

LINHA ARENA · PRODUTO 16 · KIT DE PATROCINADORES

DESPERTA

Arquitetura de parceria, inventário, medição e proteção de marca

Não esperes voltar a sentir vontade. Aprende a entrar em movimento.



VERSÃO DE PRODUÇÃO · AGOSTO 2026

A oportunidade

Em dois dias, reconhecer o estado que antecede as decisões, interromper automatismos e construir um plano executável para os 90 dias seguintes.

- Experiência de dois dias desenhada para participação e execução.
- Cinco portas de comunicação para públicos diferentes.
- Integração digital posterior que prolonga relação e medição.

O público

Pessoas que vivem em modo automático e precisam de recuperar energia, decisão e ritmo.

- Empresários e gestores.
- Comerciais e profissionais autónomos.
- Profissionais em transição.
- Público de autoliderança.
- Empresas, RH e equipas.

A experiência de marca

A presença do parceiro deve acrescentar utilidade e nunca interromper a dramaturgia.

- Hospitalidade e momentos de cuidado.
- Conteúdo ou ferramenta com valor prático.
- Ativação opt-in com consentimento separado.
- Integração física, digital ou editorial aprovada.

Inventário possível

O inventário definitivo depende do recinto, produção e exclusividades contratadas.

- Naming de área - nunca do método ou conteúdo sem aprovação.
- Palco e LED em momentos delimitados.
- Credenciais, lanyards, pulseiras e kit participante.
- Zona de experiência, media wall e hospitalidade VIP.
- Conteúdo editorial, e-mail de serviço ou hub do participante, quando adequado.

GATE

Esta frente só avança depois de proposta, direito, inventário, responsável e teste estarem identificados.

Arquitetura de parceria

Três níveis modulares, sem preços ou alcance inventados.

- Parceiro de experiência: presença útil e inventário essencial.
- Parceiro estratégico: integração multicanal e hospitalidade.
- Parceiro principal: exclusividade de categoria, ativação e medição ampliada.

GATE

Esta frente só avança depois de proposta, direito, inventário, responsável e teste estarem identificados.

Medição

Relatórios usam dados confirmados e definem denominadores.

- Bilhetes e presença reconciliados.
- Interações opt-in por ativação.
- Entregas de inventário comprovadas.
- Inquérito de recordação quando aprovado.
- Sem estimativas de alcance apresentadas como pessoas reais.

GATE

Esta frente só avança depois de proposta, direito, inventário, responsável e teste estarem identificados.

Proteção de marca e participantes

Sem promessas clínicas ou resultados garantidos. Participação voluntária em todas as dinâmicas.

- Nada de alegações clínicas, financeiras ou garantidas.
- Dados de leads não são transferidos sem consentimento específico.
- Close-ups e depoimentos exigem autorização própria.
- Ativações acessíveis e com alternativa de participação.

GATE

Esta frente só avança depois de proposta, direito, inventário, responsável e teste estarem identificados.

Calendário de ativação

A parceria acompanha os gates da edição.

- D-90 a D-60: contrato, categoria, inventário e criativos.
- D-59 a D-30: produção, tracking, hospitalidade e compliance.
- D-29 a D-7: QA, formação da equipa e plano de crise.
- Evento: execução, evidência e reconciliação.
- D+1 a D+14: relatório e debrief.

Próximo passo

A equipa recolhe objetivos, categoria, restrições e proposta de valor antes de desenhar inventário.

- Não existe preço final enquanto recinto, lotação e ativos não estiverem confirmados.
- Não existe exclusividade sem âmbito, território e prazo no contrato.
- Não existe captação de dados sem finalidade e consentimento claros.