

Wie man Sponsoren gewinnt...

Persönliche Checkliste – Sponsoringkonzept.

1. Einrichten eines Projektteams

- Sind alle relevanten Personen eingebunden?
- Können bereits bestehende Partnerschaften genutzt werden?

2. Sponsoringintegration

- Ist eine Sponsoringintegration überhaupt sinnvoll?
- Welchen Einfluss könnte der Sponsor auf Ihr Projekt haben?
- Sind Sie bereit, Kompromisse einzugehen?
- Wie könnten diese Kompromisse aussehen?

3. Definition eigener Leistungen

- Sind die anzubietenden Leistungen genau definiert und beschrieben?
- Sind die einzelnen Leistungen inhaltlich konkretisiert?

4. Interne Sponsorenstruktur

- Ist eine interne Sponsorenstruktur festgelegt?
- Ist die Struktur beschrieben?
- Können zusätzliche Partner gewonnen werden?

5. Sponsorpakete

- Haben Sie bei der Zusammensetzung die Sponsorenstruktur bedacht?
- Welche Leistungen soll der Hauptsponsor erhalten?
- Welche Leistungen sind für weitere Partner vorgesehen?
- Was passiert, falls ein Hauptsponsor nur ein Teilpaket möchte?
- Lässt sich das Gesamtpaket sinnvoll teilen?

6. Wert des Sponsoringpaketes

- Haben Sie nach Äquivalenzpreisen gesucht?
- Können Sie einen Vergleich zur klassischen Werbung herstellen?
- Sind die Preise klar und transparent formuliert?

7. Auswahl potenzieller Sponsoren

- Wer könnte einen besonderen Nutzen von der Partnerschaft haben?
- Kann die Gesamtzielgruppe noch spezifiziert werden?
- Haben Sie nach relevanten Informationen zum Partner recherchiert?
- Haben Sie eine Branchenliste erstellt und sondiert?
- Passen die identifizierten potenziellen Partner zu Ihnen?
- Ist der potenzielle Sponsor glaubwürdig?
- Ist vielleicht Kompensationssponsoring möglich?

Informationen

Fragen
Beratung

Sprechen Sie uns an.

BEA. Wirtschafts- und Organisationsberatung GmbH

Friedrich-Ebert-Straße 58

59425 Unna

Fon (02303) 1 69 21 Fax (02303) 2 36 94

Email s.jachmann@bea-beratung.de

Internet: www.bea-beratung.de

Wie man Sponsoren gewinnt...

Persönliche Checkliste – Präsentation.

1. Kann die Präsentation innerhalb kürzester Zeit das Interesse bei Ihrem potenziellen Sponsoringpartner erwecken?
2. Ist die Präsentation dem Ansprechpartner so verständlich, dass die Inhalte und Anliegen auch bei unternehmensinternen Gesprächen ohne Ihre Erklärungen transportiert werden können?
3. Ist die Präsentation so angelegt, dass Sie auch bei länger andauernden Verhandlungen nicht an Aktualität verliert.
4. Ist eine unübersichtliche Gestaltung vermieden?
5. Haben Sie beachtet, dass sämtliche relevanten Daten vorhanden sind und haben Sie diese noch einmal auf Ihre Richtigkeit überprüft? Entscheiden Sie, welche Daten bereits im Erstkontakt angeführt werden müssen und welche Daten erst bei möglichen Verhandlungen angeführt werden können. So vermeiden Sie Überfrachtung.
6. Haben Sie auf Emotionalität verzichtet? Sie suchen schließlich einen Geschäftspartner.
7. Ist Ihnen in der Vorfeld-Recherche aufgefallen, dass der potenzielle Sponsor sich bereits in ähnlichen Projekten engagiert? Nutzen Sie diese Information aktiv.
8. Haben Sie sich auf die Fakten konzentriert? Weitergehende Informationen, Datenbestände oder Detailinformationen bereiten Sie zwar auf, halten diese jedoch nur auf Abruf bereit.