



SPONSORS WERVEN EN BEHOUDEN ZO DOE JE DAT!

Een actief sponsorbeleid zorgt er voor dat er zowel nieuwe sponsors worden aangetrokken als dat huidige sponsoren zich meer verbonden voelen met de vereniging. Het uitgangspunt is het creëren van een win/win situatie. Om dat te bewerkstelligen is het noodzakelijk sponsoren te vinden die passen bij de vereniging.

MÉÉR SPONSORS IN KORTERE TIJD

5 STAPPEN NAAR SUCCES!



STAP 1

ANALYSE VAN DE ORGANISATIE

Een goed beeld van het ledenbestand, bijvoorbeeld op het gebied van leeftijd of inkomensklasse, geeft inzicht in hoe interessant de vereniging is voor potentiële sponsors en ook voor welk soort bedrijven dit het geval is.



STAP 2

DE VOORBEREIDING

Om de juiste bedrijven te benaderen maak je eerst een shirtolist van 15 bedrijven. Het gaat er niet alleen om kansrijke bedrijven te benoemen, maar ook te weten wie jij, of jouw contact, daar kent. Brainstorm onder meer aan de hand van eigen contacten, contacten van partners, leden, leveranciers en familieleden.

Denk ook na over de tegenprestatie die aan geïnteresseerde bedrijven kan worden geboden. Dit is sterk afhankelijk van de motieven van de potentiële sponsor. Het is belangrijk dat iedere potentiële sponsor een tegenprestatie geboden wordt die passend is bij het bedrijf en doelstelling. Dus geen standaard pakketten, maar aansluiten bij de wensen en behoeften van de sponsor. Voordat je de potentiële sponsors gaat benaderen is het belangrijk deze te analyseren.

Het analyseren zorgt ervoor dat je goed beslagen ten ijs komt bij het benaderen en je de kans op een vervolgesprek vergroot. Een potentiële sponsor zal, zeker als die de vereniging niet goed kent, willen weten met wat voor vereniging het bedrijf eventueel te maken krijgt. Het ligt dan voor de hand dat de potentiële sponsor de verenigingswebsite bezoekt om te zien wat voor vlees hij in de kuip heeft. Zorg dat duidelijk wordt wat voor vereniging het betreft, welke doelgroep bediend wordt, hoe met sponsors wordt omgegaan en hoe deze geëtaleerd worden.

"Het sterkste punt: het voorbereiden van de introductie- en vervolgespreken!" Peter van Breukelen, Atletiekvereniging Zaanland





STAP 3

HET INTRODUCTIEGESPREK

Het introductiegesprek, de eerste kennismaking, is sterk bepalend voor een eventuele relatieopbouw. De kennismaking kan je nooit weer opnieuw doen. Daarom moet dit onderdeel, misschien wel het belangrijkste onderdeel van de totale aanpak, goed voorbereid worden. De ervaring leert dat het verstandig is niet als eerste bedrijven te benaderen die bij de hoogste vijf staan op de shortlist. Doe eerst ervaring op. Bij veel bedrijven krijg je direct te maken met 'reflexbezwaren'. Er wordt meteen verteld dat men het nu te druk heeft of dat het budget al vergeven is of dat men dit soort zaken nooit doet. Denk er over na wat je doet je als de gebelde man/vrouw op deze manier direct laat merken niet geïnteresseerd te zijn. Bedenk dat hét doel van dit gesprek een vervolgspraak is voor een 'live' gesprek met de juiste persoon binnen het bedrijf. Laat je niet uit de tent lokken en geef de meeste essentiële informatie pas in het face-to-face vervolggesprek.



STAP 4

HET VERVOLGESPREK

Ook bij het vervolggesprek is de kans op succes het grootst na een goede voorbereiding. Daarom adviseren wij om door middel het vervolggesprek eerst uit te schrijven. Vertel niet te veel over de vereniging maar wees vooral geïnteresseerd in het bedrijf en de win/win situatie die kan worden gecreëerd. Spreek dus ook niet over sponsoring, maar over samenwerking. Leg de gemaakte afspraken goed vast in een overeenkomst.



STAP 5

SPONSORBELEID EN BEHOUD

Sponsorbeleid verankert de gezette stappen binnen de vereniging. Het beleid is het geheel van ideeën, afspraken en middelen die het mogelijk maken de sponsordoelstellingen van de vereniging te realiseren.

"MSKT is een prachtige toolkit voor sponsorwerving en bruikbaar voor iedere sportvereniging!" Claudia Sulsters, Van Zijderveld





MEER PRAKTISCHE ONDERSTEUNING NODIG?

Als je als vereniging intensief aan de slag wilt met het werven en behouden van sponsors volg dan de cursus Meer Sponsors in Kortere Tijd. Hierbij word je intensief gecoacht om het gewenste aantal sponsors te werven.

Kijk op www.meerinkortertijd.nl voor meer informatie



"Het resultaat mag er zijn: uiteindelijk meer dan € 6.000 !" TC Ursem



www.meerinkortertijd.nl