**1. CAPA**

* -Selo brasil
* -Logo SFALL (Realização SFALL R)
* -Nome do evento

**2. SOBRE**

A SFALL STRONGMAN é uma empresa do segmento de condicionamento físico e produção de equipamentos específicos para a prática da modalidade de Strongman.

Oferecemos serviços personalizados para atletas e esportistas casuais que tenham o objetivo de aumentar sua resistência e força muscular através de exercícios de maneira diferenciada das academias tradicionais que existem no mercado.

Possuímos toda infraestrutura preparada para atender nossos alunos com excelência, oferecendo equipamentos exclusivos para a prática da modalidade Strongman: Atlas Stones, Log Lift, Giant Dumbbell, Keg, entre outros que só se encontram em nossa arena de treinamento localizada em Mogi das Cruzes, SP.

* PARCEIROS

**3. SOBRE O EVENTO**

O **STRONG FOR ALL 2023** será composto por duas provas de exercícios: o *Log Lift* e o *Axle Deadlift*.

Nosso objetivo é proporcionar uma competição de força entre diversas categorias de pesos e gêneros para que o atleta se mantenha em forma e competitivo para a disputa do XXXXXXX 23.

O evento será realizado em dois dias consecutivos, sendo uma modalidade de competição por dia.

**4. REGRAS**

- Dia 01

- Prova: Log Lift

- 3 tentativas por atleta

- Dia 02

- Prova: Axle Deadlift

- 3 tentativas por atleta

**5. RESULTADOS**

Pontuação: soma dos dois maiores pesos levantados nos dois dias de provas.

**6. CATEGORIA**

* Masculino

até 70 kg

até 80 kg

até 90 kg

até 105 kg

acima de 105 kg

Master

* Feminino

até 52,5 kg

até 62,5 kg

até 72,5 kg

até 82,5 kg

acima de 82,5 kg

Master

**7. DATA E LOCAL**

- Dias: XX e YY/01

- Horário: 10h às 14h

- Local: Parque, **Ginásio Tal**, Av. X, nº y, Mogi das Cruzes, SP.

**8. DADOS SOBRE NOSSOS CANAIS DE ALCANCE, ATRAÇÃO E ENGAJAMENTO**

(Dados referentes aos últimos 12 meses)

CANAIS DE ALCANCE/ATRAÇÃO

* - SITE: Google Analytics - estatísticas de acesso ao longo dos últimos 12 meses.
* - BUSCA ORGÂNICA - SEO (SITE: www.sfallstrongman.com.br): Nos últimos 12 meses, nossa marca foi procurada por mais de XX de pessoas.
* - SITE DE PARCEIROS: Colégio VE, AA, BB, CC
* - XX acessaram nosso site através de sites parceiros;
* - YY entraram em contato conosco (WhatsApp/Telefone), através de sites parceiros.
* YOUTUBE - Estatísticas: contagem de inscritos ao longo do tempo (últimos 12 meses).
* REDES SOCIAIS (números atuais):

- Facebook (Facebook Audience Insights)- Temos mais de XX seguidores/amigos

- Instagram - São mais de XX seguidores

- Tik Tok - São mais de XX seguidores

*DESTAQUE: No total, foram XX publicações, que atingiram XX pessoas e com interação de XX usuários.*

CANAIS DE ENCANTAMENTO/CONVERSÃO

(Solicitações diretas de usuários por: informações, orçamento, vendas online)

* REDES SOCIAIS

- Facebook (messenger): nos últimos 12 meses, foram mais de XX mensagens de usuários.

- Instagram (direct): XX usuários utilizaram o direct.

- WhatsApp: Mais de XX de pessoas entraram em contato.

* SITE (formulário - e-mail): foram mais de XX mensagens recebidas através do nosso site.
* E-mail: Mais de XX pessoas entraram em contato conosco por e-mail.

TARGET:

* Prioritário (Homens e mulheres, 6 - 59 anos)
* Secundário (Homens, 18 - 59 anos)
* Gênero: Homens: 57%, Mulheres: 43%
* Faixa etária:
  + - 6 a 17 anos: XX%
  + - 18 a 34 anos: XX%
  + - 35 a 44 anos: XX%
  + - 45 a 59 anos: XX%
  + - Mais de 60 anos: XX%

**9- EXPECTATIVA DE PÚBLICO**

Esperamos para o evento mais de 100 atletas entre todas as categorias de competição e um público estimado em XX pessoas.

**9.1. PÚBLICO ALVO**

- Atletas: homens e mulheres entre 18 a 45 anos;

- Pessoas interessadas nas práticas corporais, atividades físicas, alimentação saudável, educação, saúde, bem-estar, práticas integrativas e complementares, emagrecimento e estética.

**10- PROMOÇÃO / DIVULGAÇÃO**

* LANDING PAGE para o evento (organizar as principais informações sobre o seu evento – título, descrição, atrações, datas e horários, programação e formulário para inscrição. Uso de gatilhos mentais para despertar o usuário para a conversão. Ao divulgar eventos, experimente provocar a sensação de urgência: últimos ingressos, contagem regressiva; ou de escassez: vagas limitadas, ingressos com preço especial.
* Landing com inscrição pelo Google Forms.
* Save the Date – enviado com antecedência para o público anotar na agenda que o evento acontecerá em determinado dia e horário.
* E-mail: Informações sobre novos palestrantes ou atrações confirmadas.
* Destaque os palestrantes e dê foco aos nomes mais fortes, que atraem o público.
* Inscreva-se e concorra a XX dias de aulas grátis na SFALL Strongman (serão X contemplados).
* Pós-evento: compartilhamento de vídeos, fotos, números e os principais resultados de sucesso do evento.
* Promoção do evento através de vídeo. Divulgação nas redes sociais (invideo: devido à facilidade de assimilação e ao apelo visual, os vídeos têm ganhado cada vez mais importância).
* O evento também terá pré-divulgação em todos os canais de mídias digitais da SFALL Strongman:
  + Página oficial do Instagram da SFALL Strongman;
  + Página oficial do Facebook da SFALL Strongman;
  + Canal oficial do YouTube da SFALL Strongman (com transmissão ao vivo do evento);
  + Site da SFALL Strongman;
  + Perfis oficiais de nossos parceiros no Instagram;
  + Perfis pessoais dos atletas, alunos e staffs da SFALL Strongman.

**11. TRANSMISSÃO**

* Ao vivo no Canal da SFALL Strongman no YouTube
* Ao vivo no Perfil da SFALL Strongman no Instagram.

**12 - COTAS DE PATROCÍNIO (Master, Platinum, Standard)**

- Logotipo no site SFALL

- Post Feed Redes Sociais

- Post Stories Redes Sociais

- Capa Youtube SFALL

- Camiseta Atleta

- Camiseta staffs

- Vídeo divulgação 15"

- Backdrop principal

- Banner lateral ao Backdrop

- 2 Wind Flag Banner

- Agradecimentos durante o evento

- Faixa de boas-vindas entrada

- Espaço para Stand 4x4m

- Logotipo na transmissão ao vivo

- Comercial até 1' durante a transmissão

- Slider de logotipos na transmissão

QUANTIDADE DE COTAS 2, 4, 6

INVESTIMENTO: 10 mil, 5 mil, mil

**13- PLANO DE MÍDIA**

13.1 Logotipos

Os logotipos dos patrocinadores deverão ser enviados em formato CDR (COREL DRAW) ou AI (Adobe Illustrator) em curvas nas variações vertical e horizontal para adaptação de cores e formatos dependendo da mídia que será exibida a marca.

- No caso de arquivos em PNG, o fundo deverá ser transparente, em alta resolução, de no mínimo 300 dpi e 1200px.

13.2 Como sua marca será exibida

- Sua marca na página principal do evento (landing page) e na página de detalhes do evento no site da SFALL.

- Camiseta Atleta (masculino e feminino)

- Camiseta Staff

- Backdrop principal

- Banner lateral

- Wind Flag Banner

- Faixa de boas-vindas entrada

- Estande de vendas

- Vídeo de divulgação

- Divulgação na transmissão ao vivo

- Publicações nas Mídias Sociais

**14. AGRADECIMENTOS**

Agradecemos pela oportunidade e atenção

Contamos com seu apoio em qualquer uma das cotas de patrocínio apresentadas para podermos viabilizar esse projeto.

Qualquer dúvida estamos à disposição para esclarecimentos.

Atenciosamente,

GLAUCO BENIGNO E LINDICEI MIHO

Co-fundadores da SFALL Strongman

Nossos contatos ....