

Sponsring och att sälja in sin verksamhet

Projekt Finansieringskällor för
förbunden

Robert Nilsson

Projektledare, Förbundsarenan

robert.nilsson@forbundsarenan.fi

040-7080285



UPPLÄGG

- 25.8 – introduktion, vad är sponsring, olika nivåer av sponsring, introduktion till att sälja in verksamheten.
- 1.9 – fortsättning av att sälja in verksamheten, erfarenheter från näringslivet, introduktion till case.
- 8.9 – genomgång av case, diskussion samt utvärdering.



CASE



Alla deltagare får möjligheten att mellan träff nummer två och tre göra en fiktiv sponsoransökan till Buster Boats och CapMan.

Till sparringgruppen har vi med oss Johan Finnberg, marknadsdirektör vid Buster Boats samt Joakim Frimodig, styrelseordförande vid CapMan.

Annette, Henna och Gunilla → Johan.

Julia, Jaan och Cecilia → Joakim.





Wavesin rahoittajat



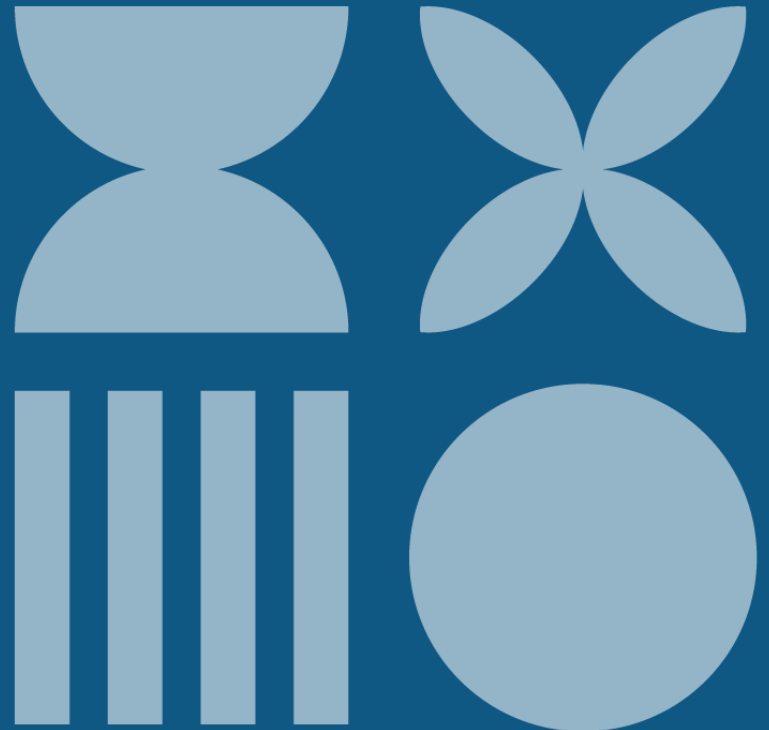
krogerus



OLIKA NIVÅER AV SPONSRING:

- PENGAR
- KUNSKAP
- MARKNAD OCH UTBYTE AV MARKNAD

“Sponsorship is marketing, not philanthropy”



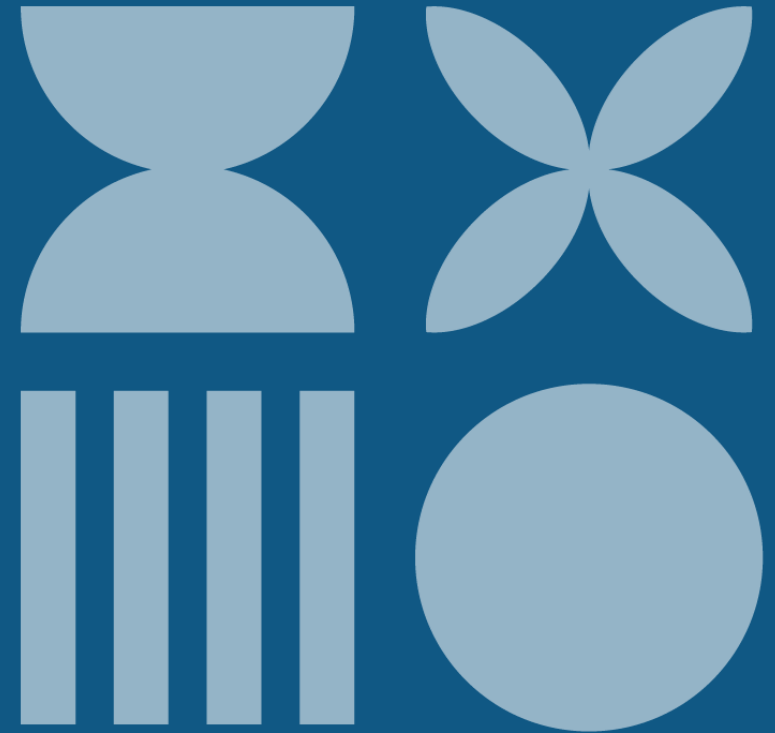
VIDARE OM SPONSRING:

- FALLER EJ UNDER LAGEN OM
PENNINGINSAMLING.



THE PITCH / ATT SÄLJA IN VERKSAMHETEN

https://www.youtube.com/watch?v=k3PY_p_M-8w



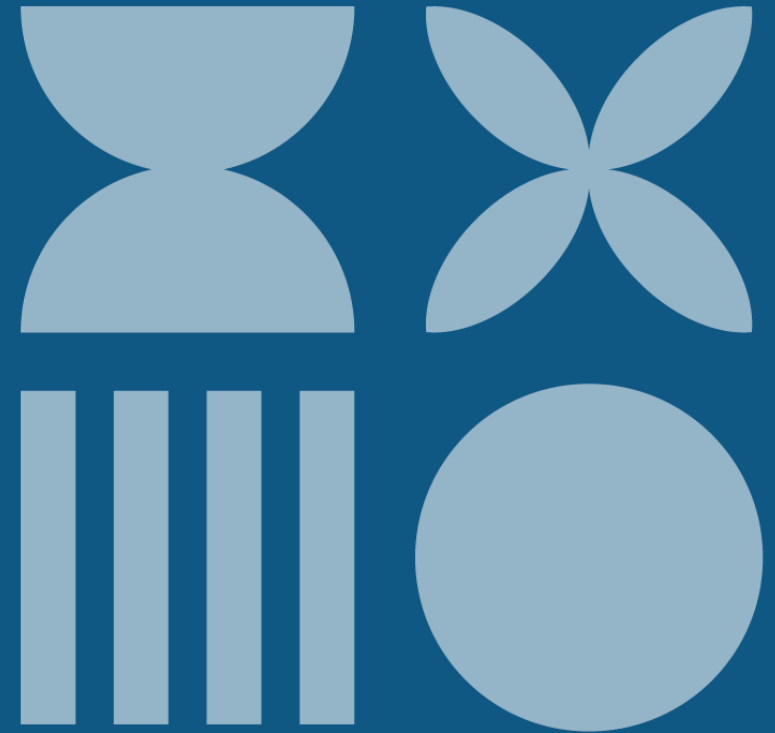
VAD HÄNDE HÄR?

"TRO"

SIFFROR

MÅLAR EN BILD

KORT OCH KONCIS



AVSLUTNING:

- Dagens träff – vad tyckte ni?
- Nästa träff – tema att sälja in verksamheten.



Sponsring och att sälja in sin verksamhet

Projekt Finansieringskällor för
förbunden

Robert Nilsson

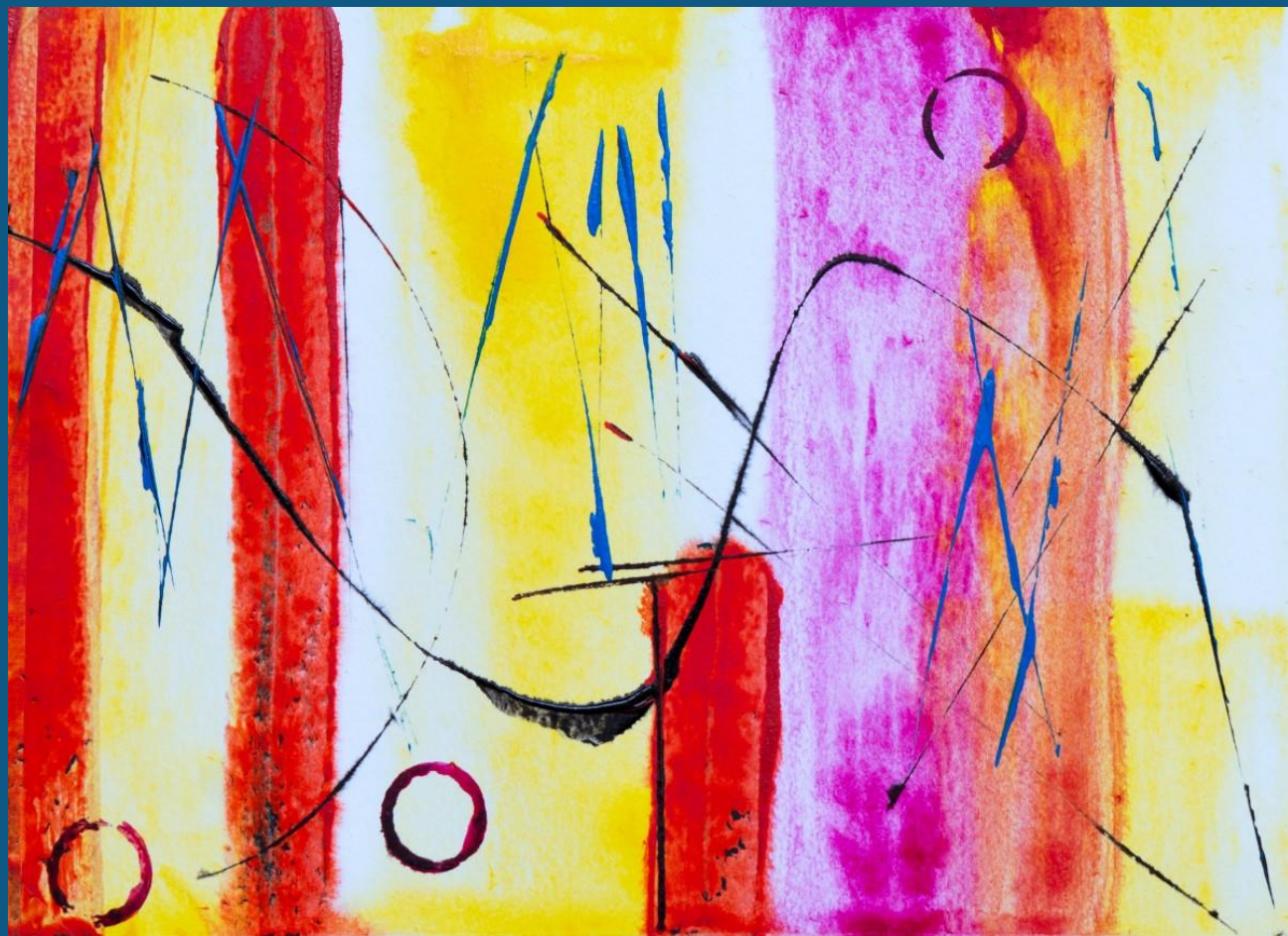
Projektledare, Förbundsarenan

robert.nilsson@forbundsarenan.fi

040-7080285



Att sälja in verksamheten.



MEN! Före vi säljer in vår verksamhet

Intern beredskap

Extern beredskap

Exempel – samarbetspolicy

Exempel Folkhälsan:

<https://www.folkhalsan.fi/tryckta-publikationer/verksamhetsdokument/policy-for-sponsring/>

&

Exempel Bröstcancerförbundet:

https://brostcancerforbundet.se/wt/documents/998/Policy_f%C3%B6retagssamarbeten.pdf

Att sälja in verksamheten.

- MÅLA EN BILD!
- "Fit and relevance"
- Sponsring handlar inte om att fokusera på oss utan på mottagaren!
- "Benefits" – om en sponsor är kreativ måste vi vara kreativa
- Att erbjuda för lite är ett misstag – här krävs kreativt tänkande – vad kan vi ge mer än biljetter eller ett bord på en mässa?
- FAQs



Att sälja in verksamheten.

<https://www.scout.fi/>

DONERA – SUMMA – UPPGIFTER – BETALSÄTT
4 klick!

Att sälja in verksamheten.

- håll ditt intro kort, mycket kort
- minst hälften av det som sedan sägs ska handla om data, data om kunder/klienter/verksamhet
- förstå vad som motiverar mottagaren
- ta bara med det som sponsorn faktiskt vill höra
- case studier och testimonials

Exempel – "Sponsorpaket"

Guld-/Silver-/Bronssponsor eller Partner, Guld- eller Huvudsponsor.

En typ av paket riktat mot företag som vill/kan ta en stor roll i en verksamhet. Det viktigaste här = skapandet av relation som på RIKTIGT gynnar båda parter (GLÖM INTE medlemmarna och deras potentiella nytta).

VAD KAN DETTA INNEHÅLLA (exempel):

Synas på match-/tävlingströjan/firmatröjor

Stor reklamtavla på evenemang

Logotyp på hemsidans förstasida (möjligen med tillhörande länk)

Möjlighet att lyfta erbjudanden som kan kommuniceras via föreningens hemsida, sociala medier och i nyhetsbrevet

Match-/evenamngs-/tävlingssponsor

Exempel – "Sponsorpaket"

Nätverkssponsor

Ett nätverk för företagen i området. Att skapa kontakter mellan er och företag SMAT möjliggöra för företagen att knyta kontakter.

Ett sådant nätverk = första steget in i er organisation och kanske början på en lång relation med utvecklingspotential för samarbetet.

VAD KAN DETTA INNEHÅLLA?:

Tillgång till attraktivt nätverk där VI TILLSAMMANS kan skapa nya kontakter (och affärer).

Årlig kick-off inför säsongen - TILLSAMMANS

"Frukostseminarier" med intressanta föreläsare/Avslutningsfest/Julfest

Exponering på företagets hemsida under "Nätverket"

Exempel – "Sponsorpaket"

ÅRS-klubben

När grundades ni? Skapa en års-klubb, till exempel "1954-klubben".

Företag och privatpersoner betalar då 1954€ i året med i klubben.

VARFÖR? 1) skapar symbolisk känsla och 2) också mindre företag möjlighet att få ett värde av att sponsra och synas.

VAD KAN DETTA INNEHÅLLA?:

Sitt namn/företagsnamn på en plakett/stolar/tavlor som syns i föreningslokalen

Sitt namn/företagsnamn listat på hemsidan under "års-klubben"

Att sälja in verksamheten.

VÄLKOMNA Johan Finnberg och Joakim Frimodig!

CASE – BUSTER/CAPMAN

Deadline: 6.9

LYCKA TILL!

Sponsring och att sälja in sin verksamhet

Projekt Finansieringskällor för
förbunden

Robert Nilsson

Projektledare, Förbundsarenan

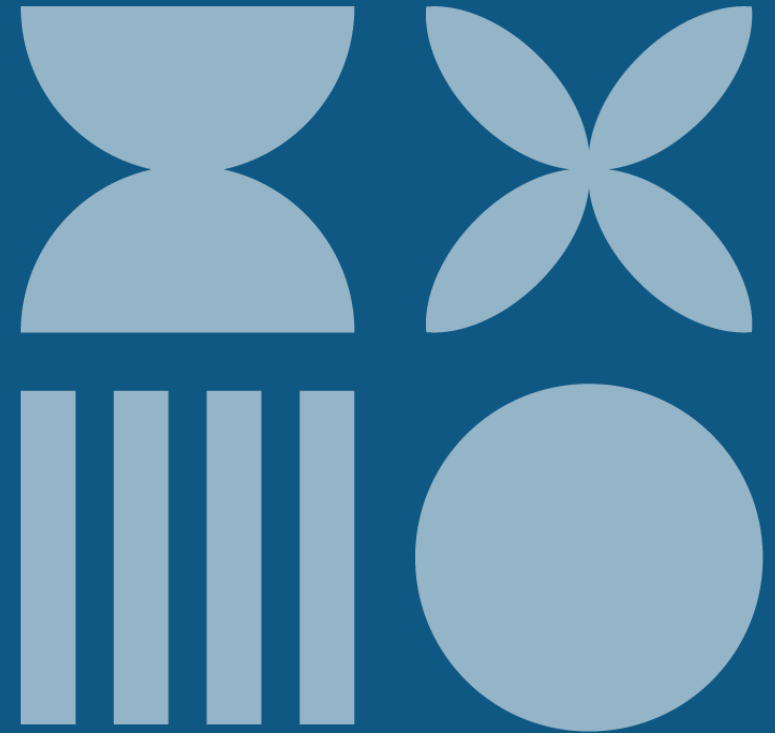
robert.nilsson@forbundsarenan.fi

040-7080285



Sponsring och att sälja in sin verksamhet

Välkomna med till den tredje och avslutande träffen av den här sparringgruppen!



Att sälja in verksamheten.

Erfarenheter från att jobba med caset?

Genomgång av case med Johan och Joakim.

Avslutande diskussion samt frågor.

För att sammanfatta...

- MÅLA en bild, bygg upp en förväntan, en spänning, en känsla...
- Glöm inte att er verksamhet är riktigt, riktigt BRA!
- Använd testimonials. Igen, för vem jobbar vi, vad betyder insatsen från företaget för dem. Vi målar en bild. Igen.
- Tillsammans kan vi skapa något fantastiskt. Det är som ljuv musik.
- FIRA era framgångar. Alltid!
- Våga att testa, öva och ha roligt också!

Sponsring och att sälja in sin verksamhet

Projekt Finansieringskällor för
förbunden

TACK!

En utvärderingsblankett kommer att
skickas till alla deltagare.

