

Sponsring

- Och dess möjligheter



Sponsring är ett effektivt sätt för företag att öka kännedomen om sitt varumärke och koppla samman det med en idrottsförenings positiva värden. Man ska se sponsring som ett kommunikationsverktyg som öppnar vägar till kommunikation med konsumenter och sätt att bygga upp sitt varumärke. Sponsring är inte längre enbart synlighet för företag utan relationsskapande. Rätt partnerskap kan ge bra inkomster till en förening.

Detta material ger er verktyg som ni kan jobba med i er förening för att lyckas med ert sponsringsarbete. Hitta ett lite mer strategiskt sätt att jobba, hitta nya vägar och nya intäktsmöjligheter.

”Sponsring är associationsmarknadsföring; en affärsmässig metod för kommunikation, marknadsföring och försäljning. Sponsring bygger på ett kommersiellt avtal mellan (normalt) två parter där ett företag betalar för kommersiella rättigheter till ett evenemang, en person, organisation, ett projekt etc.”

Sponsring

- Och dess möjligheter



1 Förarbetet:



TIPS!

Förarbetet är A & O. Läggn
ner tid på den delen!

Förväntningar: Vad är den gemensamma målbilden för sponsringsarbetet

Förutsättningar: Är det saker som kan påverka sponsringen, tex Corona, lågkonjunktur mm

Organisation: Har ni en struktur inom organisationen som kan jobba med sponsring, finns det drivna medlemmar som har erfarenhet eller intresse?

Sponsring

- Och dess möjligheter



2 Skapa erbjudandet:

Avtalsrättigheter & motprestationer:

Eftersom sponsring är ett marknadsmässigt samarbete måste värde bytas mellan rättighet och sponsor. Rättigheten får oftast pengar, eller barter (byte av tjänster), och sponsorerna motprestationer av olika slag. Dessa motprestationer, som vi kallar avtalsrättigheter, är grunden i erbjudandet.

Rättighetskatalog:

Kartlägg alla kanaler ni har. Lista och förklara vilka fysiska kanaler som finns. Lista alla matchevenemang och publika träffar och event som finns under året. Vilka digitala kanaler har ni? Har ni nätverk som kan vara av intresse? Ett lag? Förtydliga och ge exempel på när och hur sponsorn skulle kunna exponera sina produkter och tjänster.

Sponsring

- Och dess möjligheter



Östergötland

3 Forma erbjudandet:

Exempel på sponsorstruktur:

Huvudsponsor/sponsorer: Max 2-3 i en mindre förening

Värdar: Tex en "lagvärd"

Officiella partners: Tex Trimtex kläder, bussbolag

Officiella leverantörer: Tex energidryck, korv



TIPS!

Kollar runt på andra föreningar/lag hur deras erbjudande ser ut för inspiration!



TIPS!

Varje sponsor är din viktigaste sponsor

Huvudsponsorer

--	--	--

Värdar

--	--	--	--	--

Officiella partners

Officiella leverantörer

--	--	--	--	--	--

Paketering: Viktigt att pakteringen skiljer sig åt beroende på vilken "nivå" av sponsring det är



- Kolla runt hur andra konkurrerande föreningar prisställer sina erbjudanden

- Att ta rätt betalt för sina sponsorpaket och motprestationer är en förutsättning för ett hållbart sponsorarbete.
- Det finns inte någon verktygslåda för hur man bestämmer prisnivåerna på motprestationer.
- I Sverige finns inte någon allmän branschstandard för hur sponsring ska prissättas eller värderas.
- En stor del av prissättningen handlar därför om att skapa en argumentation som både föreningen och potentiella sponsorer kan stå bakom.
- Priset på sponsring styrs av marknaden och skiljer sig därför åt från fall till fall mellan sponsorer och föreningar.

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Sponsring

- Och dess möjligheter



Östergötland

5 Försäljningsarbetet:

**TIPS!**

Utan små sponsorer får
man inga stora sponsorer

Identifiering:

Vad är det för typ av sponsorer som föreningen behöver? Att hitta sponsorer bara för att klara budget är INTE en bra lösning, utan ett syfte och mål med sponsorn ni tänker närma er är viktigt.

Research:

Lägg ner tid på att läsa på om era potentiella sponsorer, är man påläst är det lättare att lägga fram ett erbjudande som passar och är relevant.

**TIPS!**

Kom förberedd och påläst
om sponsorns verksamhet
och marknad

Säljtillfälle:

Hur, var och när ska vi försöka ta kontakt och "sälja in" föreningen.

Sponsring

- Och dess möjligheter



6 Avtal:

**TIPS!**

Ett avtal kan vara både av ekonomisk sort eller ett barteravtal, dvs byte av tjänster

Exempel på vad ett avtal kan innehålla:

- Syftet med avtalet
- Lista på avtalsparterna inklusive tillhörande organisationsnummer. En kort bakgrund till respektive aktörs verksamhet.
- Målsättning med sponsorskapet. Tydliggör i texten att det rör sig om ett kommersiellt avtal och inte någon dold gåva eller välgörenhet.
- Föreningens åtaganden. Lista vilka motprestationer som är aktuella från föreningens sida. Tydliggör vem som ska stå för vilka kostnader.
- Sponsorns åtaganden. Lista sponsorns löften som ni har diskuterat er fram till. Exempelvis när och hur utbetalningar ska ske, vem av parterna som betalar tillkommande kostnader som kan uppstå. Här kan man också tydliggöra vilken värdegrund som sponsorn har att förhålla sig till i samarbetet.
- Vad händer om förändringar uppstår som påverkar samarbetet? Tydliggör olika scenarier i kontraktet. Tex Corona
- Uppföljning och utvärdering av sponsorskapet
- Avtalstid och option. Vilken tidsperiod omfattar avtalet? Har sponsorn företrädesrätt att ingå fortsatt avtal? En rekommendation är att man skriver avtalat med en option på 1+2 år.
- Kontaktpersoner. Ange en huvudkontaktperson och en sekundär kontaktperson för respektive part.
- Undertecknande. Undertecknandet sker genom namnförtydligande, underskrift, datum och ort från respektive part. Se till att underrätta två identiska exemplar, varav de båda parterna får var sitt exemplar.

**TIPS!**

Gör en avtalsmall med er förenings profil.



Bra fördjupningsmaterial

Branchorganisationen SES Sponsring & eventsverige www.ses.se

Gyllene Hjulet: Branschtävling inom sponsring www.gyllenehjulet.se

Boken Hållbar sponsring: www.hallbarsponsring.se

STORT LYCKA TILL!

Vill ni ha
hjälp?

Kontakta er
idrottskonsulent!



Östergötland

LINKÖPING

Fastes gata 4, 582 78 Linköping

Besöksadress: Idrottens Hus, Linköping Arena

NORRKÖPING

Wilhelm Wibergs gata 170, 603 77 Norrköping

Besöksadress: Idrottens Hus, Klockaretorpets Centrum

MOTALA

Repslagaregatan 3, 591 30 Motala

Besöksadress: Folkets hus