

Tips dan Contoh Membuat Proposal Sponsorship

Penggalangan dana melalui donasi atau sponsorship sudah menjadi sebuah cara yang cukup digemari diantara lembaga dakwah. Karena memang usaha ini membutuhkan effort sedikit dari segi waktu, tenaga, dan SDM. Hanya dengan bermodalkan proposal, lalu membuat list perusahaan, menghubungi dan membuat janji, lalu negosiasi dan ditandatangani kontrak kerjasama, lalu 1 pekan kemudian dana sponsor sudah di rekening Anda . Anda pasti berkata “yusuf ini pasti bercanda, tidak semudah itu mencari dana dengan sponsorship”. Saya tidak mengatakan bahwa pendapat Anda benar, tapi saya akan mengatakan bahwa memang mencari dana dengan sponsor “semudah itu”. Dua kunci utama dalam menggaet sponsor adalah tools dan communication. Ya, alat yang digunakan dalam hal ini proposal dan perangkat pendukungnya, serta kemampuan komunikasi yakni meyakinkan diri dan pihak sponsor bahwa produk atau acara yang Anda ajukan adalah hal yang menguntungkan.

Pada bagian ini saya akan menjawab dan memaparkan dari segi tools saja, untuk kunci kedua atau komunikasi akan saya coba bahas pada kesempatan lain. Proposal, jika mendengar kata ini apa yang akan Anda pikirkan pertama kali ? kumpulan kertas, uang, kontrak, kegiatan, atau apa ? Anda boleh berpikir apapun tentang proposal, tapi saya mempunyai pandangan tersendiri mengenai proposal, dan saya harap Anda bisa mengikuti terlebih dahulu pola pikir saya. Proposal adalah media, penghubung antara satu pihak dengan pihak lain. inilah fungsi utama proposal, ialah yang akan mengkomunikasikan atau menyampaikan pesan yang akan kita sampaikan kepada pihak sponsor. Jika salah mengemas media ini, maka akan berdampak kontraproduktif terhadap hasil yang diharapkan.

Coba bayangkan diri Anda seorang CEO atau Direktur Pemasaran dari sebuah perusahaan. Dimana Anda duduk di sebuah kursi empuk dalam ruangan khusus Anda. Didepan Anda ada meja kerja yang dilengkapi dengan komputer dan disisi lain ada tumpukan kertas yang bukan lain adalah tumpukan proposal pengajuan kerjasama yang perlu Anda pelajari dan diambil keputusan, mana yang akan ditindaklanjuti. Dalam kondisi ini, kira-kira proposal seperti apa yang akan Anda ambil dari puluhan proposal yang ada ? “proposal yang menarik”, “proposal yang unik”, dan “proposal yang tipis”. Tiga jawaban ini yang saya dapat dari beberapa kali diskusi dengan bagian pemasaran sebuah perusahaan.

Peran proposal adalah sampai pada perusahaan tertentu yang diajukan proposal oleh Anda merespon dan menindaklanjuti pengajuan Anda. Walau ada tahap ini belum ada kesepakatan yang dibuat, tapi yakinlah, ini adalah 50% dari langkah Anda mencapai sebuah kesepakatan kontrak kerjasama. Saya akan menyampaikan pandangan saya dalam dua bagian. Bagian pertama terkait isi proposal dan bagian kedua terkait pengemasan proposal.

Isi Proposal

Membuat proposal untuk sponsorship berbeda dengan proposal pada umumnya. Pada proposal biasa, kita menuliskan banyak hal dalam proposal tersebut. Disusun dengan rangkaian kata

yang indah, dan menghasilkan proposal yang sangat tebal. Ini sangat bertentangan dengan kebutuhan pihak perusahaan yang lebih memilih proposal yang tipis dan to the point. Oleh karena itu isi dari proposal bisa dibatasi menjadi beberapa hal dengan tampilan isi yang disesuaikan.

Pendahuluan

Berisikan dalil pendahuluan untuk mencitrakan bahwa proposal berasal dari lembaga dakwah. Lalu dilanjutkan dengan latar belakang kegiatan dan alasan yang mendasari mengapa kegiatan berlangsung. Serta sedikit profil lembaga Anda. Pada bagian ini maksimal terdiri dari 3 paragraf.

Tujuan

Berisikan tujuan mengapa sebuah kegiatan diadakan. Maksimal 1 paragraf.

General Information

Berisikan informasi umum yang perlu diketahui oleh pihak perusahaan terkait kegiatan yang diajukan. Terdiri dari tempat dan waktu kegiatan, sasaran kegiatan dan target peserta kegiatan.

Acara

Berisikan acara-acara yang akan ada dalam kegiatan yang diajukan. Sebagai contoh untuk kegiatan Try Out SPMB.

_____Acara_____

Super Try Out

Training

Games

Bazaar

Talkshow

Doorprize

Pengisi Acara

Menyebutkan siapa saja yang akan menjadi pengisi acara yang ada. Baik itu, MC, pemateri, narasumber, tokoh, artis atau mungkin pejabat publik.

Anggaran

Anggaran tidak perlu ditampilkan secara mendetail hingga berapa jumlah selotip yang akan digunakan beserta harganya. Cukup tampilkan hal-hal umum saja yang sudah di akumulasikan. Sebagai contoh;

_____Anggaran_____

VENUE Rp. 30.000.000

PRODUKSI Rp. 20.000.000

KONSUMSI Rp. 5.000.000

PUBLIKASI Rp. 15.000.000

TRANSPORTASI Rp. 5.000.000

PERLENGKAPAN Rp. 10.000.000

ADMINISTRASI Rp. 2.000.000

Total Rp. 92.000.000

Kategori Sponsor

Kategori sponsor jangan ditampilkan dalam bentuk tulisan panjang dengan penjelasan yang berkepanjangan. Tampilkan dalam bentuk tabel yang mudah untuk dibaca dan dipahami. Berikut contohnya;

————Kategori Sponsor————

Tampilan seperti ini akan lebih mudah untuk dipahami oleh pihak perusahaan, karena sederhana dan juga tidak banyak menghabiskan waktu untuk membolak-balikan halaman.

Paket Sponsor

Ini adalah bagian untuk menampilkan tawaran kerjasama yang bersifat lebih bebas dan biasanya untuk jumlah yang kecil atau dibawah tawaran sponsorship bronze. Ini bisa diajukan untuk perusahaan medioker, dimana ia akan mendapat kontrapertasi sesuai dengan pilihan yang ia ajukan setelah di konversi dengan standar yang kita ajukan. Sebagai contoh.

————paket sponsor————

Co-partnership

Ini merupakan ajuan bentuk kerjasama yang bersifat lebih bebas dan sedikit terlepas dari seputar media dan publikasi, bentuk kerjasam tambahan ditampilkan di bagian ini, seperti pengadaan konsumsi panitia, barter promo, pemberian produk perusahaan, kerjasama jasa perusahaan, pemberian bantuan sosial untuk acara baksos, dan lainnya. Di bagian ini pula disampaikan bahwa bentuk kerjasama lainnya dapat dibicarakan lebih lanjut dan panitia sangat senang dapat berdiskusi dengan pihak perusahaan terkait kerjasama lain yang bisa dilakukan.

Penutup

Berisikan sebuah harapan dan keyakinan panitia bahwa kegiatan yang dilakukan sangat bermanfaat dan akan berhasil. Serta sebuah ucapan terima kasih kepada pembaca proposal.

Contact person

Berisikan alamat , email , dan nomor telepon yang bisa dihubungi terkait penindaklanjutan proposal yang telah diajukan.Usahakan nomor handphone CP lebih dari satu orang dan dengan provider yang berbeda.

Pengemasan

Dalam mengemas proposal perlu direncanakan dengan baik agar menghasilkan yang terbaik pula. Butuh modal yang cukup besar untuk mengemas proposal ini, tapi yakinlah ini akan pula berdampak pada tingkat keberhasilan pemanfaatan proposal. Hanya ada dua tips yang bisa saya berikan dalam mengemas proposal sponsorship, yakni eye catching dan mudah dibaca. Eye catching yang dimaksud adalah unik, kreatif, dan membuat seseorang tertarik untuk membaca dan memilih proposal Anda diantara tumpukan proposal yang diajukan. Mudah dibaca adalah, komposisi tulisan dan warna membuat seseorang mudah membaca dan nyaman untuk mengamati dan memahami isi proposal Anda. Komposisikan tulisan dan warna sedemikian rupa, tambahkan gambar atau variasi tertentu yang menambah estetika proposal. Bentuk dari proposal sendir sangat bervariasi, saya pernah menemukan beberapa bentuk proposal yang sangat unik, antara lain ;

1. Dikemas dalam kertas glossy dan tidak lebih dari 8 halaman. Proposal dibuat sedikit lebar

agar ukurannya tidak seperti kertas pada umumnya. Warna dibuat dengan biru cerah yang menarik perhatian.

2. Dikemas dalam sebuah CD yang di programkan dengan software macromedia flashTM. Ini menimbulkan kesan high-tech dan ramah lingkungan karena tidak menggunakan kertas. Dengan CD anda bisa mengemas isi tampilan lebih advance karena akan ditampilkan di komputer, isi proposal juga bisa lebih banyak. Tambahkan profil lembaga untuk meyakinkan pihak perusahaan.

3. Gulungan kain seperti pengumuman kerajaan masa lalu atau jurus rahasia kungfu. Sebuah gulungan kain yang diikat dengan pita yang sangat cantik. Isi proposal hanya pada sebuah kain atau kertas daur ulang yang sepanjang 40 – 50 cm saja. ini sangat membuat seseorang tertarik karena tampilan yang tidak biasa, yakni seperti tabung lonjong. Sangat jauh berbeda dari proposal yang pada umumnya.

4. Proposal berisikan kertas yang tidak dibukukan, beberapa lembar kertas dimasukkan dalam sebuah kotak yang sangat estetik, kertas hanya berukuran A5 dan untuk membacanya seperti bermain kartu, dimana kita akan membacanya dengan mengambil kertas satu persatu.

5. Proposal sederhana dengan bentuk bulat, kertas dipotong sehingga menjadi lingkaran, dan dikemas dengan baik. Halaman depan dibuat pop up sehingga mnejadi daya tarik tersendiri bagi proposal tersebut.

Variasi bentuk akan berkembang seiring waktu, semakin banyak seniman yang pandai mengemas desain proposal yang menarik untuk dibaca. Disesuaikan pula dengan budaya yang ada di daerah dan kemampuan dari SDM yang ada. Tetap berpegang pada tips, menarik dan mudah dibaca dalam mengembangkan inovasi bentuk proposal.

sumber :wamsinomi.blogspot.com