Hoofdstuk 5: Wat heeft de vereniging te bieden?

Als je weet wie de potentiële sponsoren zijn, is het belangrijk om de volgende vraag te stellen: Wat heeft de vereniging deze potentiële sponsoren te bieden? Tijdens deze stap breng je de verschillende tegenprestaties van de vereniging in kaart. Hierbij kun je gebruik maken van de verzamelde informatie uit stap 3 en 4.

5.1 Communicatie & promotie

Communicatie- en promotiemogelijkheden zijn één van de belangrijkste en meest voorkomende tegenprestaties die de vereniging kan bieden. Communicatiemogelijkheden bestaan uit het vermelden van de naam en/of logo van de sponsor op materialen van de vereniging. Daarnaast kan de potentiële sponsor promotie maken via de communicatiemiddelen van de vereniging.

U kunt denken aan:

- Naam en/of logo op wedstrijdkleding, trainingskleding, tassen van het eerste team
- Naam en/of logo op boarding, vlaggen of dug-outs
- De accommodatie, sportvelden/sportzalen of kleedkamers de naam van de sponsoren geven
- Naam en/of logo op het welkomstbord, scorebord of mededelingenbord
- Naam en/of logo op binnen reclame of sponsorwand in de kantine
- Naam en/of logo van op briefpapier, posters, programmaboekjes, folders bij de aankondiging van activiteiten of toegangsbewijzen van evenementen
- Plaatsen van reclame of producten in een vitrinekast
- Naam en/of logo op het jaarverslag in het clubblad, de (digitale) nieuwsbrief of op de website.

Als de vereniging geen eigen accommodatie heeft, kunnen vlaggen en reclame met de naam en/of logo van de sponsor opgehangen worden tijdens trainingen, evenementen en (neven)activiteiten van de vereniging.

Voorbeelden van sponsoruitingen bij een vereniging zonder eigen accommodatie:

Zwemvereniging “de Vis” heeft tijdens een zwemwedstrijd elk startblok voorzien van een vlag met de naam/logo van een sponsor. Zo is er een : Gammabaan, Karweibaan, Praxisbaan, Hornbachbaan etc.

5.2 Gastvrijheid

De vereniging kan als tegenprestatie potentiële sponsoren en haar zakelijke relaties ontvangen en entertainen tijdens wedstrijden, toernooien en andere activiteiten van de vereniging. Deze tegenprestaties worden door sponsoren ingezet om in contact te komen met andere bedrijven en de relatie met bestaande zakenpartners te verbeteren.

Voorbeelden:

- De sponsor mag gebruikmaken van de accommodatie van de vereniging
- De sponsor kan op de accommodatie van de vereniging een toernooi organiseren waaraan teams van klanten deel kunnen nemen
- De sponsor kan met haar relaties een wedstrijd van het eerste elftal of de selectie bijwonen
- Organiseer sponsorbijeenkomsten of sponsoravonden waarop alle sponsoren van de vereniging bij elkaar komen.

TIP · Zorg voor voldoende gastvrijheid en communicatie- en promotiemogelijkheden. Het Rotterdamse bedrijfsleven vindt dit erg belangrijk.

5.3 Imago

Door het sponsoren van de vereniging proberen bedrijven hun eigen imago te verbeteren. Een sponsor onderneemt dan ook acties om aan de buitenwereld te laten weten dat hij sponsor is van jouw vereniging. Wanneer de potentiële sponsor zijn imago verbetert met behulp van jouw vereniging, dan levert de vereniging een tegenprestatie. Zo kan jouw vereniging als (aankomend) kampioen van de regio, of met een titel zoals “meest duurzame accommodatie” interessant zijn voor een bedrijf.

Voorbeelden:

- De sponsor mag in advertenties vermelden dat het de vereniging ondersteunt
- De sponsor mag de vereniging vermelden op hun website
- De sponsor mag gebruikmaken van teamfoto’s van de vereniging in de kantoren van de sponsor
- De sponsor mag het sponsorschap vermelden op posters, folders en brochures.

5.4 Verkooprechten

Met het verkooprecht mogen sponsoren hun producten en/of diensten verkopen op de vereniging gedurende het jaar of tijdens wedstrijden en/of (neven)activiteiten van de vereniging. De sponsor kan dan met een stand of kraampje aanwezig zijn. Ook het schriftelijk benaderen van de leden is een mogelijkheid. Zorg dat maar een aantal sponsoren het verkooprecht krijgen om overkill te voorkomen. Overleg eerst met de huidige sponsoren voordat je het verkooprecht aan nieuwe sponsoren gaat aanbieden.

5.5 Unieke tegenprestaties

Sponsoring van een vereniging wordt voor ieder bedrijf aantrekkelijker als de vereniging unieke tegenprestaties aanbiedt. Deze tegenprestaties worden speciaal bedacht voor de potentiële sponsor en is dus maatwerk.

Voorbeeld van een unieke tegenprestatie:
Zwemvereniging 'Splash' heeft de Beren Eetcafés als sponsor binnen gehaald. Als unieke tegenprestatie zorgt de vereniging voor een levensechte Beren mascotte tijdens alle evenementen, wedstrijden en activiteiten. Ook mag de Beren Eetcafés de catering verzorgen op deze evenementen, wedstrijden en activiteiten.

Andere voorbeelden:

- De vereniging geeft een aantal keer per seizoen een demonstratie/clinic op aanvraag van de sponsor
- De sponsor heeft het recht haar naam te koppelen aan één van de evenementen of activiteiten die uw vereniging organiseert
- De sponsor mag folders verspreiden tijdens evenementen, wedstrijden en/of nevenactiviteiten van de vereniging
- Ontwikkel een ledenpas voor de leden. Met deze ledenpas krijgen de leden korting bij de sponsor. Hierdoor zal de sponsor meer klanten krijgen.

· TIP · Organiseer brainstormsessies voor unieke tegenprestatie, probeer creatief te zijn en denk 'out of the box'

Resultaat stap 5
Je hebt in beeld gebracht wat de vereniging te bieden heeft op het gebied van communicatie, promotie, gastvrijheid, imago en andere tegenprestaties. Dit heb je nodig voor stap 6.