

PROJETO — COMPETIÇÃO INTERNA

1. PRIMEIRAS DEFINIÇÕES

Estrutura

Antes de iniciar a divulgação, faça o levantamento de todos os custos necessários para realizar o evento em sua cidade.

Defina:

- Terá kit ou apenas camiseta?
- Terá som?
- Terá backdrop para o pódio?
- Terá gradil?
- Terá narrador?
- Quais outros materiais serão necessários?

Faça seu levantamento de custos em sua cidade.

2. DIVULGAÇÃO PRÉ-EVENTO

Curiosidade — Teaser Inicial

Crie um teaser com takes rápidos de alguns movimentos que estarão presentes na competição, utilizando música e a marca do evento.

O objetivo é gerar curiosidade e desejo pelo evento.

Alinhe previamente a produção desse conteúdo com seus treinadores.

Explicação

Apresente como será a competição, explicando seu formato e funcionamento.

Abertura

Inscrições abertas — teaser

Após a abertura das inscrições, utilize a comunicação para gerar urgência:

- Número de inscritos;

- Últimas vagas;
- Encerramento das inscrições.

Recomendação: encerre as inscrições aproximadamente **15 dias antes da competição**, para ter tempo suficiente para confeccionar as camisetas.

3. MARKETING

Organize uma sequência de lançamentos durante o período que antecede a competição:

- Lançamento do evento com sua marca;
 - Lançamento do kit com camiseta;
 - Lançamento do formato de inscrição;
 - Nome;
 - Categoria;
 - Camiseta;
 - Nome da dupla;
 - Contato;
 - Definição da forma de pagamento;
 - Atenção às taxas de cartão;
 - Atenção às taxas de antecipação;
 - Lançamento da ficha de aptidão física;
 - Lançamento dos pré-requisitos (**opcional**);
 - Lançamento das provas;
 - Você pode colocar nomes nas provas;
 - Lance as provas com antecedência;
 - Faça provas simples de arbitrar;
 - Lançamento dos patrocinadores;
 - Lançamento do narrador;
 - Lançamento da contagem regressiva;
 - Lançamento dos atletas confirmados.
-

4. CUSTO MÉDIO DE ESTRUTURA

Valores de referência:

Item	Custo médio
Camiseta boa	R\$ 70 a R\$ 80

Camiseta simples	R\$ 40 a R\$ 50
Aluguel de som ótimo	R\$ 1.000
Aluguel de backdrop 4x3	R\$ 1.000
Lona para o backdrop	R\$ 1.000
Fitas para demarcação	R\$ 200
Aluguel de grades	R\$ 1.000
Sistema de pontuação	R\$ 500

5. JUDGES

Head Judge

Defina um **Head Judge**, que será o coach responsável por orientar os judges e definir os padrões de arbitragem.

Equipe de Judges

Monte uma equipe de **judges voluntários**, formada por alunos.

O Head Judge será responsável por orientar essa equipe e garantir que todos estejam seguindo os mesmos critérios.

6. STAFFS

Head Staff

Defina um **Head Staff**, que será responsável por liderar a organização dos materiais entre as provas juntamente com sua equipe.

Observação: utilizando poucos materiais, essa é uma tarefa simples. Porém, utilizando muitos equipamentos e materiais, a operação se torna mais cansativa e complexa.

Equipe de Staffs

Defina uma equipe de **staffs voluntários**, formada por alunos.

1 staff por raia é suficiente.

7. SCORE

Defina uma pessoa responsável pelo lançamento das provas e pela organização da pontuação.

Antes da competição

- Monte as súmulas, que serão as fichas utilizadas para preencher os tempos e as pontuações dos atletas;
- Configure o sistema utilizado para o campeonato;
- Cadastre os atletas em suas respectivas categorias.

Sistema de pontuação

A pontuação normalmente acontece da seguinte forma:

- 1º colocado: **100 pontos**
- 2º colocado: **92 pontos**
- 3º colocado: **84 pontos**
- E assim por diante.

Ao final, **o atleta que tiver a maior quantidade de pontos será o vencedor.**

Quantidade de provas

Geralmente:

Competição de 1 dia:

- 3 provas de cardio;
- 1 prova de PR;
- Total de 4 scores.

Competição de 2 dias:

- 6 scores;
- Sendo 1 deles de PR.

Reclamações

Tenha uma ficha específica para reclamações.

Porém, ajuste a pontuação **apenas quando houver erro na raia do próprio atleta**.

Se quiser, você pode estabelecer um valor para realizar uma reclamação. Isso ajuda a evitar pressão excessiva sobre a pessoa responsável pelo lançamento das provas.

Responsável pelas reclamações

Defina uma pessoa específica para:

- Receber as reclamações;
- Analisar os problemas;
- Resolver as situações.

Não deixe a mesma pessoa responsável pelas reclamações e pelo lançamento dos pontos.

Regulamento

Tenha um regulamento definido para situações como:

- Empates;
- Problemas durante a competição;
- Situações específicas de arbitragem;
- Critérios de desempate.

Existem alguns padrões dentro dos sistemas de score, como o **CHAMPY**, que podem ser utilizados como referência.

8. COMO FAZER UMA COMPETIÇÃO QUE NÃO GERE CUSTOS PARA O EVENTO?

Sabemos que o evento terá um custo alto principalmente com:

- Camisetas;
- Estrutura.

Por isso, a estratégia é buscar patrocinadores que possam quitar esses custos.

Dessa forma, o valor das inscrições pode ser utilizado para cobrir o custo dos atletas, enquanto os patrocínios ajudam a pagar toda a estrutura do evento.

9. PATROCÍNIO MASTER

Sugestão: R\$ 3.000

Entregas:

- Nome associado ao evento;
 - Logo principal;
 - Exclusividade de segmento;
 - Backdrop;
 - Pódio;
 - Camiseta;
 - Conteúdo;
 - Ativação no dia;
 - Espaço físico;
 - Menções do narrador;
 - Conteúdo com atletas;
 - Leads;
 - Relatório pós-evento.
-

10. PATROCÍNIO GOLD

Sugestão: R\$ 2.000

Inclui:

- Logo em áreas estratégicas;
 - 4 a 6 conteúdos;
 - Stories;
 - Espaço de ativação;
 - Sampling;
 - Menções durante o evento;
 - Inclusão em materiais digitais;
 - Possibilidade de cupom;
 - Captação de leads;
 - Relatório pós-evento.
-

11. PARCEIROS QUE VENDEM

Sugestão: R\$ 500

Empresas que podem participar do evento oferecendo seus produtos ou serviços:

- Fotografia;
- Recovery;
- Comida;
- Bebida;
- Sorvete;
- Suplementos;
- Roupas;
- Acessórios;
- Banco;
- Automóvel;
- Plano de saúde;
- Consórcio;
- Construtora;
- Açaí e sorvete;
- Óculos.

12. COMO ABORDAR EMPRESAS?

Utilize uma abordagem personalizada, evitando simplesmente oferecer um espaço de divulgação.

Primeiro contato

“Fala, João. Estou organizando uma competição de CrossFit que vai reunir aproximadamente X atletas e X espectadores aqui na região. Estou selecionando algumas empresas que tenham sinergia com esse público. Vi que vocês trabalham com [produto]. Posso te explicar uma ideia que pensei especificamente para vocês?”

Se responder sim:

“Minha ideia não é simplesmente colocar a logo de vocês no evento. Pensei em transformar a [empresa] na parceira oficial de [categoria], criando uma ativação que gere exposição + experiência + vendas. Posso te mostrar em 5 minutos?”

Só então apresente a proposta.

13. NARRATIVA DO EVENTO

A comunicação com os patrocinadores deve mostrar que a competição é mais do que apenas um evento esportivo.

Narrativa:

“Conecte sua marca a uma comunidade de pessoas apaixonadas por performance, saúde e estilo de vida.”

14. VALOR INDICADO PARA O EVENTO

Para ser um evento seguro financeiramente, o ideal é fazer com que o **custo do evento seja dividido entre os atletas**.

Exemplo

Se o custo total do evento for de **R\$ 15.000** e você tiver **100 atletas**:

$R\$ 15.000 \div 100 \text{ atletas} = R\$ 150 \text{ por atleta}$

Portanto, o valor da inscrição ficaria em aproximadamente:

R\$ 150,00

Dessa forma, **todo o valor de patrocínio entra como lucro**.

Eventos internos geralmente não passam de **R\$ 180,00** de inscrição.

15. EVENTO COM CONVIDADOS

Uma ótima opção é realizar um evento com convidados caso seu box tenha poucos alunos interessados.

Nesse formato, o aluno pode convidar um atleta de fora para formar sua:

- Dupla; ou
- Trio.

Isso permite aumentar o número de participantes e tornar o evento mais atrativo.

16. OBSERVAÇÕES FINAIS

A qualidade de um **bom sistema de som** faz toda a diferença durante o evento.

As **grades** também fazem com que o box realmente se transforme em uma arena, aumentando a sensação de que o atleta está participando de uma competição.

Conte conosco em caso de dúvidas!

Boa sorte em seu evento!