



“Valodas kafejnīcā” piezīmes vadlīnijām. Sponsoru meklēšana un griešanās pie sponsoriem.

Sponsoriem ir dienas kārtība, pārlicinies vai tu esi tur iekļauts. Sponsorem ir jāzina, kāds viņiem būs labums, no piedāvātā ieguldījuma. Pārsvārā viņi meklē jaunu klientūru (komercsponsorus), bet dažī meklē sev labu reputāciju (publiski domājošie).

Nepieciešams sākumā izlemt, kas Jums ir nepieciešams no sponsora (norises vieta, materiāli, ar valodu saistīti reklāmmateriāli, bezmaksas kursi, kuponi, kas tiek izdalīti kā balva, lai noteiktu vislabāko sponsoru).

Griešanās pie sponsora (personisks kontakts, vēstules vai e-pasts nedarbosies). Viņai/viņam vajadzēs zināt: ciparus (nedot viņiem reālo apmeklētāju skaitu, runāt par daudzkārtēju ietekmi), audiences veids.

Tālāk minētā tabula palīdzēs jums sagatavoties kontaktu veidošanai ar potenciālo klientu.

<p>1. <i>Kādu “Valodas kafejnīcā” jūs ierosināt? (valoda, mērķauditorija (apmeklētāji), norises vieta, ierosinātās aktivitātes/tēmas)</i></p>
<p>2. <i>Kādu sponsorēšanas veidu Jūs meklējat? (līdzekļu piešķiršana, norises vietas izmantošana, bezmaksas reklāma, atspirdzinājumi, piemēram, kafija, utt.)</i></p>
<p>3. <i>Kā Jūs plānojat uzrunāt auditoriju? (sastādiet metožu sarakstu un iespējamus līdzekļus, kurus jūs izmantosit “Valodas kafejnīcā” .</i></p>
<p>4. <i>Kad Jūs plānojat sākt, piemēram, (Kad pirmā “Valodas kafejnīcā ” darbosies? Cik bieži Jūs to plānojat?</i></p>
<p>5. <i>Kurš būs atbildīgs par to? (respektīvi, kas sponsoram saskarsmē būs svarīgākais?)</i></p>
<p>6. <i>Kādas izmaksas jūs paredzat? (Tas ir būtiski, ja jūs griežaties pie sponsora līdzekļu piešķiršanai)</i></p>
<p>7. <i>Kāds labums ir sponsoram? (piemēram, vārda un logo iekļaušana jūsu materiālos/ reklāmā, publisko pakalpojumu piegādāšana, jaunu studentu piesaiste ...)</i></p>