



Sponsoring: Het voorstel

Tips en trics voor sponsoring van de vereniging

Het sponsorvoorstel is het halve werk

Als een vereniging, buiten het werven van advertenties voor het clubblad, nog geen ervaring heeft met sponsoring, dient men zich eerst af te vragen wat er binnen de vereniging te sponsoren is. Denk daarbij aan de vereniging als geheel, het competitieniveau van het hoogste team, het clubgebouw en de directe omgeving en door de vereniging georganiseerde (sport)evenementen. Probeer daarbij op een afstand naar de vereniging te kijken. Verplaats je vervolgens in de positie van de sponsor: wat heeft deze eraan om te sponsoren en wat ziet hij er voor terug? Zijn er wellicht kenmerken aan de tak van sport waardoor bepaalde sponsoren niet en andere sponsoren juist wel in beeld komen. Wat kan de vereniging voor de sponsoren betekenen? Door deze selectie maak je het benaderen van potentiële sponsoren ook gemakkelijker: je begint daar waar je op grond van de eerste selectie het meeste succes verwacht.

Schrijven van een sponsorvoorstel

Na het vooronderzoek begin je met het schrijven van een sponsorvoorstel. Een sponsorvoorstel beschrijft een aantal zaken waaronder in ieder geval het pakket tegenprestaties dat de vereniging de potentiële sponsor aanbiedt tegen een van te voren vastgestelde prijs.

Voorbeelden:

Plaatsing reclamebord (bv. 3 meter) langs het hoofdveld; Plaatsing van een advertentie in het clubblad; Het adopteren van een verenigingsactiviteit; Het recht gebruik te maken van de sportaccommodatie voor een bedrijfsactiviteit.

Het voorstel

Het voorstel moet in goed Nederlands geschreven zijn, er verzorgd uitzien en relevante bijlagen moeten worden meegestuurd. Probeer ook foto's mee te sturen waarop verschillende activiteiten van de vereniging te zien zijn, zodat een potentiële sponsor zich direct een beeld kan vormen.

Het sponsorvoorstel kent vier aspecten:

1. De inleiding: met wie heeft de sponsor te maken?
2. Een begeleidende brief: waarom heeft onze vereniging sponsors nodig en hoe denkt onze vereniging met sponsors om te moeten gaan?
3. Het aanbod: het voorstel dat door de potentiële wordt gedaan
4. De verlangende tegenprestatie: ontwikkel tarieven voor reclameborden, advertenties in het clubblad etc. Probeer ook te denken in diensten als tegenprestatie: bijvoorbeeld het drukken van het clubblad, leveren van deskundigheid en het verzorgen van een sportdag.

Motieven

Een bedrijf dat overgaat tot sponsoring van een sportvereniging heeft daarvoor een aantal motieven:

1. het verhogen van de omzet
2. het vergroten van de naamsbekendheid
3. het verkrijgen van gastvrijheid
4. persoonlijke motieven
5. maatschappelijke motieven

Ad 1. Het verhogen van de omzet

Het verhogen van de bedrijfsomzet kan de sponsor bereiken door het direct leveren van goederen aan de sportvereniging die deze voor de exploitatie van het clubhuis nodig heeft. Indirect kan de omzet van de sponsor verhoogd worden doordat hij de gesponsorde

vereniging gebruikt als communicatiekanaal om potentiële afnemers te bereiken, bijvoorbeeld door het meesturen van reclamemateriaal.

Ad 2. Het vergroten van naamsbekendheid

Voor veel bedrijven geldt dat het verkrijgen van naamsbekendheid in de wereld van het zaken doen, belangrijk is. Daarmee beoogt het bedrijf behoud of uitbreiding van het marktaandeel.

Ad 3. Het verkrijgen van gastvrijheid

Het sponsoren van een evenement kan voor een bedrijf een mogelijkheid bieden om relaties uit te nodigen en te ontvangen in een prettige ambiance. Ook kan het voor een bedrijf prettig zijn zo af en toe te kunnen beschikken over de kantine voor de ontvangst van gasten of het houden van vergaderingen.

Ad 4. Persoonlijke motieven

Zakenmensen kunnen ook om persoonlijke redenen sponsoren. In een dorp komt een lokale ondernemer er bijna niet onderuit om sport te sponsoren, terwijl er niet echt een zakelijk motief voor hoeft te zijn. Vaak hockeyen de kinderen in een jeugd team.

Ad 5. Maatschappelijke motieven

Tot slot zijn er nog maatschappelijke motieven voor het bedrijfsleven om te sponsoren. Een goed voorbeeld komt uit Rotterdam waar de middenstand samen met de gemeente een basketbalveldje heeft gerealiseerd nabij het winkelcentrum. De hangjeugd heeft zo iets om handen en is niet tot overlast van de middenstand en de stad.