

A Ferramenta

O que é o Sou do Esporte?

Acreditamos em um novo modelo de incentivo ao esporte, mais democrático e horizontal, para que projetos esportivos saiam do papel.

Somos uma ponte entre atletas e técnicos e o público para viabilizar projetos esportivos. Queremos aproximar realizadores, apoiadores e investidores.

O Sou do Esporte é uma plataforma de financiamento coletivo para projetos esportivos com objetivos claros e finitos e que atingem um público crowd.

Valorizamos projetos que resultem em experiências, produtos e serviços, que possam ser acessadas livremente por qualquer um.

Acreditamos que tudo o que construímos é fruto de nosso relacionamento com outras pessoas, é social e, portanto, deve ser acessado livremente por todos.

Porque financiar pelo Sou do Esporte?

O processo todo se baseia no propósito de democratizar o acesso aos investimentos esportivos. É um canal que

exige pouquíssima burocracia e baixo risco financeiro. Queremos dar visibilidade a atletas projetos sérios, bem estruturados e com potencial de revelar novos talentos. Desta forma, o Sou do Esporte é também um meio de divulgar o projeto perante o público, abrindo portas para conexões inesperadas com apoiadores e investidores e outros realizadores.

Como funciona?

Dentro da plataforma o processo pode ser resumido em 6 passos:

- 1º - Enviar o Projeto para nossa equipe.
- 2º - Até aí a sua página é um Rascunho. A Curadoria entra em contato com você pra discutir alguns pontos quanto a forma, o planejamento e viabilidade do seu projeto.
- 3º - Quando estiver certo você avisa a gente e se estiver ok vamos Colocar no ar.
- 4º - Aí é Tudo ou Nada, ou você atinge sua meta e realiza o projeto ou todo o dinheiro é devolvido aos apoiadores.
- 5º - Realização do projeto. Aqui é contigo! Dezenas, Centenas de pessoas confiaram no seu projeto e na sua capacidade de por ele pra girar...
- 6º - Pós Projeto. É hora de pensar nos seus apoiadores, enviar as recompensas e manter contato com eles.

Curadoria

O processo

A curadoria é uma das etapas chave para a credibilidade da plataforma e qualidade dos projetos. Por isso, a fase de Rascunho é fundamental.

Nesse momento, nossa equipe vai identificar os aspectos que estão alinhados com a visão da plataforma, vamos formatar os projetos e aconselhar os realizadores sobre as boas práticas nesse novo modelo de negócios.

Essa fase é uma parceria entre a nossa curadoria e você. Enquanto fazemos a nossa avaliação, e damos feedbacks, você vai poder acrescentar novas ideias e aprimorar seu projeto.

Nessa etapa você pode fazer as alterações na página do seu projeto, e mandar pra gente suas dúvidas. O processo todo se dá por meio de troca de e-mail.

Quando estiver tudo esclarecido, formatado e justificado, o realizador manda um e-mail avisando o curador. Resta então a esse último avaliar a versão final do projeto e decidir se vai ou não deixar o projeto visível na plataforma para dar início à captação.

Critérios de seleção

- Projetos esportivos;
- Atletas a partir de 12 anos;
- Projetos de atletas vinculados à federações e/ou confederações de sua modalidade;

- Projetos de atletas que tenham participado de no mínimo uma competição oficial da modalidade no ano anterior ao envio do projeto;

Se o seu projeto não se encaixar nas categorias disponíveis na plataforma, a equipe de curadoria vai conversar com você pra entender sua necessidade. A partir dessa conversa, nossa equipe decidirá se é possível reestruturar seu projeto de forma a encaixá-lo em uma das categorias aceitas.

- Descrição clara

Ao descrever o projeto é importante apresentar o objetivo e a sua história, contextualizando a opção pelo financiamento coletivo.

- Projeto finito

Projetos finitos tem um tempo determinado para serem realizados, ou seja, são caracterizados por um esforço pontual e não contínuo.

Por exemplo: Investimento para inscrição em campeonatos; investimento para financiar uma viagem para participação de um campeonato; investimento para hospedagem em campeonatos; investimento em estrutura ou materiais necessários para a modalidade

- Recompensas

O Sou do Esportenão é uma plataforma de doação, por isso alguém que quer ter um projeto no site precisa apresentar as contrapartidas do apoio por cotas de valor.

- Orçameto/Meta realista

Projetos consistentes apresentam um orçamento detalhado e compatível com as necessidades de execução. Além de ter as taxas da plataforma e custos de recompensas inclusos no valor total, a meta de arrecadação

realista é aquela que leva em conta o real alcance da campanha na rede.

- Video de campanha

É obrigatório ter um vídeo de qualidade (som, imagem e roteiro) para apresentar o projeto. Quanto mais claro estiverem o objetivo do projeto e as recompensas, melhor. O vídeo deve ter entre um e três minutos de duração.

Envio do Projeto

Estrutura

preenchendo o formulário de envio

URL do projeto

soudoesporte.com.br/cf/?????????

A URL é o endereço do seu projeto na plataforma.

É esse o link que você vai disparar nos e-mails e redes sociais da

vida. Então, sem floreios, quanto mais simples e curta melhor,

assim você facilita a vida dos colaboradores que querem te ajudar no boca-a-boca ;)

Nome do projeto

Aqui também a dica é ser direto, mas também esperto =P

Não apenas dê o nome do seu disco, livro, game, evento, ou etc.

Mas procure salientar aí algum diferencial do seu projeto em

relação aos demais projetos que estão na plataforma.

História do projeto

Como o \$ será utilizado?

Apresente de cara o motivo pelo qual pretende arrecadar dinheiro pelo financiamento coletivo, deixando claro o objetivo da ação e o que vai ser entregue ao final do prazo.

7

Explique porque esse projeto é importante para você e para sua comunidade, e a razão de ele procurar o financiamento coletivo para sair do papel. Este fantástico [video do TED](#) vai te ajudar a entender a importância de conectar as pessoas com a sua causa dessa maneira.

Descreva aqui em mais detalhes as recompensas que está oferecendo e como elas serão entregues aos seus apoiadores.

Por fim, ofereça mais informações sobre a iniciativa, sua história e a de seus integrantes. Disponibilize links relacionados, fotos, vídeos etc... para que os interessados possam conhecer melhor você e o seu trabalho.

Frase de efeito

Desafio: Resumo da obra.

Te damos 140 Caracteres pra você expressar a importância e objetivo do seu projeto! =D

Categoria do projeto

Pra definir em qual categoria seu projeto se enquadra melhor é preciso explorá-las! Procure o ambiente por onde as pessoas

que partilham valor com seu projeto são mais ativas.

Aproveite

pra prestar atenção em como os apoiadores respondem às ofertas de recompensas e como os realizadores interagem com

seu público ;)

8

Quanto \$?

Não existe limite para a meta de arrecadação e ela pode ser

ultrapassada. O que a curadoria vai olhar é:

Realidade do seu orçamento Vs. sua capacidade de mobilizar recursos

TOME CUIDADO!

A estratégia é boa, mas jogar a meta

muito pra baixo esperando ultrapassar bastante é uma ilusão,

acontece em pouquíssimos casos.

A maioria dos projetos atinge apenas 10% a mais que a meta estabelecida.

A meta financeira, pra ser realista e viável, é definida de acordo

com o alcance da sua rede de contatos.

Se você conhecer o real tamanho da sua base de fãs você terá uma ideia muito mais clara do que é uma meta financeira

possível pra você.

Talvez você precise de R\$10.000 pra realizar todo o projeto, mas não consegue mais do que 100 likes no facebook. Não é

viável acreditar que cada um deles, sem exceção, vão apoiar seu

projeto com o R\$100.

Mapeie exatamente quantos contatos você tem na sua rede

social como um todo e multiplique esse número pelo valor mínimo de doações - R\$10 (algumas pessoas podem até apoiar

com mais, outras com menos, e algumas daqueles com quem

você estava contando podem simplesmente não apoiar). O resultado dessa conta representa um valor bem mais realístico

9

para o seu projeto.

Agora, resta você se perguntar se consegue realizar o projeto

com esse valor. Se sim, ótimo! Se não, então você precisa trabalhar mais na construção da rede antes de dar continuidade

ao projeto de financiamento coletivo.

Considere também os custos a seguir :

Taxa do Sou do Esporte

13%. Lembrando que este valor só será cobrado dos projetos

bem-sucedidos. Este valor já inclui a taxa do meio de pagamento, aquela cobrada para emitir boletos, processar os pagamentos com cartão de crédito e por aí vai. Não vamos

cobrar nada mais além dos 13%.

Custos com Recompensas

Inclua na sua meta financeira os custos com a produção e entrega das recompensas.

Quantos dias?

O prazo máximo é de 60 dias pois a experiência nos mostrou

que, contrariando a lógica corrente, mais tempo não significa mais chances de atingir a meta. Aqui a média dos projetos bem-sucedidos é de 40 dias de captação. Para definir seu prazo aconselhamos você a considerar sua real capacidade de mobilizar recursos dentro da sua própria rede.

10

Para medir seu alcance vale apenas mensurar: amigos no facebook; curtidas na fanpage; seguidores no twitter; likes do VIMEO; contatos no seu mailing list...

Vale apenas prestar atenção nessas metas: (usando uma campanha de 30 dias como base)

- 1) Chegar aos 30% nos primeiros 10 dias.
- 2) Chegar 60% faltando 10 dias.

A taxa de sucesso de projetos que conseguem mobilizar pelo menos 60% da sua meta é de aproximadamente 99%. Trabalhe no planejamento e aquecimento da sua rede por um mês antes do projeto entrar no ar. Não se esqueça! Não dá para subestimar o esforço em uma campanha. Você terá que trabalhar bastante antes e durante todo prazo, portanto, é recomendado que durante o planejamento você leve em conta a intensidade da sua dedicação e, provável cansaço, ao longo do processo.

O Vídeo de campanha

É o cartão de visita do projeto

O que precisa?

O ideal é ser um vídeo que esclareça sua função:

11

Vídeo de arrecadação para o projeto tal no Sou do Esporte
Qualidade de imagem, áudio e, roteiro são fundamentais
para

passar credibilidade aos apoiadores. Esse vídeo representa o
primeiro contato com algo que foi realizado por você, por
isso

recomendamos Full HD.

Responder as perguntas Fundamentais:

Pra que você precisa levantar dinheiro?

Quem é você? Por que você está fazendo esse projeto?

Quem se beneficia com isso?

Quando você planeja finalizar o projeto?

Estar no VIMEO (não no youtube)

<http://vimeo.com/>

Esse é um site de compartilhamento de vídeos dedicado
exclusivamente a produções dos próprios usuários. É uma
boa

ferramenta pois oferece informações e estatísticas sobre
os

seus vídeos.

Dicas sobre o Vídeo

Explique como funciona o Sou do Esporte

Ajude as pessoas a entender como contribuir e não esqueça
de

escrever www.soudoesporte.com.br em alguma parte do
vídeo.

Áudio é chave: Tente gravar em um lugar silencioso ou
invista

em uma boa edição.

12

Não faça um vídeo muito logo: Algo entre 1min30s e 3minutos

vai aumentar as chances dele ser visto por inteiro.

Os primeiros 30 segundos: Se você não conseguir prender a atenção das pessoas nesse primeiro momento isso acaba diminuindo muito as chances de elas serem cativadas.

Campanha

De onde vem o \$?

O Sou do Esporte é um segundo passo

A rede sempre vem em primeiro lugar

Mapeando sua rede de contatos

O financiamento só vai rolar bem, ou seja, só vale a pena se empenhar em uma campanha se você tiver essa rede formada,

e um bom planejamento de como usá-la a seu favor. Pelo menos 80% do total dos apoios virão de pessoas dos seus 1º

E 2º NÍVEIS DE RELACIONAMENTO. São amigos, familiares e fãs mais próximos do seu trabalho. Essas mesmas pessoas serão responsáveis pelos primeiros 10% arrecadados. Esse **EMPURRÃOZINHO**, é um sinal de confiança dado pelo pessoal

que já conhece o seu trabalho. Por isso é legal já ter em mente

os primeiros 25 entusiastas que irão apoiar o seu projeto.

Como chegar até eles?

13

Uma vez que você já trabalhou para construir a rede ao redor

do seu projeto, o Sou do Esporte entra como uma ferramenta para

canalizar essa rede para a captação de recursos e realização do

objetivo em comum. De modo que o próximo passo é planejar

como utilizar as mídias sociais para ativar esse público.

Quais canais serão utilizados?

Aqui temos uma estratégia irada criada por um realizador (Thiago Maia, da Fibra Design) que compartilhou com a comunidade:

PROMOVENDO SEU PROJETO

Formulário preenchido?

Agora é só clicar em enviar

e criar a sua página de Rascunho =)

14

Projeto Enviado!

Bem vindo ao Rascunho =D

Aqui é o lugar pra formatar a página do seu projeto.

Tome o tempo que for preciso pra deixar a sua página bem lindona, apresentação faz uma baita diferença ;)

Agora você pode incluir as informações que por acaso esqueceu de colocar no formulário, como fotos, imagens e vídeos na descrição, criar as recompensas e muito mais.

Atenção:

o seu projeto ainda não foi aceito pela curadoria.

Só depois de finalizado o rascunho é que chegamos a avaliação.

15

Criando Recompensas

O que são?

As recompensas são as engrenagens do financiamento coletivo. São ofertas de produtos/serviços esportivos que funcionam como contrapartidas diretas ao apoio, premiações, ou gratificações pela contribuição dada ao projeto. Elas vão atrair os colaboradores e ajudá-los a decidir com quanto apoiar.

O mais importante aqui é ter valor afetivo e conectar o apoiador ao projeto!

Como elaborá-las?

As recompensas devem ser divididas em cotas de valores partindo de um mínimo de R\$10,00. E cada valor deve ter uma recompensa correspondente. Ao final desse processo você terá uma espécie de cardápio de recompensas em valores crescentes.

Use e abuse da criatividade, a única restrição em relação as recompensas é que elas NÃO podem oferecer participação sobre os lucros do projeto.

Aqui temos [Algumas Reflexões](#) e a seguir temos algumas

dicas e cuidados a serem tomados:

16

DICAS sobre Recompensas

Materiais e Imateriais

Esses itens podem ser materiais como: camisetas, posters, cds, dvds, adesivos, bottons etc... E/ou imateriais: links exclusivos para download de fotos, vídeo treino, planilha de treinos, serviços; experiências etc... As recompensas imateriais reduzem custos de produção e entrega e também o trabalho logístico, sendo uma boa alternativa para

recompensas em apoios menores (entre R\$10,00 e R25,00), deixando as recompensas materiais para valores mais altos.

Limite por disponibilidade e território

Você pode limitar as recompensas por disponibilidade e/ou território geográfico para poder estimar com precisão as quantidades, número de apoiadores e os gastos no orçamento com produção e entregas. Todas as recompensas podem ser limitadas.

Entrega por correio e Retirada no local

No caso de entregas por correio é importante estimar e explicitar o tempo de entrega para os apoiadores, incluindo os custos no valor da recompensa. Com a retirada no local, você economiza em taxas e pode de conhecer os seus apoiadores olho no olho.

17

Oferecer não menos que 3 e não mais que 8 recompensas

O ponto aqui é oferecer opções e ao mesmo tempo não confundir o apoiador com várias recompensas parecidas, de valores próximos, dificultando seu processo de escolha e entrando a colaboração. Este [vídeo do TED](#) explica bem. A recompensa de R\$30,00 (entre 25,00 e 45,00)

Disparado, essa é a recompensa mais importante. Em geral é a mais popular, representa uma boa soma do total da arrecadação e reúne a maioria das pessoas que vão te ajudar a divulgar seu projeto na rede.

Recompensa de valores altos

Essas recompensas são cartas na manga para dar aquele gás no projeto. Elas podem atrair empresas ou caracterizar produtos/serviços de alto valor agregado (shows, obras de arte, espaço de propaganda etc...). Criar recompensas com valores altos que possam interessar a empresas/marcas é uma boa estratégia, mas elas funcionam melhor quando o realizador tem esses contatos na manga. Não vale a pena contar com a vaga possibilidade de uma empresa estar passeando pela plataforma em busca de projetos para apoiar, ou de um dos seus apoiadores ter uma empresa e por acaso se interessar. Se o seu projeto tem como atrair empresas, então arregasse as mangas e corra atrás delas pra que elas fiquem sabendo da sua campanha de financiamento coletivo ;)

Recompensa únicas

18

Ofereça itens exclusivos, de valor afetivo e busque parcerias, elas podem te ajudar a reduzir os custos e a diversificar suas recompensas.

CUIDADOS sobre Recompensas

Texto Objetivo e Divertido

Nos boxes dê destaque aos produtos e/ou serviços, mas sem esquecer do apoiador. Ele precisa se identificar com a sua oferta, fale diretamente com ele.

Atenção! Prometeu?! Cumpra!

As recompensas são promessas que você faz publicamente, então, antes de tudo as pessoas confiaram na sua palavra de que se apoiassem com X, receberiam Y. Portanto, cumpra o que você prometeu, ou terá sua reputação

manchada e a consciência te atormentando sempre.

Comunicação é fundamental

Mantenha a transparência e a comunicação com seus apoiadores. Eles precisam sentir segurança, têm que saber quando e como terão acesso as recompensas escolhidas. Todo esse processo é baseado na confiança entre pessoas, por isso mantenha o canal aberto.

19

Insira os custos na meta

Quem pode enviar um projeto para o Olimpiando?

← Realizadores - primeiros passos (pré-projeto)

Para um projeto ser aceito no Olimpiando, o realizador, se for Pessoa Física, precisa cumprir as seguintes condições:

- Ter 18 anos ou mais*;
- Ser brasileiro (porque a gente vai precisar dos seus dados de CPF e de RG - ou algum documento semelhantes, como a CNH);
- Ter um endereço no Brasil (precisaremos do comprovante de residência para os procedimentos de pagamento);
- Ter uma conta bancária (conta corrente ou poupança) no Brasil.

* Menores de idade podem enviar projetos caso estes estejam sob responsabilidade de seus pais ou professores. Nesse caso, um dos pais ou um dos professores deverá cadastrar o projeto e registrar os seus dados como responsável pelo projeto.

Se o realizador for Pessoa Jurídica (empresa, ONG, Associação, Fundação), precisaremos dos seguintes dados:

- Razão Social
- CNPJ

- Conta bancária no Brasil
- Comprovante de endereço, CPF e RG de um dos sócios (precisaremos dessas informações para os procedimentos de pagamento)