*Diferente dos projetos que enviamos para as leis de incentivo, o projeto de captação precisa ser ainda mais objetivo e atraente. Nesta etapa, você precisa conquistar o patrocinador com seu projeto, mostrando por que ele deve investir recursos nele e não em todos os outros projetos que possivelmente já recebeu. Veja nossas dicas:*

1. **Marque reuniões presenciais**

A primeira dica da **gaveta** para esta etapa de captação é marcar reuniões presenciais. Ao invés de enviar seu projeto por email e ficar aguardando um retorno do patrocinador, você deve fazer de tudo para marcar uma reunião cara a cara com seu Possível patrocinador. Em oportunidades como esta você pode não só tirar dúvidas e comentar sobre curiosidades do projeto, mas, principalmente sentir o clima da empresa e pensar em estratégias de divulgação da marca específicas para o local onde você apresentou o projeto.

1. **Faça um material de qualidade**

As reuniões normalmente são marcadas com um gerente ou diretor que pode ser de marketing ou patrocínio (quando a empresa tem este departamento). Em alguns casos, inclusive, a reunião pode até mesmo ser marcada diretamente com o dono da empresa. Ao marcar uma reunião, lembre-se de levar seu cartão de visitas, o [**projeto impresso**](http://dagaveta.com.br/lojinha/) (para deixar com o profissional, caso ele queira) e um projeto de apresentação em seu laptop. Um Power point bem feito ou mesmo um **[prezi](https://prezi.com/business/?placement=&gclid=CjwKEAjwsYW6BRCTzvu5y8DPhi0SJABnGLlH9aoGUmOVuVRdjPjyLcPx3dlazIv-ym9JpxOO6UzxkxoCgQPw_wcB&KW=prezi&creativeID=81811625691&c3api=7659&matchtype=e)** ganham pontos nesta fase. Se seu projeto é audiovisual, é importante levar uma promo, piloto ou teaser para que ele realmente veja do que trata seu projeto.

1. **Conteúdo relevante**

Normalmente, os profissionais de marketing ou patrocínio que avaliam os projetos têm pouco tempo para recebê-lo e estão sempre com pressa. Portanto foque em conteúdo relevante, atraia sua atenção e deixe currículos e informações adicionais para o momento em que ele possa ler e avaliar sozinho o material que você deixou. Jamais “leia” sua apresentação. Lembre-se do que motivou você a desenvolver aquela ideia e tenha confiança de que seu projeto é atraente e interessante para a empresa.

1. **Pesquise muito sobre a empresa**

Pesquise muito sobre a empresa antes de ir para uma reunião. Você deve saber mais do que o próprio gerente ou diretor e linkar o conteúdo do seu projeto com a missão e valores da empresa. Estar de acordo com o perfil da empresa é de suma importância para que esta reunião seja bem sucedida.

1. **Atenda aos pré-requisitos**

No que diz respeito ao [**conteúdo do projeto**](http://dagaveta.com.br/cursos/curso-eps/), ele deve ter, no mínimo os objetivos, uma sinopse (em caso de dramaturgia), uma breve ficha técnica, cronograma, valor, plano de contrapartida, leis de incentivo ou formas de investimento e seus contatos. Caso seu projeto conte com personalidades, fotos destes profissionais certamente Irão chamar a atenção do profissional que está avaliando o conteúdo.

1. **Crie contrapartidas atraentes**

Não é necessário inserir todo o orçamento do seu projeto na apresentação, mas sim o valor final. Na verdade o que ele realmente vai querer saber é sobre o plano de contrapartidas, que normalmente prevê cotas de patrocínio e os benefícios de marketing que cada cota compreende. É importante ressaltar também que um projeto com um bom design faz toda a diferença pois isto demonstra cuidado com o que está sendo apresentado. Seu projeto já precisa ter uma cara, uma identidade que reflita claramente o que deseja fazer ao iniciar sua produção. E tenha atenção ao tamanho dos textos e Possíveis erros de grafia.

Agora é só colocar o projeto debaixo do braço e encontrar as empresas que estão à espera de um projeto como o seu. Lembre-se conquistar um patrocinador não é fácil, mas mais difícil ainda é mantê-lo para projetos futuros. Preocupe-se em manter sempre um bom relacionamento com ele, enviando relatórios, notícias, novidades e convites, sempre que for o caso. A relação entre patrocinador e patrocinado é como um relacionamento e como tal, precisa ser preservado.

**Modelo de Projeto de Captação**

Tenha acesso a um [**modelo de projeto de captação**](http://dagaveta.com.br/lojinha/), em power point editável e com informações e exemplos do que deve conter cada slide.

Você irá receber ainda três templates básicos para copiar e colar as informações do seu projeto e um PDF com 6 dicas sobre a etapa de captação que vão ajudar você a obter recursos para seu projeto…