



Gode råd om sponsorvirksomhed

Samarbejde med sponsorer er en væsentlig indtægtskilde for mange foreninger. Er det også sådan i din forening, er det vigtigt at passe og pleje alle sponsorer, så de bliver tilfredse og fortsætter, også hvis det sportsligt går mindre godt for foreningen i en periode.

At finde sponsorer er i sig selv et arbejde, der kræver energi, fantasi og forståelse for, hvad virksomhederne forventer som sponsorer. Og når samarbejdet kører og skal give sponsorerne de lovede ydelser, er det opgaven at leve op til aftalerne. Det stiller krav til foreningen om god sponsorpleje, så foreningens økonomi sikres både på kortere og længere sigt.

Vi vil gerne medvirke til at skabe forståelse og interesse i foreningen for en øget indsats på sponsorsiden, så foreningen får flere – og mere tilfredse – sponsorer, derfor har vi samlet en række gode råd, som kan hjælpe foreningen med at etablere en god sponsorbase og et godt samarbejde mellem sponsorerne og foreningen.

Sponsorvirksomheden starter med en god planlægning

En grundig planlægning af arbejdet med at finde sponsorer er vigtig for at skabe gode resultater:

Planlæg foreningens sponsorsøgning i god tid inden sæsonen starter, så I ikke kommer i tidsnød.

Et halvt år før virksomhedernes budgetplanlægning vil være et godt starttidspunkt. Altså normalt om foråret.

Udarbejd en tidsplan for arbejdet. Den skal mindst indeholde følgende:

- Hvornår skal oplæg til sponsorerne være klar?
- Hvornår skal oplægget præsenteres internt i foreningen?
- Hvornår skal salgsarbejdet starte og være tilendebragt?
- Hvornår skal de forskellige reklameaktiviteter, som sponsorerne køber, være klar, og hvornår er sidste frist for aflevering af sponsor-reklamemateriale til trykning på spillertøj, skilte, i medlemsblade og kampagneprogrammer mv.?

Det er vigtigt at få mange ledere og hjælpere inddraget i salgsarbejdet, så deres mange personlige kontakter bl.a. i erhvervslivet kan udnyttes.

Planlæg salgsarbejdet grundigt og lav opfølgingsmøder hver 14. dag i salgsperioden, så resultater løbende registreres, og nye kontakter sættes i gang.

Giv alle foreningens "sælgere" materiale om de firmaer, de skal besøge med oplysninger om:

- Hvad de tidligere har været sponsorer for i foreningen, og hvad de har betalt.
- Kontaktpersoner, adresse og telefon osv.

Lav et sponsorarkiv, så alle sponsoremner, der har været besøgt, registreres med alle relevante oplysninger:

- Firmaer, der sponsorerer foreningen.
- Firmaer, der har været besøgt, men som ikke blev sponsorer, og hvad årsagen i givet fald var.

Opstil en realistisk målsætning, som omfatter mål for hver sponsoraktivitet med hensyn til hvor mange sponsorer foreningen skal forsøge at finde, og hvilket økonomisk resultat, der skal nås, så der er noget at styre efter.

Nedsat et sponsorudvalg i foreningen til at varetage planlægning af foreningens sponsorvirksomhed, og suppler dette udvalg med bestyrelsen og andre fra foreningen, når salgsarbejdet starter.

Præsenter foreningen i et godt sponsoroplæg

Det kan betale sig at gøre noget ekstra ud af foreningens præsentationsmateriale til salgsarbejdet over for sponsorerne.

Et godt præsentationsmateriale er med til at skabe interesse for klubben, og det kan dokumentere, hvad sponsorerne kan få ud af et samarbejde.

Hver forening har sit særlige grundlag og sine tilbud til sponsorer, alt efter hvilken sportsgren den dyrker, det sportslige niveau den har, og hvor stor den er.

Generelt gælder det om at skabe kendskab og interesse hos sponsorerne for foreningens aktiviteter, og for de muligheder sponsorerne har gennem et samarbejde. Her er nogle forslag til indhold til foreningens præsentationsmateriale:

- Find et godt tema til forsiden. Det skal afspejle foreningens sportslige hovedmål eller noget andet, som man synes er interessant for sponsorerne.
- Fortæl kortfattet om foreningens historie i form af væsentlige begivenheder, der har haft indflydelse på foreningen frem til i dag.
- Præsenter kortfattet foreningens mål og strategier samt de planer, der gennemføres for at nå foreningens mål.
- Fortæl hvad sponsorerne kan få ud af et samarbejde med foreningen, f.eks. kontakt til stor medlemskreds, tilskuere, PR, reklameeffekt, godt omdømme etc.
- Fortæl noget om foreningens sportslige baggrund, f.eks. om spillere, trænere, ungdomsafdeling, topresultater, talentudvikling mv. i relation til foreningens mål og planer.
- Fortæl i hovedtræk om foreningens økonomi, hvordan den er sammensat. Vedlæg et årsbudget for den indeværende eller kommende sæson.
- Præsenter på en overskuelig måde foreningens sponsor- og reklametilbud og fortæl hvad de koster.
- Afslut oplægget med en samlet oversigt over alle sponsortilbud og priser. Den skal kunne bruges til at registrere sponsorens bestillinger samt sponsoroplysninger og være en hjælp til både sponsorer og foreningens sælgere.

Sørg for at foreningen har sponsortilbud på forskellige niveauer, så alle virksomhedstyper og -størrelser har mulighed for at være med.

Find eksempler på sponsortilbud og materialer fra andre foreninger og brug dette til inspiration, når foreningen selv går i gang med at planlægge indhold i eget præsentationsmateriale.

Brug fantasien – vær kreativ med hensyn til indhold og materialets udseende. Det er altid en god døråbner for foreningens sælgere, og det bliver påskønnet i sponsorforhandlingerne.

Resultatorienteret salgsarbejde

Når foreningens præsentationsmateriale er klar, kan salgsarbejdet gå i gang.

I den planlagte salgsperiode er det nu opgaven først og fremmest at få kontakt til alle virksomheder i lokalområdet, dernæst nationalt i det omfang foreningen er interessant for større landsdækkende virksomheder:

- Sørg for at foreningens sælgere er godt informeret om præsentationsmateriale og tilbud, så de kan optræde med en bred viden om foreningen over for sponsorerne. Lav et informationsmøde, hvor I gennemgår oplægget og giver gode råd om anvendelsen og kontakten til sponsoremnerne.
- Gennemfør et samlet møde for alle nuværende sponsorer og præsenter foreningens nye sponsoroplæg.
- Prioriter kontaktarbejdet og følg sponsormødet op, så alle nuværende sponsorer besøges først og læg derefter en plan for besøg hos øvrige emner efter en vurdering af muligheder og salgsstyrkens personlige kontakter mv.
- Hold personlige møder hos hvert enkelt sponsoremne. Aftal møderne hos de større virksomheder i god tid.
- Forsøg så vidt muligt at gennemføre kontakten til sponsoremnerne, inden deres budgetteringsperiode starter.
- Sørg for at sponsorerne får tilsendt en bekræftelse af aftaler i form af en kontrakt eller aftalebrev umiddelbart efter, at aftaler er indgået. Bekræftelsen skal klart fortælle om aftalernes indhold samt betalingsforhold, så de juridiske forhold er bragt i orden fra starten.

Pas godt på foreningens sponsorer

Et er at finde sponsorer, et andet er at få tilfredse sponsorer. Er sponsorpenge en vigtig del af foreningens økonomi, er der ikke råd til at miste sponsorerne igen på grund af dårlig sponsorpleje, så derfor er sponsorpleje en god investering i et langsigtet samarbejde med alle foreningens sponsorer og et middel til at tiltrække kommende sponsorer.

Sponsorleje omfatter alt lige fra "værdi for pengene" til opfyldelsen af sportslige mål og indgåede aftaler, information, og den løbende kontakt mellem sponsorerne og foreningen.

Dette stiller nogle krav til foreningen:

- Lav en kontaktordning, så alle foreningens sponsorer har en kontaktperson i foreningen. Det er vigtigt, at man kan komme i forbindelse med hinanden, hvis noget går galt, eller der er behov for information.
- Sørg for hyppig kontakt til sponsorerne:
 - Hold jævnlige fælles informationsmøder med sponsorerne.
 - Send løbende informationsbreve til sponsorerne med nyheder fra foreningen.
 - Lav på skift besøg hos foreningens større sponsorer med foreningens 1. hold og brug det i PR-arbejdet.
 - ½Inviter sponsorerne med til foreningens fester, pressemøder og kampe på hjemme- og udebane.
- Giv sponsorerne nøglepersoner særlige fordele i forbindelse med foreningens kampe – VIP-plads – halvlegsforplejning i VIP-rum etc.
- Overhold alle aftaler til punkt og prikke og vær ikke tilbageholdende med at give gratis ydelser ud over det aftalte.
- Tænk i alle sammenhænge på at tilgodese foreningens sponsorer.
- Sørg altid for at få sendt aviserne billeder af nye spillere og hold med de nye sponsorreklamer på og husk at få gamle fotos kasseret!