

Toolkit uitleg



Sponsoring

Doel

wat en wie wil ik bereiken?

Zoekt u een ontmoetingsplaats om uw relatienetwerk uit te breiden of wilt u de naamsbekendheid van uw bedrijf verhogen? Bepaal vooraf - en niet zoals vaak gebeurt pas achteraf! - welk doel en wie u wilt bereiken met sponsoring?

Selecteer scherp

Zodra u uw sponsordoelen heeft bepaald, kunt u een bijpassend project, evenement, individu/groep mensen selecteren. Maak ook een keuze in de 'sector': sport, kunst, cultuur, milieu of juist iets heel anders. En bepaal of u lokaal, regionaal of nationaal actief wilt worden. Spreekt het te sponsoren evenement, project of organisatie uw eigen medewerkers ook aan? Welke andere bedrijven en/of organisaties zijn al actief als sponsor? Allemaal zaken om rekening mee te houden bij uw keuze. En vermijd sentiment en emoties. U sponsort om bedrijfsmatig iets te bereiken, niet omdat de directeur zo'n aardige vent is of omdat u zelf graag een balletje trapt.

Zorg voor samenhang

Sponsoring staat niet op zichzelf maar is een van de (marketing)communicatiemiddelen die u al gebruikt. Probeer waar mogelijk een link te leggen. Bijvoorbeeld door het logo van de door u gesponsorde partij te vermelden op uw werkkleding, bedrijfsauto, steigerborden of facturen. Op die manier draagt u actief uit dat uw bedrijf de betreffende organisatie of het project (financieel) ondersteunt.

Leg afspraken vast in een sponsorcontract

Zaken die in zo'n contract terugkomen zijn onder meer het bedrag dat u als sponsor betaalt, duur van de overeenkomst, afspraken over het gebruik van logo's in commerciële uitingen (denk aan advertenties), verplichtingen en rechten van u als sponsor en het door u gesponsorde bedrijf of instelling, voorwaarden voor verlening, maar ook ontbinding. Wat bijvoorbeeld als de gesponsorde partij negatief in het nieuws komt?

Evalueer

De (reclame)opbrengsten van sponsoring zijn vaak moeilijk meetbaar.

Probeer toch een antwoord te krijgen op vragen als Hebt u als sponsor gekregen wat u wilde? Zijn afspraken nagekomen door de gesponsorde partij? Wegen de opbrengsten op tegen de kosten? Evalueren is noodzakelijk om een zorgvuldige afweging te maken of sponsoring voor herhaling vatbaar is.

Enkele voorbeelden

Hieronder vindt u enkele voorbeelden van sponsormogelijkheden. Let wel, het zijn slechts voorbeelden waaraan geen rechten kunnen worden ontleend. In alle gevallen waarvoor u als sponsor wordt benaderd, geldt: Bepaal voor uzelf wat de verschillende promotiemogelijkheden u waard zijn!

Sport

➡ Voetbalvereniging Vooruit is een bekende amateurclub in de regio en heeft een grote aanhang. Een van uw kinderen speelt in het juniorenteam en u bent benaderd om het team te sponsoren. U kunt kiezen uit sponsoring van de shirts en/of de trainingspakken. Een andere mogelijkheid is bordsponsor te worden.

Toolkit uitleg



Sponsoring

Aan elke variant hangt een prijskaartje met bijbehorende tegenprestaties. Als bordsponsor moet u rekenen op zo'n 200 euro per seizoen met een contractduur van vijf jaar. In totaal dus 1.000 euro. U krijgt daarvoor twee seizoenskaarten en uw reclamebord staat langs het veld. Wilt u uw bedrijfsnaam promoten via de shirts of de trainingspakken? Hou dan rekening met jaarlijks zo'n 750 euro gedurende een periode van drie jaar. Dat betekent een investering van 2.250 euro. Voor zo'n 1.250 euro extra heeft u toegang tot de businessclub, krijgt u een vermelding op de site van de club en traint het elftal in pakken met uw bedrijfsnaam.

► Thomas Haas, een aardige jongen bij u in het dorp / de stad, is een tennistalent. Hij is flink aan het trainen en dat kost geld. Naast trainingskosten, maakt hij ook kosten voor materiaal en reis- en verblijfkosten voor nationale en internationale toernooien. U wilt hem graag financieel ondersteunen, zodat hij zijn talent verder kan ontwikkelen. In ruil voor uw bijdrage, tennist hij alle wedstrijden met uw bedrijfsnaam prominent op zijn shirt en kunt u hem jaarlijks een keer inzetten voor een tennisclinic met uw klanten. Kosten? Vanaf zo'n 5.000 euro. Wilt u minder sponsoren? Dat kan ook. Voor 1.250 euro bent u subsponsor. U kunt dan nog steeds rekenen op een clinic met uw relaties, maar de shirtreclame vervalt. Hou bij uw sponsorkeuze rekening met het feit dat de tennisser wedstrijden speelt in het hele land. Is shirtreclame voor u zinvol of is een clinic met relaties uit de regio voor u voldoende? Het verschil in prijskaartje is immers groot.

Kunst en cultuur

► Veel musea bieden de mogelijkheid lid te worden van een vrienden- of businessclub of een tijdelijke expositie financieel te ondersteunen. De kosten lopen uiteen van enkele tientallen tot duizenden euro's. De tegenprestaties variëren enorm en zijn mede afhankelijk van uw eigen creativiteit! Denk aan een speciale relatie-/klantenbijeenkomst met een toelichting op de expositie/collectie door de conservator van het museum, een naamsvermelding in de (door de kunstenaar gesigioneerde!) catalogus (die kunt u bijvoorbeeld als relatiegeschenk inzetten), gratis toegangskaarten of kortingscoupons die u kunt weggeven aan klanten (leuk om mee te sturen met uw factuur), logo en een link naar uw site. Ook in geval van cultuursponsoring geldt: hoe dieper u in de buidel tast, des te meer mogelijkheden om uw eigen bedrijf onder de aandacht te brengen.

► Een van uw medewerkers speelt een aardig deuntje mee in de regionaal bekende muziekbands 'Herrie', die binnenkort 10 jaar bestaat. Een grote wens is een jubileumconcert te organiseren. Dat betekent onder meer extra oefenen, een geschikte locatie afhuren, catering regelen en publiciteit maken. En daar is geld voor nodig. Het muziekgenre spreekt u zelf wat minder aan, maar u weet wel dat de band een groot aantal fans heeft bij een zeer gevarieerd publiek. De muziekbands gaan ook een jubileum-cd uitbrengen. U besluit om de band te sponsoren door 100 cd's vooraf te bestellen. Als tegenprestatie wordt uw bedrijfslogo op het cd-hoesje geplaatst. De cd zet u in voor een mailing naar potentiële klanten. Vragen zij voor een bepaalde datum een offerte aan, dan ontvangen zij een cd bij uw offerte. Krijgt u de opdracht voor de klus, dan maken zij bovendien kans op gratis vrijkaartjes voor het jubileumconcert (die heeft u in overleg met de band met een fikse korting kunnen inkopen).

Aansluiten bij een bestaand lokaal / regionaal muziek- of popfestival kan natuurlijk ook. Voor bedragen tussen € 100 en € 500 bieden zij tal van publicitaire mogelijkheden, zoals vermelding van uw logo en een link op de site naar uw eigen site, een advertentie in het programmaboekje, toegang tot de artiestent en backstage, naams-/logovermelding op affiches en driehoeksborden.

Toolkit uitleg



Sponsoring

Divers

➡ Het buurtcentrum was toe aan een grondige renovatie. Dankzij uw bijdrage (in menskracht en materiaal) zit het hele gebouw weer strak in de lak. Als dank voor alle sponsorbijdragen hangt er bij de entree van het centrum jarenlang een plaquette met alle namen en logo's van de bedrijven die hun steentje hebben bijgedragen. Ook uw bedrijfsnaam staat er tussen!

➡ Een van uw kinderen zit op de school Pietje Precies en komt trots thuis met een waterverftekening. Dat brengt u op een idee. Scholen moeten steeds meer letten op de financiën en moeten soms bezuinigen op de aanschaf van materiaal. U benadert de schooldirectie en biedt aan om gedurende een of meerdere jaren de penselen / verfkwasten voor de lessen handenarbeid gratis ter beschikking te stellen. Als tegenprestatie spreekt u af dat uw bedrijfsnaam op alle penselen mag worden vermeld. Er zijn immers altijd wel moeders die een handje komen helpen tijdens de lessen...