

Caderno de ideias para a venda do calendário



**P.V.P.
€ 1,50**

Caderno de ideias para a **venda do calendário**

O calendário do CNE é, inegavelmente, uma fonte de receita incontornável, a todos os níveis, particularmente nos agrupamentos, sobretudo naqueles que são mais criativos e mais esforçados na sua acção de vendas.

A campanha do calendário 2013 quer vender 360.000 calendários e envolver, pelo menos, 650 agrupamentos.

Criatividade, alegria, empenho solidário na campanha são palavras-chave para este ano. Nunca o «im» do «impossível» esteve tão perto de ser chutado para longe.

Este «caderno de ideias para a venda do calendário» quer ajudar os agrupamentos a dinamizarem acções promocionais do calendário 2013, procurando excelência na acção e na venda.

Ah! E ter o/a 'Senhor/a Calendário', no agrupamento, para coordenar e animar a campanha é uma boa ideia, já comprovada...

Força! Boas vendas. Boas actividades.

Secretaria Nacional para a Gestão



Secretaria Nacional
para a Gestão

Caderno de ideias para a venda do calendário é uma iniciativa da Secretaria Nacional para a Gestão do Corpo Nacional de Escutas – Escutismo Católico Português. Recolha de textos da 'Flor de Lis' adaptação: João Teixeira. Grafismo: Gonçalo Vieira. Execução gráfica: Serviços Centrais do CNE. Maio/2012.

Calendário 2013

Mais vendas = **Mais** fundos financeiros = **Melhores** actividades

Calendários para quê?

O calendário é um bom instrumento de divulgação do Escutismo e do CNE e também de angariação de fundos financeiros. Vejamos as **5** etapas do sucesso.

1. Organizar a campanha

Escolher cuidadosamente os momentos e os locais de vendas e o tipo de acção que decorrerá em cada local. Toda a campanha deve ter um princípio e um fim definidos. Diz a experiência de quem vende muitos calendários que o segredo está mais na dinâmica criada que na duração da campanha...



2. Definir objectivos de vendas

A definição desta meta é um estímulo ao dinamismo das vendas, que pode ser acompanhado por prémios extra internos do agrupamento e/ou concorrer a prémios extra do CNE, como o prémio «Agrupamento TopCalendário». O objectivo global do CNE aponta 360.000 calendários.

3. Divulgar a campanha

Utilizar os meios de informação ao alcance do agrupamento: cartazes, panfletos, imprensa local, rádio local, SMS, e-mail, facebook, twitter...

4. Criar o acontecimento e Vender

Saber demonstrar pela acção (exposições, espectáculos, serviços...) que merecemos ser apoiados. Ver a 'caixa' com destaque de ideias, à frente.

5. Encerrar a campanha e fazer o balanço

Esta é uma iniciativa para dar (muito) dinheiro aos agrupamentos. Ela deve permitir aliviar os encargos financeiros das famílias dos escuteiros, sobretudo dos mais carenciados (o Escutismo é para todos), e realizar ainda melhores actividades. Não esquecer o mote da campanha: «No stocks», nada de sobras (em tradução livre).

Ideias para acções promocionais:

É muito mais simpático e criativo ter uma animação de rua, ou de espaço aberto, para apoiar a acção de passar o calendário do nosso lado para o lado de um(a) apoiante do CNE.

Aqui ficam algumas ideias, salvaguardando que certas situações poderão necessitar de uma licença específica:

- **«Escuteiros-sanduíche»:** Os Exploradores revolucionam a freguesia, em patins, e divulgam o Escutismo. Os transeuntes passam, sorriem e... compram o calendário.
- **«Comboio de 'calhambeques'»:** Com o apoio de coleccionadores locais de viaturas antigas, o Agrupamento organiza uma saída promocional com painéis alusivos ao Escutismo, percorrendo a freguesia e, eventualmente, arredores. Os coleccionadores promovem as suas viaturas e o coleccionismo automóvel; o agrupamento vende o calendário.
- **«Corrida contra-relógio em andas»:** Os Pioneiros circulam em andas pela sua área de intervenção, convidando as pessoas a participarem numa corrida contra-relógio. Mais uma oportunidade para vender o calendário.
- **«A quermesse-calendário»:** O Agrupamento organiza uma quermesse-calendário, ao ar livre, no jardim da freguesia ou municipal, com 'barraquinhas' várias: tiro ao arco, gincana de bicicletas, karaoke, informação sobre o Escutismo. Entrada livre, com a compra de um calendário.

- **«Autocarro com música»:** Autorizados pela empresa de transportes local, os Caminheiros mostram-se em várias carreiras com uma pequena orquestra. Músicas e canções, uma pequena exposição sobre o Escutismo; vende-se o calendário. Alternativa: Dispor, a custo zero, de um autocarro de passageiros (eventualmente da junta de freguesia ou do colégio local) e fazer um pequeno circuito turístico gratuito, convidando as pessoas e entrar. Lá estarão a pequena orquestra e os calendários prontos a mudar de mãos...
- **«Os saltimbancos»:** Utilizando um atrelado de caixa aberta, os Lobitos, com os seus animadores, montam um castelo itinerante de marionetas sobre rodas, actuando em grandes espaços. Por trás do castelo, uma exposição sobre o Movimento e sobre o que a venda do calendário pode contribuir para a educação dos escuteiros. E o calendário a vender-se em redor...

Locais para ‘boas oportunidades comerciais’:

De certeza que o teu Agrupamento já andou por estas paragens, mas pode acontecer que a outros não lhes tenha ocorrido sair do átrio da paróquia. Uma vez mais, a experiência diz que são locais para ‘boas oportunidades comerciais’, pelo que vale a pena tentar...

Aqui fica uma lista, não exaustiva, de locais tradicionalmente ‘amigos’:

- Centros comerciais
- Supermercados
- Ruas comerciais
- Ruas reservadas a peões
- Zonas de esplanadas, de cafés e restaurantes
- Jardins e zonas de lazer e passeio
- Saídas de fábricas e parques industriais
- Zonas de centros de empresas/escritórios
- Mercados e praças
- Feiras e mercados periódicos
- Festas populares
- Igrejas
- Estádios e recintos desportivos
- Cinemas e teatros
- Espectáculos e concertos
- Estações de comboios e metropolitano
- Terminais rodoviários
- Estações/áreas de serviço
- ...

Tudo isto, sem esquecer que há paróquias que ainda não têm escuteiros, pelo que esta pode ser uma oportunidade de divulgação do Movimento e de bons resultados financeiros.