



brainfinity
COLLABORATIVE PROBLEM SOLVING CHALLENGE

Marketinški načrt



Co-funded by
the European Union

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

KAZALO

Uvod	1
I. Razumevanje pomena sponzorstev	4
II. Prepoznavanje potencialnih sponzorjev	7
III. Priprava prepričljivega sponzorskega predloga	10
IV. Razvijanje sponzorskih pogodb	13
V. Negovanje odnosov s sponzorji	15
VI. Oris marketinškega načrta	18
VII. Dodatni viri in predloge	22
VIII. Zaključek	24
Partnerji	26



Uvod

Cilj izziva BRAINFINITY Detektivi – Sodelovalno reševanje problemov je med učenci na privlačen in tekmovalen način spodbujati ključne veščine 21. stoletja, kot so ustvarjalnost, kritično mišljenje in digitalna pismenost. Ta tržni načrt služi kot strateški vodnik za promocijo neposrednih ciljev projekta, hkrati pa postavlja temelje za njegov dolgoročni vpliv.

Zakaj to počnemo

BRAINFINITY obravnava naraščajočo potrebo po izobraževalnih programih, ki ne razvijajo samo akademskih sposobnosti, ampak učence tudi pripravljajo na vse bolj zapleten digitalni svet. Naše poslanstvo je vključiti mlade učence v interaktivne naloge reševanja problemov, ki povečujejo njihovo pripravljenost za prihodnje akademsko in poklicno udejstvovanje. Z nacionalnimi in mednarodnimi tekmovanji zagotavljamo dinamično platformo, kjer lahko učenci vadijo timsko delo, uporabljajo kritično razmišljanje in razvijajo odpornost.

Ciljna publika

Tržna strategija je zasnovana tako, da doseže raznolik nabor zainteresiranih strani:

Primarno občinstvo: učenci, učitelji in izobraževalne ustanove. Te skupine so v središču projekta BRAINFINITY, saj neposredno sodelujejo in imajo koristi od tekmovanja in njegovih virov.

Sekundarno občinstvo: Sponzorji, starši in lokalne organizacije. Sponzorji so bistvenega pomena za finančno podporo, medtem ko starši in lokalne skupine krepijo vključenost in angažiranost skupnosti.

Z jasno opredelitvijo teh ciljnih skupin želi naš načrt čim bolj povečati doseg, pritegniti udeležence in zagotoviti partnerstva, ki so v skladu z našimi vrednotami inovacij in izobraževalne rasti.

Cilji

Projekt BRAINFINITY ima kratkoročne in dolgoročne cilje:

- **Kratkoročni cilj:** Uspešno promovirati prihajajoče tekmovanje BRAINFINITY in doseči široko udeležbo v partnerskih državah. To vključuje ciljno usmerjena tržna prizadevanja, ki ustvarjajo ozaveščenost, spodbujajo navdušenje in poenostavljajo postopek registracije za udeležence.
- **Dolgoročni cilj:** Vzpostaviti BRAINFINITY kot ponovljivo metodologijo, ki jo lahko sprejmejo tudi druge organizacije. Z zagotavljanjem celovitega okvira za organizacijo podobnih tekmovanj želimo razširiti vpliv BRAINFINITY-ja in spodbujati širšo uporabo našega izobraževalnega pristopa tudi zunaj okvira tega projekta.

Podporni viri

Kot del naše zaveze k učinkovitemu dosegu bomo zagotovili prilagodljive predloge za promocijske materiale. Ti bodo vključevali grafiko za družbena omrežja, letake in predloge e-poštnih sporočil, vse dostopne prek Canve s strokovno oblikovalsko podporo JumpIn Hub. Ti viri bodo partnerjem in podpornikom omogočili učinkovito promocijo državnega tekmovanja znotraj njihovih mrež.

Ta marketinški načrt je zasnovan kot končni izdelek, profesionalno oblikovan tako, da ne le usmerja naše promocijske dejavnosti, temveč tudi služi kot trajno, deljivo gradivo za prihodnje izvedbe projekta.



I. Razumevanje pomena sponzorstev

Sponzorstva so temelj projekta BRAINFINITY Detectives in igrajo ključno vlogo pri ohranjanju in širjenju njegovega dosega in vpliva. S sodelovanjem s sponzorji BRAINFINITY ne le zagotavlja potrebna sredstva, ampak tudi gradi mrežo podpore, ki povečuje verodostojnost projekta in spodbuja dolgoročno rast. Vključenost sponzorjev zagotavlja, da lahko nenehno zagotavljamo visokokakovostna tekmovanja in izobraževalne vire, s čimer nadaljujemo našo misijo opremiti mlade učence s ključnimi spretnostmi reševanja problemov in digitalnimi veščinami.

Zakaj je sponzorstvo pomembno

Sponzorstvo zagotavlja finančno podlago za uspešen projekt BRAINFINITY. Sredstva sponzorjev pomagajo pokriti bistvene stroške, kot so:

- **Razvoj in vzdrževanje platforme:** zagotavljanje, da so naši spletni viri in tekmovalna orodja uporabniku prijazni, varni in dostopni vsem udeležencem.

- **Organizacija in izvedba dogodka:** Podpora logistiki za državna in mednarodna tekmovanja, vključno s postavitvijo prizorišča, materiali in osebjem.
- **Trženje in ozaveščanje:** Širimo naš doseg na več študentov, učiteljev in skupnosti s ciljno usmerjenimi promocijskimi prizadevanji.
- **Spodbude za udeležence:** zagotavljanje privlačnih nagrad in priznanj za zmagovalne ekipe, kar motivira sodelovanje in povečuje privlačnost tekmovanja.

Ugodnosti za sponzorje

Sponzorji projekta BRAINFINITY uživajo številne prednosti, med drugim:

- **Izboljšana prepoznavnost blagovne znamke:** Sponzorstvo BRAINFINITY zagotavlja vidnost med mlado, dinamično publiko učencev, učiteljev in družin ter izobraževalnimi in skupnostnimi organizacijami, s katerimi sodelujejo.
- **Pozitivni odnosi z javnostmi:** Povezava z BRAINFINITY poudarja sponzorjevo zavezanost izobraževalnemu napredku in družbeni blaginji, kar prispeva k pozitivni javni podobi.
- **Priložnosti za vključevanje skupnosti:** Sponzorji lahko vzpostavijo tesnejše stike s skupnostjo s podporo projekta, ki razvija ključne življenjske veščine in pripravlja prihodnje voditelje.

- **Dostop do obetavnih talentov:** S povezovanjem s projektom, usmerjenim v razvoj veščin, lahko sponzorji že zgodaj vzpostavijo stike z nadarjenimi in motiviranimi mladimi posamezniki ter tako vplivajo na oblikovanje prihodnje delovne sile.

Uskladitev sponzorstva s poslanstvom BRAINFINITY

BRAINFINITY si prizadeva ustvariti partnerstva z organizacijami, ki delijo našo strast do izobraževanja in inovacij. Naši idealni sponzorji so tisti, ki priznavajo pomen negovanja veščin 21. stoletja in vlagajo v prihodnost izobraževanja. V zameno za njihovo podporo smo zavezani k zagotavljanju prilagojenih sponzorskih paketov, ki izpolnjujejo njihove cilje prepoznavnosti in angažiranosti ter spodbujajo vzajemno koristen odnos, ki presega zgolj finančne prispevke.

S temi partnerstvi je BRAINFINITY v dobrem položaju za trajnostno rast, saj vsako leto doseže več učencev in jih navdihuje, da se samozavestno in ustvarjalno spopadajo z izzivi v resničnem svetu. S sponzoriranjem BRAINFINITY organizacije neposredno prispevajo k razvoju prilagodljive, usposobljene generacije, opremljene za uspeh v nenehno razvijajočem se svetu.

II. Prepoznavanje potencialnih sponzorjev

Za zagotovitev pomembnih sponzorstev je bistveno identificirati organizacije, katerih vrednote so v skladu s poslanstvom projekta BRAINFINITY in katerih sodelovanje bi koristilo obema stranema. Ta razdelek opisuje strateški pristop za natančno določanje najbolj obetavnih možnosti za sponzorje.

Raziskovanje in ciljanje

Učinkovito sponzorstvo se začne s temeljito raziskavo in skrbnim ciljanjem. Osredotočeni smo na organizacije, ki ne le delijo našo zavezanost izobraževanju in inovacijam, temveč imajo tudi interes podpirati razvoj bistvenih veščin 21. stoletja. Ključni vidiki vključujejo:

- **Uskladitev vrednot:** Poiščite sponzorje, ki dajejo prednost izobraževanju, inovacijam in razvoju spretnosti. Idealni partnerji bi morali imeti dokazano podporo pobudam, ki spodbujajo ustvarjalnost, kritično mišljenje in digitalno pismenost.
- **Odmev občinstva:** Ciljajte na organizacije, katerih izdelki, storitve ali poslanstvo se povezujejo z našim glavnim občinstvom – učenci, učitelji in starši. S povezovanjem z organizacijami, ki že vključujejo te skupine, lahko BRAINFINITY ustvari partnerstva, ki se zdijo naravna in se medsebojno nagrajujejo.

- **Geografska ustreznost:** dajte prednost sponzorjem z lokalno ali regionalno prisotnostjo, zlasti za državna tekmovanja. Ta lokalizirani pristop ne le krepi vezi v skupnosti, ampak tudi povečuje zvestobo blagovni znamki sponzorja na njihovih neposrednih trgih.
- **Povezave z industrijo:** dajte prednost potencialnim sponzorjem iz panog, ki imajo koristi od dobro izobražene, inovativne delovne sile, kot so tehnologija, inženiring, finance in izobraževanje. Ti sektorji bodo bolj verjetno prepoznali vrednost pobude, kot je BRAINFINITY, katere cilj je negovati talente, pripravljene na prihodnost.

Vrste potencialnih sponzorjev

Da bi povečali učinek, se osredotočamo na raznolik nabor potencialnih sponzorjev, od katerih ima vsak edinstvene prednosti in vire:

- **Izobraževalne ustanove:** Šole, univerze in organizacije, osredotočene na izobraževanje, ki cenijo pristop BRAINFINITY k izkustvenemu učenju, lahko zagotovijo finančno podporo, verodostojnost in promocijske kanale.
- **Tehnična podjetja:** organizacije v tehnološkem sektorju, ki jih zanima spodbujanje izobraževanja STEM, so idealni partnerji. Ta podjetja imajo lahko koristi od sodelovanja z BRAINFINITY, tako da pokažejo svojo zavezanost negovanju bodočih talentov.

- **Lokalne organizacije:** Lokalna podjetja in skupine so pogosto pripravljeni podpreti izobraževalne pobude, ki prispevajo k razvoju skupnosti. Ta partnerstva lahko okrepijo njihovo družbeno odgovornost in lokalno angažiranost.
- **Korporacije s programi družbene odgovornosti podjetij:** Številne večje korporacije imajo pobude družbene odgovornosti podjetij (CSR), osredotočene na izobraževanje in opolnomočenje mladih. Ta podjetja pogosto iščejo učinkovite projekte za podporo, zaradi česar je BRAINFINITY zelo primeren za njihove človekoljubne cilje.
- **Fundacije in človekoljubne organizacije:** številne fundacije zagotavljajo nepovratna sredstva in sredstva za projekte, ki so v skladu z njihovim poslanstvom. Sodelovanje s temi organizacijami lahko zagotovi trajno financiranje in potencialne priložnosti za mreženje z drugimi izobraževalnimi pobudami.

S strateškim usmerjanjem na sponzorje, ki delijo naše vrednote, in dokazovanjem, kako lahko BRAINFINITY napreduje pri njihovih ciljih, želimo vzpostaviti trajna partnerstva, ki prispevajo k trajnosti in rasti projekta. Ta pristop ne le krepi finančno osnovo BRAINFINITY, ampak tudi povečuje njegov doseg in vpliv v izobraževalni skupnosti.

III. Priprava prepričljivega sponzorskega predloga

Dobro oblikovan predlog sponzorstva je bistvenega pomena za privabljanje in zagotavljanje potencialnih sponzorjev. Strukturiran mora biti tako, da sponzorje pritegne z jasno, prepričljivo pripovedjo, ki poudarja vrednost njihove podpore in je v skladu z njihovimi cilji. Prepričljiv predlog bo pokazal, kako sponzorstvo ne samo koristi BRAINFINITY, ampak ustvarja tudi pomemben vpliv na sponzorja. Ključni elementi, ki jih je treba vključiti, so:

1. Jasen pregled projekta BRAINFINITY in njegovega vpliva

Začnite s kratkim in privlačnim opisom poslanstva, ciljev in ciljne skupine BRAINFINITY. Poudarite, kako projekt rešuje ključne izobraževalne potrebe z razvijanjem bistvenih veščin, kot so kritično mišljenje, sodelovanje in digitalna pismenost. Da bi prikazali vpliv projekta:

- Uporabite privlačne vizualne elemente, kot so infografike ali slike s preteklih dogodkov, da ponazorite doseg in uspeh projekta.
- Vključite pričevanja preteklih udeležencev, učiteljev in članov skupnosti, da prikažete koristi projekta in vzpostavite čustveno povezavo z morebitnimi sponzorji.

2. Specifične ravni sponzorstva in ugodnosti

Določite več stopenj sponzorstva, da ponudite prilagodljive možnosti sodelovanja, ki ustrezajo različnim proračunom in stopnjam vključenosti. Vsaka raven naj vključuje določene ugodnosti, kot so:

- **Možnosti vidnosti:** Namestitev logotipa na promocijskih materialih, spletnem mestu projekta, dogodkovnih transparentih in objavah na družbenih omrežjih.
- **Sodelovanje na dogodkih:** Priložnosti za sponzorje, da se udeležijo ali sodelujejo na dogodkih, kar omogoča neposredno interakcijo z udeleženci in skupnostjo.
- **Prepoznavnost:** Omenjanje sponzorjev med ključnimi dogodki, v sporočilih za javnost in prek komunikacijskih kanalov BRAINFINITY.

Te ravni prilagodite tako, da zajemajo širok spekter sponzorskih možnosti in zagotovite, da vsak sponzor prejme vrednost, sorazmerno s svojim prispevkom. Takšen prilagojen pristop izkazuje prilagodljivost in odzivnost na potrebe sponzorjev.

3. Merljivi rezultati in kazalniki za sponzorje

Določite jasne, merljive meritve, ki jih sponzorji lahko pričakujejo kot rezultat svojega partnerstva. Ti lahko vključujejo:

- **Prepoznavnost blagovne znamke:** Predvideno število ogledov prek obiska spletne strani, dosega na družbenih omrežjih in udeležbe na dogodkih.
- **Vključenost občinstva:** Priložnosti za sponzorje, da komunicirajo z učenci, učitelji in starši, pri čemer so ocenjene številke temelji na preteklih dogodkih.
- **Družbeni vpliv:** Poudarjanje pozitivnega družbenega učinka podpore izobraževanju in razvoju mladih, podprto s primeri ali študijami primerov iz preteklih pobud.

Predložitev konkretnih podatkov s preteklih dogodkov BRAINFINITY pomaga prikazati potencialno donosnost naložbe (ROI) ter okrepi vrednost njihove podpore s konkretnimi rezultati.

4. Poziv k dejanju in kontaktne podatki

Zaključite z močnim in jasnim pozivom k dejanju, ki potencialne sponzorje vabi k sodelovanju v poslanstvu BRAINFINITY. Izrazite navdušenje nad možnostjo partnerstva in opišite naslednje korake za enostavno nadaljnjo komunikacijo. Navedite kontaktne podatke koordinatorja za sponzorstva, vključno z e-poštnim naslovom in telefonsko številko, ter ponudite možnost sestanka ali klica za nadaljnjo razpravo.

IV. Razvijanje sponzorskih pogodb

Vzorec sponzorske pogodbe

Dobro strukturirana sponzorska pogodba je ključna za vzpostavitev jasnih pričakovanj in zagotavljanje, da imata tako BRAINFINITY kot njegovi sponzorji koristi od partnerstva. Vsaka pogodba mora biti prilagojena edinstvenim potrebam in prioritetam sponzorja, hkrati pa ohranjati integriteto in trajnost projekta BRAINFINITY.

Ključni elementi sponzorske pogodbe

Za vzpostavitev trdnih temeljev za sodelovanje morajo pogodbe vključevati:

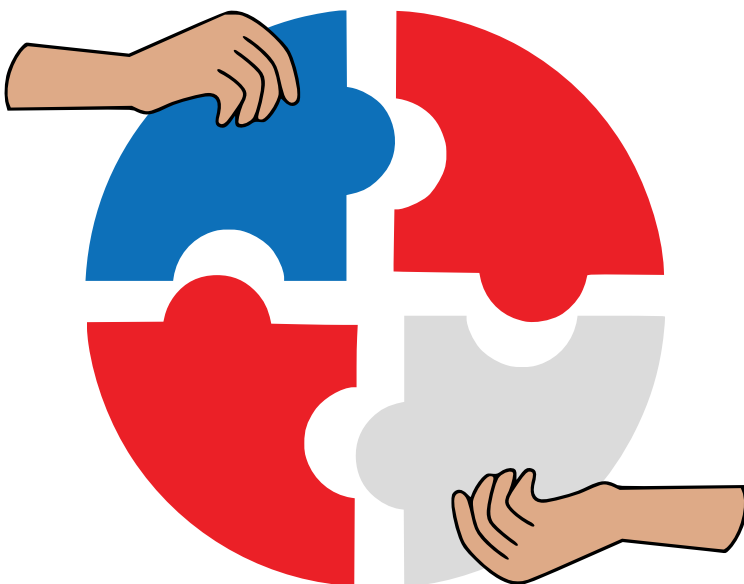
- **Določene ravni sponzorstva in pričakovane ugodnosti:** Opredelite dogovorjeno raven sponzorstva, vključno z določenimi ugodnostmi, kot so vidnost, priložnosti za sodelovanje in prepoznavnost. Jasno navedite, kaj bo vsak sponzor prejel v zameno za svojo podporo.
- **Zavezanost k izpolnitvi obveznosti:** Določite odgovornosti tako BRAINFINITY kot sponzorja, vključno s časovnimi okviri, promocijskimi obveznostmi in pričakovanji glede sodelovanja na dogodkih.

- **Pogoji in določila:** Obravnavajte pravne vidike, kot so pogoji plačila, trajanje sponzorstva ter pogoji za podaljšanje ali prekinitev. Ti pogoji pomagajo obema stranema razumeti svoje obveznosti in preprečujejo morebitne spore.
- **Klavzule o zaupnosti in ekskluzivnosti:** Glede na naravo partnerstva vključite klavzule o zaupnosti ali ekskluzivnosti, da okrepite zaupanje in zagotovite zadovoljstvo sponzorja.

Do vzorčne predloge sponzorskih pogodb lahko dostopate tukaj:

- **Sponzorska pogodba - PREDLOGA.**

Z upoštevanjem teh elementov in prilagajanjem vsake pogodbe specifičnim potrebam sponzorja lahko BRAINFINITY vzpostavi varne, obojestransko koristne odnose, ki prispevajo k dolgoročnemu uspehu in trajnosti projekta.



V. Negovanje odnosov s sponzorji

Vzpostavljanje in vzdrževanje trdnih odnosov s sponzorji je ključnega pomena za nadaljnji uspeh in rast BRAINFINITY-ja. Sponzorji niso le finančni podporniki, temveč dragoceni zavezniki, ki si delijo predanost k napredku izobraževanja in inovacij. Z negovanjem teh odnosov lahko BRAINFINITY zagotovi dolgoročno podporo in odpre vrata za prihodnje sodelovanje.

Redna komunikacija in posodobitve

Transparentna komunikacija pomaga sponzorjem, da se počutijo cenjene in obveščene o vplivu njihovih prispevkov. Za spodbujanje zaupanja in odgovornosti:

- **Zagotavljajte redne posodobitve:** Delite poročila o napredku o projektnih aktivnostih, rezultatih tekmovanja in morebitnih novih dogodkih. Poudarite konkretne načine, kako njihovo sponzorstvo prispeva k spremembam, npr. dosežki učencev ali izboljšave programov.
- **Delite zgodbe o uspehu in vplivne kazalnike:** uporabite podatke in pričevanja za ponazoritev pozitivnih učinkov sponzorstva na učence in skupnosti. Redne posodobitve krepijo občutek vrednosti sponzorjeve naložbe v pomembne rezultate.

Priznanje in zahvala

Izražanje hvaležnosti sponzorjem pomaga graditi občutek partnerstva in dobre volje. Razmislite o naslednjih možnostih:

- **Javno priznanje:** Sponzorje izpostavite na spletni strani BRAINFINITY, družbenih omrežjih, v novičnikih in na dogodkih. Takšna prepoznavnost krepi njihovo javno podobo in izraža hvaležnost za njihovo podporo.
- **Ekskluzivne priložnosti za interakcijo:** Omogočite sponzorjem edinstvene priložnosti za povezovanje z učenci, učitelji in skupnostjo BRAINFINITY. To lahko vključuje povabila na posebne dogodke, govorniške priložnosti ali možnost neposrednega spremljanja tekmovanj.

Priložnosti za nadaljnje sodelovanje in vključevanje

Za krepitev odnosov in vzpostavljanje dolgoročnih partnerstev poiščite načine, kako vključiti sponzorje tudi zunaj finančne podpore:

- **Povabite sponzorje k sodelovanju na dogodkih in delavnicah:** Spodbudite jih k sodelovanju pri delavnicah, usposabljanjih ali drugih projektnih dejavnostih, kjer lahko prispevajo svoje strokovno znanje in razvijejo občutek skupne odgovornosti.

- **Soustvarjanje izzivov BRAINFINITY:** Vključite sponzorje v razvoj novih izzivov ali izobraževalnih vsebin ter njihovo blagovno znamko povežite z inovativnim pristopom BRAINFINITY. Takšno sodelovanje pogloblja njihovo vključenost in obogati projektne vire.

Z negovanjem teh povezav lahko BRAINFINITY sponzorje preoblikuje v predane zagovornike, ustvari sodelovalno okolje, ki obogati projekt, in zagotovi stalno podporo.



VI. Oris marketinškega načrta

Dobro strukturiran marketinški načrt je ključen za povečanje prepoznavnosti in ustvarjanje navdušenja okoli tekmovanj BRAINFINITY, pa tudi za vključevanje udeležencev, izobraževalcev in sponzorjev. Ta načrt predstavlja smernice za učinkovito doseganje ciljne publike in uresničevanje ciljev projekta s strateškimi marketinškimi aktivnostmi.

Ključne sestavine

1. Identifikacija ciljne publike

- Jasno opredeliti primarne in sekundarne ciljne skupine, da se marketinška prizadevanja usmerijo tja, kjer bodo imela največji učinek.
 - **Primarna publika:** učenci (kot udeleženci tekmovanja), učitelji, starši in izobraževalne ustanove.
 - **Sekundarna publika:** potencialni sponzorji, organizacije v skupnosti in lokalni mediji.
- Izvesti raziskavo ciljne publike, da se bolje razumejo njihove potrebe, interesi in prednostni komunikacijski kanali. Prilagajanje sporočil vsaki skupini zagotavlja učinkovitejše vključevanje in sodelovanje.

2. Ključna sporočila in komunikacijski kanali

- Razviti jedrnata in prepričljiva ključna sporočila, ki poudarjajo edinstvene značilnosti in prednosti sodelovanja v tekmovanjih BRAINFINITY. Na primer:
 - Izpostaviti priložnost za učence, da razvijajo ključne veščine 21. stoletja, kot so reševanje problemov, timsko delo in digitalna pismenost.
 - Poudariti pozitiven vpliv na izobraževalne ustanove s pomočjo inovativnih učnih metod in večje vključenosti učencev.
- Identificirati in uporabiti najučinkovitejše komunikacijske kanale za doseganje vsake ciljne skupine. Ti lahko vključujejo:
 - **Družbena omrežja:** Uporaba platform, kot so Facebook, Instagram in LinkedIn, za ciljno oglaševanje, privlačne vsebine in posodobitve.
 - **E-poštni marketing:** Uporaba novičnikov in e-poštnih kampanj za obveščanje šol, učiteljev in staršev o podrobnostih tekmovanja in rokih.
 - **Šolski novičniki in spletne strani:** Sodelovanje z izobraževalnimi ustanovami za deljenje informacij prek njihovih komunikacijskih kanalov.
 - **Lokalni mediji in lokalni dogodki:** Povečanje lokalne prepoznavnosti s partnerstvi z lokalnimi časopisi, radijskimi postajami in izobraževalnimi dogodki.

3. Časovni okvir in proračun

- Pripraviti podroben časovni načrt, ki določa vsako marketinško aktivnost ter zagotavlja dovolj časa za načrtovanje, izvedbo in spremljanje rezultatov. Upoštevati ključne mejnike, kot so:
 - Objava razpisa za tekmovanje.
 - Obdobja registracije in roki za prijavo.
 - Ključni promocijski dogodki in odštevanje do začetka tekmovanja.
- Dodeliti realističen proračun za vse marketinške aktivnosti, vključno z oglaševanjem, promocijskimi materiali in drugimi povezanimi stroški. Tako bodo zagotovljeni potrebni viri za uspešno izvedbo marketinške kampanje.

4. Vrednotenje in merjenje uspešnosti

- Določiti specifične kazalnike za merjenje učinkovitosti marketinških prizadevanj. Ti lahko vključujejo:
 - **Obiskanost spletne strani:** Spremljanje števila obiskov spletne strani BRAINFINITY in analiziranje porasta prometa po določenih marketinških akcijah.
 - **Vključenost na družbenih omrežjih:** Merjenje všečkov, delitev, komentarjev in rasti števila sledilcev na različnih platformah.
 - **Število prijav:** Spremljanje števila prijavljenih udeležencev ter postavljanje meril za ocenjevanje uspešnosti promocije.
 - **Medijska pokritost:** Spremljanje omemb v lokalnih medijih ter ocena dosega in vpliva objavljenih prispevkov.

- Redno pregledujte te kazalnike, da ocenite napredek in prepoznate področja za izboljšave. To stalno vrednotenje pomaga zagotoviti, da marketinške strategije ostajajo učinkovite in usklajene s cilji projekta.

Z upoštevanjem tega strukturiranega marketinškega načrta lahko BRAINFINITY poveča svojo prepoznavnost, pritegne navdušene udeležence in zgradi trdne temelje za dolgoročno sodelovanje z izobraževalnimi in skupnostnimi partnerji.



VII. Dodatni viri in predloge

Za lažji razvoj in izvedbo uspešnih sponzorskih predlogov ter marketinških načrtov smo pripravili seznam uporabnih virov in predlog, ki so dostopni na spletu. Ti viri vključujejo primere uspešnih sponzorskih predlogov, marketinških načrtov ter smernice za uporabo družbenih omrežij in digitalnih orodij za učinkovito promocijo.

1. Predloge načrta za sponzorje

- **Canva predloga za sponzorstvo:** vizualno privlačna in prilagodljiva predloga, primerna za različne sponzorske priložnosti.
- **Venngage predloga za sponzorstvo:** Druga prilagodljiva možnost, ki poudarja dizajn in jasno predstavitev koristi.

2. Predloge za marketinški načrt

- **HubSpot – Generator marketinškega načrta:** Celovita predloga, ki vas vodi skozi vse korake oblikovanja strateškega načrta.
- **Smartsheet – Predloga marketinškega načrta:** Podrobna predloga, ki vključuje razdelke za cilje, proračun, ciljno občinstvo in komunikacijske kanale.

- **Miro – Predloge marketinškega načrta:** Interaktivne digitalne predloge, ki jih je mogoče urejati sodelovalno v realnem času.

3. Smernice za uporabo družbenih medijev in digitalnih orodij

- **Hootsuite – Vodnik za trženje na družbenih omrežjih:** Korak za korakom vodič za oblikovanje in izvajanje strategije trženja na družbenih omrežjih.
- **Buffer – Predloga za trženje na družbenih omrežjih:** Predloga za prenos, ki vam pomaga pri načrtovanju in objavljanju vsebin na družbenih omrežjih.
- **Sprout Social Social Media:** Viri za izdelavo strategije družbenih medijev, vključno s predlogami, vodniki in kontrolnimi seznamami.

Ti viri in predloge lahko bistveno izboljšajo vašo sposobnost oblikovanja privlačnih sponzorskih predlogov in izvedbe učinkovitih marketinških načrtov. Uporabite jih, da bodo vaša promocijska prizadevanja organizirana, profesionalna in učinkovita.

VIII. Zaključek

Marketinški načrt BRAINFINITY zagotavlja celovit okvir za promocijo projekta, vključevanje deležnikov in vzpostavljanje dragocenih partnerstev. Z uporabo ciljno usmerjenega dosega, učinkovite sponzorske strategije in jasno opredeljenih marketinških taktik je načrt zasnovan tako, da poveča vpliv in dolgoročno trajnost tekmovanj BRAINFINITY. Vključeni viri in predloge ponujajo praktična orodja za podporo tem prizadevanjem ter zagotavljajo, da so vsi partnerji in člani ekipe ustrezno opremljeni za uspešno sodelovanje. Ta načrt bo služil kot prilagodljiv dokument, ki se bo razvijal glede na spreminjajoče se potrebe in nove priložnosti.

Vse deležnike—udeležence, izobraževalce, sponzorje in člane skupnosti—vabimo k sodelovanju pri tem projektu. Skupaj lahko ustvarimo trajne izobraževalne izkušnje, ki bodo mladim učencem pomagale razviti ključne veščine za uspeh v hitro spreminjajočem se svetu.

Za dodatne podrobnosti ali vprašanja si oglejte kontaktne informacije v razdelku sponzorskega predloga in se brez zadržkov obrnite na našo ekipo.

Izbirno: Poziv k dejanju

Glede na ciljno občinstvo lahko na koncu vključite kratek **poziv k dejanju**.

- **Za člane ekipe in partnerje:** Poudarite pomen njihove predanosti in jih povabite k aktivnemu sodelovanju pri izvajanju načrta.
- **Za potencialne sponzorje:** Neposredno jih spodbudite, da stopijo v stik in raziščejo možnosti za partnerstvo.
- **Za izobraževalne ustanove in udeležence:** Spodbudite šole in učence, da se pridružijo tekmovanju in postanejo del zgodbe BRAINFINITY.



Partnerji



Institut za
moderno obrazovanje
Institute for
Contemporary Education



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



Financirano s strani Evropske unije. Mnenja in stališča, izražena v tem dokumentu, so izključno mnenja avtorja(-jev) in ne odražajo nujno stališč Evropske unije ali Evropske izvršne agencije za izobraževanje in kulturo (EACEA). Evropska unija in EACEA ne prevzemata odgovornosti za vsebino.

Pripis, delež v enakem stanju



Co-funded by
the European Union

(CC BY-SA): Imate pravico:

Deliti – kopirati in redistribuirati gradivo v katerem koli mediju ali formatu.

Prilagajati – remiksati, spreminjati in nadgrajevati gradivo za katerikoli namen, tudi komercialni.

Dajalec licence teh pravic ne more preklicati, dokler upoštevate pogoje licence:

Priznanje avtorstva – Navedite ustrezno avtorstvo, dodajte povezavo do licence in označite, ali ste izvedli spremembe. To lahko storite na kakršen koli razumen način, vendar ne na način, ki bi nakazoval, da dajalec licence podpira vas ali vašo uporabo gradiva.

Deljenje pod enakimi pogoji – Če remiksate, spreminjate ali nadgrajujete gradivo, morate svoj prispevek distribuirati pod isto licenco kot izvirnik.

Brez dodatnih omejitev – Ne smete uvesti pravnih pogojev ali tehnoloških ukrepov, ki bi drugim preprečevali uporabo vsebine pod pogoji licence.