prikažite pozitivan uticaj na obrazovne institucije kroz inovativne nastavne metode i povećanu angažovanost učenika.
- Identifikujte i koristite najefikasnije komunikacione kanale za doseganje svake ciljne grupe. To mogu uključivati:
 - **Društvene mreže:** Iskoristite platforme kao što su Facebook, Instagram i LinkedIn za ciljano oglašavanje, zanimljiv sadržaj i redovno informisanje.
 - **Email marketing:** Koristite biltene i mejling kampanje kako biste škole, nastavnike i roditelje redovno obavestavali o detaljima i rokovima takmičenja.
 - **Školski bilteni i veb-sajtovi:** Saradnja sa obrazovnim ustanovama kako bi se informacije delile kroz njihove komunikacione kanale.
 - **Lokalni mediji i događaji u zajednici:** Obezbedite lokalnu vidljivost kroz partnerstva sa lokalnim novinama, radio stanicama i obrazovnim događajima.

3. Vremenski okvir i budžet

- Izradite detaljan vremenski okvir koji prikazuje svaku marketinšku aktivnost, obezbeđujući dovoljno vremena za planiranje, realizaciju i naknadne aktivnosti. Uzmite u obzir ključne prekretnice, kao što su:
 - Pokretanje objave o takmičenju.
 - Periodi za prijavu i krajnji rokovi.
 - Ključni promotivni događaji i odbrojavanja do početka takmičenja.
- Opišite realan budžet za sve marketinške aktivnosti, uključujući oglašavanje, promotivne materijale i sve povezane troškove. Na taj način se obezbeđuju potrebni resursi za kontinuirano sprovođenje marketinške kampanje.

4. Evaluacija i merenje uspeha

- Definišite konkretne pokazatelje za merenje efikasnosti marketinških aktivnosti. Oni mogu uključivati:
 - **Saobraćaj na veb-sajtu:** Pratite posete BRAINFINITY veb-sajtu i analizirajte povećanja saobraćaja nakon određenih marketinških aktivnosti.
 - **Angažovanje na društvenim mrežama:** Merite broj lajkova, deljenja, komentara i rast broja pratilaca na društvenim mrežama.
 - **Broj prijavljenih učesnika:** Pratite broj prijava za takmičenje, postavljajući ciljeve kako biste ocenili uspešnost promotivnih aktivnosti.
 - **Medijsko prisustvo:** Pratite pominjanja u lokalnim medijima i procenite domet i uticaj ostvarene medijske pokrivenosti.

- Redovno analizirajte ove pokazatelje kako biste pratili napredak i identifikovali oblasti koje je potrebno unaprediti. Ova kontinuirana evaluacija pomaže da marketinške strategije ostanu efikasne i usklađene sa ciljevima projekta.

Prateći ovaj strukturisani marketinški plan, BRAINFINITY može maksimalno povećati svoju vidljivost, privući entuzijastične učesnike i izgraditi čvrstu osnovu za dugoročnu saradnju sa obrazovnim i zajedničkim partnerima.



VII. Dodatni resursi i šabloni

Kako bismo dodatno pomogli u izradi i realizaciji uspešnih predloga za sponzorstva i marketinških planova, sastavili smo listu korisnih resursa i šablona koji su dostupni online. Ovi resursi uključuju primere uspešnih predloga za sponzorstva, marketinških planova, kao i smernice za korišćenje društvenih mreža i digitalnih alata za efikasno informisanje i promociju.

1. Šabloni predloga za sponzorstvo

- **Šablon predloga za sponzorstvo na Canvi:** Vizuelno privlačan i prilagodljiv šablon pogodan za različite prilike za sponzorstvo.
- **Venngage šablon predloga za sponzorstvo:** Još jedna prilagodljiva opcija sa fokusom na dizajn i jasno predstavljanje pogodnosti za sponzore.

2. Šabloni marketinškog plana

- **HubSpot generator marketinškog plana:** Sveobuhvatan šablon marketinškog plana koji vas vodi kroz svaki korak u kreiranju strateškog plana.
- **Smartsheet šablon marketinškog plana:** Detaljan šablon koji sadrži odeljke za ciljeve, budžet, ciljnu publiku i komunikacione kanale.

- **Miro šabloni marketinškog plana:** Interaktivni, digitalni šabloni koji omogućavaju zajedničko uređivanje u realnom vremenu.

3. Smernice za korišćenje društvenih mreža i digitalnih alata

- **Hootsuite vodič za marketing na društvenim mrežama:** Vodič korak po korak za kreiranje i sprovođenje strategije marketinga na društvenim mrežama.
- **Buffer šablon za marketing na društvenim mrežama:** Šablon koji se može preuzeti i koji pomaže u planiranju i zakazivanju objava na društvenim mrežama.
- **Sprout Social resursi za društvene mreže:** Materijali za izgradnju strategije nastupa na društvenim mrežama, uključujući šablone, vodiče i kontrolne liste.

Ovi resursi i šabloni mogu značajno unaprediti vašu sposobnost da kreirate ubedljive predloge za sponzorstvo i sprovedete efikasne marketinške planove. Iskoristite ih kako biste osigurali da su vaše promotivne aktivnosti organizovane, profesionalne i efektne.

VIII Zaključak

Marketinški plan za BRAINFINITY predstavlja sveobuhvatan okvir za promociju projekta, uključivanje svih relevantnih aktera i obezbeđivanje vrednih partnerstava. Korišćenjem ciljanih promotivnih aktivnosti, ubedljive strategije za sponzore i jasno definisanih marketinških taktika, ovaj plan je osmišljen da maksimalno poveća uticaj i održivost BRAINFINITY takmičenja.

Resursi i šabloni koji su uključeni u plan pružaju praktične alate za podršku ovim naporima, obezbeđujući da svi partneri i članovi tima budu opremljeni za efikasno učešće. Kako se projekat bude razvijao, ovaj plan će služiti kao "živi dokument", prilagodljiv promenama i novim prilikama koje se budu pojavljivale.

Pozivamo sve učesnike – učenike, nastavnike, sponzore i članove zajednice – da nam se pridruže u ovoj misiji. Zajedno možemo stvoriti trajna obrazovna iskustva koja će mladim ljudima obezbediti veštine potrebne za uspeh u svetu koji se neprestano menja.

Za dodatne informacije ili pitanja, molimo vas da pogledate kontakt podatke navedene u odeljku o sponzorstvu i slobodno se obratite našem timu.

Opciono: Poziv na akciju

U zavisnosti od ciljne publike, možete uključiti kratak poziv na akciju na kraju dokumenta, kao što je:

- **Za članove tima i partnere:** Naglasite važnost njihove posvećenosti i pozovite ih da aktivno učestvuju u sprovođenju ovog plana.
- **Za potencijalne sponzore:** Direktno ih ohrabrite da nas kontaktiraju i razgovaraju o mogućnostima partnerstva.
- **Za obrazovne ustanove i učesnike:** Podstaknite škole i učenike da se priključe takmičenju i postanu deo BRAINFINITY avanture.



Partneri



Institut za
moderno obrazovanje
Institute for
Contemporary Education



AGRUPAMENTO
de **ESCOLAS n.º1**
de **GONDOMAR**
código 151993



Finansirano od strane Evropske unije. Stavovi i mišljenja izneti u ovom dokumentu isključivo su stavovi autora i ne odražavaju nužno stavove Evropske unije niti Izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Evropska unija niti EACEA ne snose odgovornost za sadržaj.

Autorstvo i deljenje pod istim uslovima



Co-funded by
the European Union

((CC BY-SA): Slobodni ste da:

Delite – kopirate i redistribuirate materijal u bilo kom formatu ili mediju

Prerađujete – remiksujete, transformišete i nadograđujete materijal u bilo koje svrhe, čak i komercijalno

Davalac licence ne može opozvati ova prava sve dok se pridržavate sledećih uslova:

Navođenje autorstva (Attribution): Morate navesti odgovarajuće autorstvo, obezbediti link ka licenci i naznačiti da su izvršene izmene, ako ih ima. To možete učiniti na razuman način, ali ne na način koji implicira da vas davalac licence podržava ili odobrava vašu upotrebu.

Deljenje pod istim uslovima (ShareAlike): Ako remiksujete, transformišete ili nadograđujete materijal, morate svoju verziju distribuirati pod istim uslovima kao original.

Bez dodatnih ograničenja: Ne smete primenjivati pravne odredbe ili tehnička ograničenja koja bi drugima onemogućila korišćenje materijala na način koji je dozvoljen ovom licencom.