

# Sportsponsoring

“Lokale sportsponsoring als  
volwaardige financieringsbron”

1

## Inhoud presentatie

- Hoofdstuk 1: Sponsoring
- Hoofdstuk 2: Sportsponsoring
- Hoofdstuk 3: Sponsoringbeleid

2

## Hoofdstuk 1: Sponsoring

- Belang van sponsoring
  - Budgetten van 2 miljard \$ (1984) naar 25 miljard \$ in 2001
  
- Plaats in de commerciële communicatie
  - Instrument van de marketing-communicatie
  - Instrument van de Public Relations
  - Door beperkte boodschap (logo/merknaam/imago) nood aan ondersteuning via een geïntegreerde marketingcommunicatie-inspanning

3

## Hoofdstuk 2: Sportsponsoring

- Wat is sportsponsoring?
  - Een zakelijke overeenkomst tss sponsor en gesponsorde
  
  - De sponsor is de verstrekker van een op geld waarderbare prestatie
  
  - De gesponsorde biedt bepaalde rechten en associatie ter verwezenlijking van de doelstellingen van de sponsor
  
  - Direct of indirect voortvloeiend uit de sportbeoefening

4

## Hoofdstuk 2: Sportsponsoring

- Waarom werkt sportsponsoring?
  - Heeft minder last van reclameclutter en- irritatie
  - Sport leent zich voor beleveniscommunicatie
    - merkbeleving → merkbetekenis → merkwaarde
  - Sleutelementen zijn ‘timing’ en ‘relevantie’
  - Belangrijke concepten zijn ‘aantrekkelijkheid’ en ‘geloofwaardigheid’ (celebrity endorsement)

5

## Hoofdstuk 3: Sponsoringbeleid

- Hoofdstuk 3 Sponsoringbeleid
  - Fase 1: Doorlichting van de sportvereniging
  - Fase 2: Verenigingsstappenplan
  - Fase 3: Sponsorbenadering
  - Fase 4: Sponsorcommunicatie!

6

## TC??? - SPONSORBELEID

- FASE 1 : DOORLICHTING VAN DE VERENIGING
- FASE 2 : VERENIGINGSSPONSORSTAPPENPLAN
- FASE 3 : SPONSORBENADERING
- FASE 4 : SPONSORCOMMUNICATIE!

Doorlichting Sponsorstappenplan Sponsorbenadering Communicatie!

## TC??? - *doorlichting van de vereniging*

- SCHIL 1 : DE MISSIE BEPALEN
- SCHIL 2 : OPSTELLEN VAN DOELSTELLINGEN
- SCHIL 3 : OMSCHRIJVING VAN HET AANBOD
- SCHIL 4 : HET BUDGET OF KOSTEN-BATEN ANALYSE
- BESLUIT

Doorlichting Sponsorstappenplan Sponsorbenadering Communicatie! 8

## TC??? - de missie (schil 1)

- Toonaangevend & vernieuwend
- Recreatief en competitief
- Tennisprogramma's op maat
- Jeugdwerking en doorstroming

Doorlichting

Sponsorstappenplan

Sponsorbenadering

Communicatie!<sup>9</sup>

## TC??? - doelstellingen (schil 2)

- De begroting sluitend krijgen
- Het uitbreiden van bestaande activiteiten
- Het opzetten van nieuwe projecten

Doorlichting

Sponsorstappenplan

Sponsorbenadering

Communicatie!<sup>10</sup>

### TC??? - het aanbod (schil 3)

- Bieden van communicatiedragers
- Aanbieden van hospitality
- Verlenen van verkooprechten
- Bieden van promotiemogelijkheden
- Leveren van prestaties via diverse media
- Verlenen van diensten door leden

Doorlichting

Sponsorstappenplan

Sponsorbenadering

Communicatie!<sup>11</sup>

### TC???- het budget (Schil 4)

- De volgende kosten moeten goed ingecalculeerd worden:
  - **tijds -en financiële kost voor sponsorwerving**
  - **tijds -en financiële kost voor sponsorcommunicatie**

**De zekere kosten mogen de onzekere opbrengsten niet overtreffen!**

Doorlichting

Sponsorstappenplan

Sponsorbenadering

Communicatie!<sup>12</sup>

## TC??? - *het besluit*

- De doorlichting van de vereniging op strategisch niveau is belangrijk voor het uitzetten van de koers die in de toekomst gevaren wil worden!

DE VOLGENDE VRAGEN DIENEN BEANTWOORD TE WORDEN:

- **Wie zijn wij en waar staan wij voor?**
  - **Waar streven we naar?**
  - **Hoe denken we dat te bereiken?**
- De antwoorden op deze vragen kunnen leiden tot het opzetten van een verenigingssponsorstappenplan!

Doorlichting

Sponsorstappenplan

Sponsorbenadering

Communicatie!<sup>13</sup>

## TC??? - *Het sponsorstappenplan*

### 7 stappen:

1. Vergaren en communiceren van kennis en informatie
2. Analyseren van de eigen verenigingssituatie
3. Stretching van het sponsoraanbod
4. Sponsorselectie
5. Sponsorbenadering
6. Schriftelijke overeenkomst
7. De samenwerking

Doorlichting

Sponsorstappenplan

Sponsorbenadering

Communicatie!<sup>14</sup>

## TC??? - Stap 1: Vergaren en informeren

1. Up-to-date blijven
  1. bijscholingen
  2. seminars
  3. succesvolle vb van zusterverenigingen
2. Informeren van de leden
  1. vergroten van betrokkenheid
  2. vermindering van weerstand taz sponsoring
  3. open communicatie = breed draagvlak

Doorlichting

Sponsorstappenplan

Sponsorbenadering

Communicatie!15

## TC??? - Stap 2: Analyseren van eigen situatie

### De schillen

### De aandachtspunten

- |                      |   |
|----------------------|---|
| 1. Materialen        | LEDEN, AANKOPEN, LEVERANCIERS, ACCOMMODATIE, PRODUCTANALYSE |
| 2. Processen         | CONTINUITEIT=BETROUWBAARHEID                                |
| 3. Functies          | KADER EN UITVOERING   |
| 4. Mensen            | AFFINITEIT MET SPONSORING                                   |
| 5. Relatiestructuren | ONDERLINGE SAMENWERKING                                     |
| 6. Beleid            | DOELSTELLING EN DRAAGVLAK                                   |
| 7. Indentiteit       | INVLOED VAN SPONSOR   |

Doorlichting

Sponsorstappenplan

Sponsorbenadering

Communicatie!16



## TC??? - Stap 2: analyseren van eigen situatie

Het doorlopen van deze schillen geeft uiteindelijk het antwoord op de volgende vraag:

### WAAROM KIEZEN VÓÓR KWTC ?

Doorlichting

Sponsorstappenplan

Sponsorbenadering

Communicatie! <sup>17</sup>

## TC??? - Stap 2: Waarom onze vereniging?

1. Voortreffelijk kader en groot kapitaal aan kennis
2. Tevredenheid bij leden, leveranciers, omgeving, bestaande sponsors (zie bijlage)
3. Onze sponsors worden in de watten gelegd!
  - \* Wij investeren in een verrassende return!
  - \* Onze tegenprestaties zijn afgestemd op uw verkoop -en communicatiedoelstellingen.

Doorlichting

Sponsorstappenplan

Sponsorbenadering

Communicatie! <sup>18</sup>

### TC??? - Stap 3: stretching van sponsoraanbod

#### 1. Communicatieplatform op punt zetten

- intern= vermindering misverstanden en spanningen
- lokale mediasponsor= verhoogde aantrekkingskracht

#### 2. Uitwerken van communicatiedragers

- pakketten: in verhouding tot inbreng sponsor (hoofd-,co-,nevensponsor)
- specifiek: afgestemd op wensen en behoeften van sponsor

#### 3. Verschillende types van sponsoring: geld, materiaal, accommodatie, know-how, garantie,...

#### 4. PR-pakketten: Verassende return ↔ klassieke return!

Doorlichting

Sponsorstappenplan

Sponsorbenadering

Communicatie!<sup>19</sup>

### TC??? - Stap 3: stretching van sponsoraanbod

#### ● **Klassieke return**

- verzorgde boarding en huisstijl
- permanente logo-aanwezigheid (tennisuitrusting spelers, affiches,...)
- advertenties in clubblad, lokale media,...
- presenting partner van clubevenementen

#### ● **Verrassende return**

- "Sponsordag" tennisclinic voor personeel
- "Bedrijvendag" toernooi personeel van bedrijven
- "Sponsorencompetitie" competitie voor personeel
- "Op stap met de club" de vereniging als sociaal platform
- "Business Club - Info-avonden" platform voor networking

Doorlichting

Sponsorstappenplan

Sponsorbenadering

Communicatie!<sup>20</sup>

## TC ???- Stap 4: sponsorselectie

Van binnen naar buiten= efficiënt

### 1. Intern op zoek

- huidige sponsorbestand en vroegere sponsorrelaties
- kennissennetwerk: ledenbestand, de sportfamilie, leveranciers

### 2. Extern op zoek

- bedrijven die bekend staan om te sponsoren
- analyse van mogelijke doelgroepen uit het ledenbestand (vb. exclusief verkooprecht lokale sportzaak)

Doorlichting

Sponsorstappenplan

Sponsorbenadering

Communicatie! <sup>21</sup>

## TC??? - Stap 5: sponsorbenadering

Volgende 5 aandachtspunten zijn belangrijk:

### 1. Zoek naar een bekende van de potentiële sponsor

- Let op! (niet iedereen is geschikt)

### 2. Het eerste contact

- Telefonisch ↔ Schriftelijk
- Via aanvraag interview

### 3. Presentatie van de vereniging

- 'You never get a second chance to make a first impression'
- Vooral zakelijk en met verstand van zaken

Doorlichting

Sponsorstappenplan

Sponsorbenadering

Communicatie! <sup>22</sup>

## TC??? - Stap 5: sponsorbenadering

### 4. Sponsorvoorstel of de offerte

- Snel en afgestemd op informatie van het onderhoud
- Inhoud (begeleid. brief/inleiding/visie/aanbod/tegenprestaties)

### 5. De onderhandeling of verkoopsgesprek

- Juiste persoon voert het gesprek
- Anticipeer en ontmijn mogelijke bezwaren (zie tips)

‘Van contact tot contract’ met verstand van zaken!

Doorlichting

Sponsorstappenplan

Sponsorbenadering

Communicatie! <sup>23</sup>

## TC??? - Stap 6: het contract

### 1. Beknopt verslag van alle bijeenkomsten

- Miscommunicatie vermijden
- Gemaakte afspraken naleven

### 2. Checklist inhoud sponsorcontract

- Basisgegevens, duur, opzegmogelijkheden,...
- Duidelijke omschrijving van prestaties en tegenprestaties
- Plaats van ondertekening, datum en handtekening

Doorlichting

Sponsorstappenplan

Sponsorbenadering

Communicatie!

## TC??? - Stap 7: de samenwerking

### 1. Het contract is binnen en nu?

- Gouden marketingregel: 'bestaande klanten behouden...'
- Zorg dat de sponsor meer krijgt dan je beloofd hebt!

### 2. Verras je sponsor

- Help de sponsor bij het meten van 'exposure'
- Media stimuleren voor extra aandacht
- Intern enquêtes houden  
Hou aantallen bij (toeschouwers, deelnemers)

### 3. Investeer min. 10% van begrotingsbudget in 'verrassings'-acties

Doorlichting

Sponsorstappenplan

Sponsorbenadering

Communicatie!

**KORTOM  
LEG UW SPONSORS  
IN DE WATTEN!**

Ik dank u voor jullie aandacht

**VRAGENRONDE**