

Sponzorstvo –
aktualno in hkrati prezrto.

Jadranka.jezersek@consensus.si

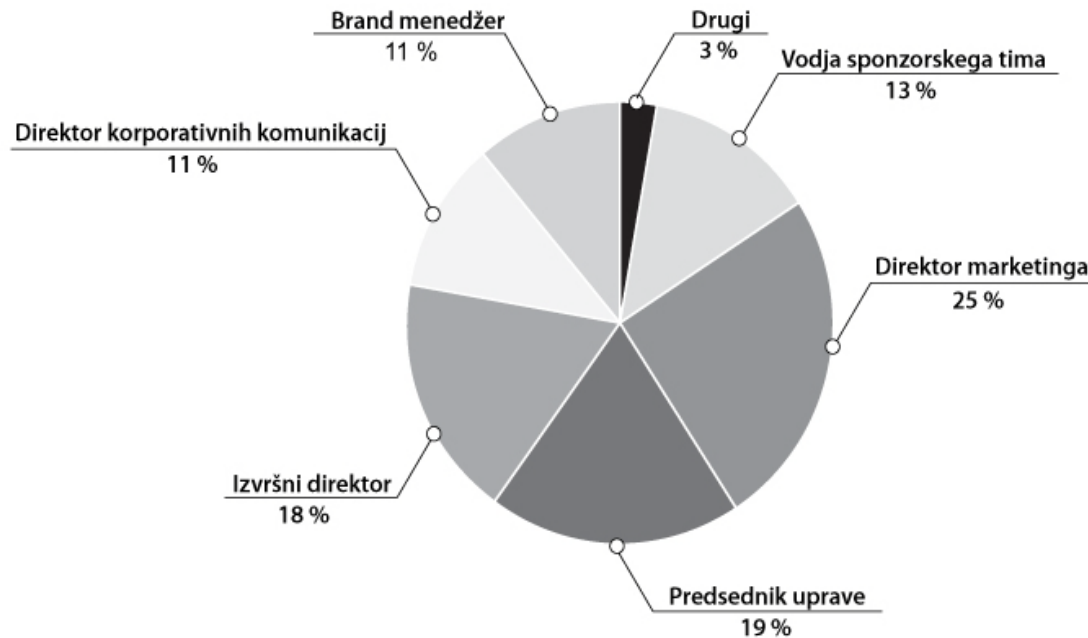
Lahko sponzorstvo definiramo?

“Za sponzorja je vrednost sponzoriranja natančno tolikšna, kolikšen je tržni potencial ciljne skupine, ki jo lahko preko sponzoriranja nagovori/doseže.”

“Strateško upravljan sponzorski portfelj je naš trženjski potencial”

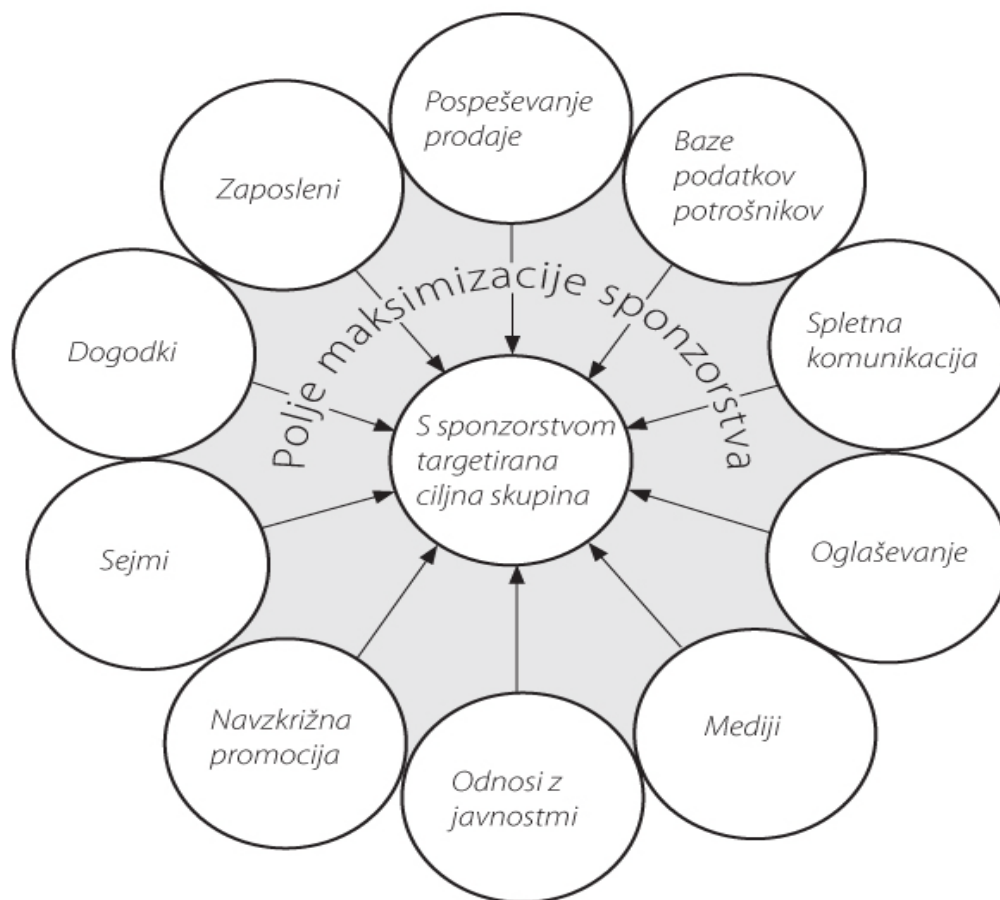
“Z razvojem tehnologije in kreativnega potenciala, ki ga nosi vsak sponzorski projekt, je nemogoče določiti meje in uokviriti sponzorske vsebine.”

Kdo odloča o sponzorskih projektih?

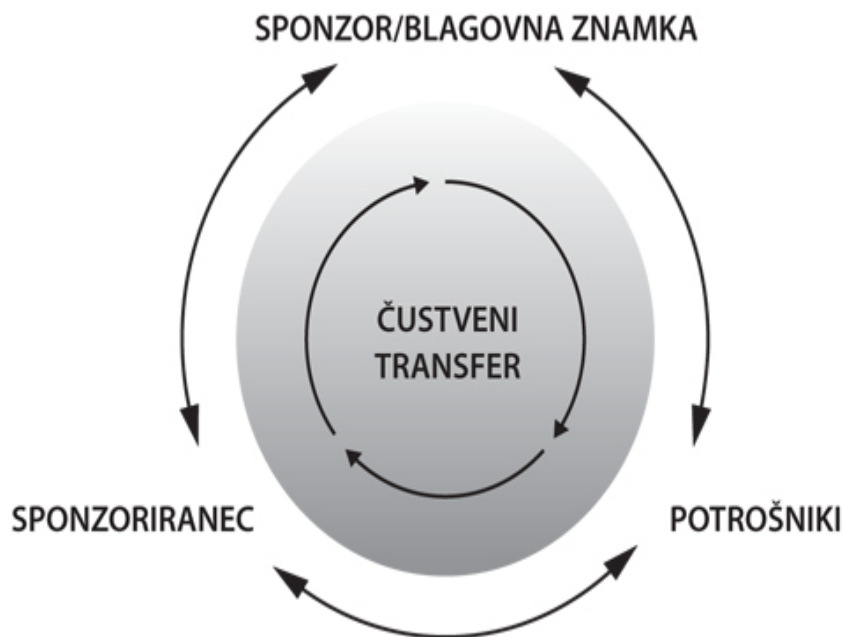


Vir: Redmarine Consultants

Maksimizacija sponzorstva



In zgodba sponzoriranja?



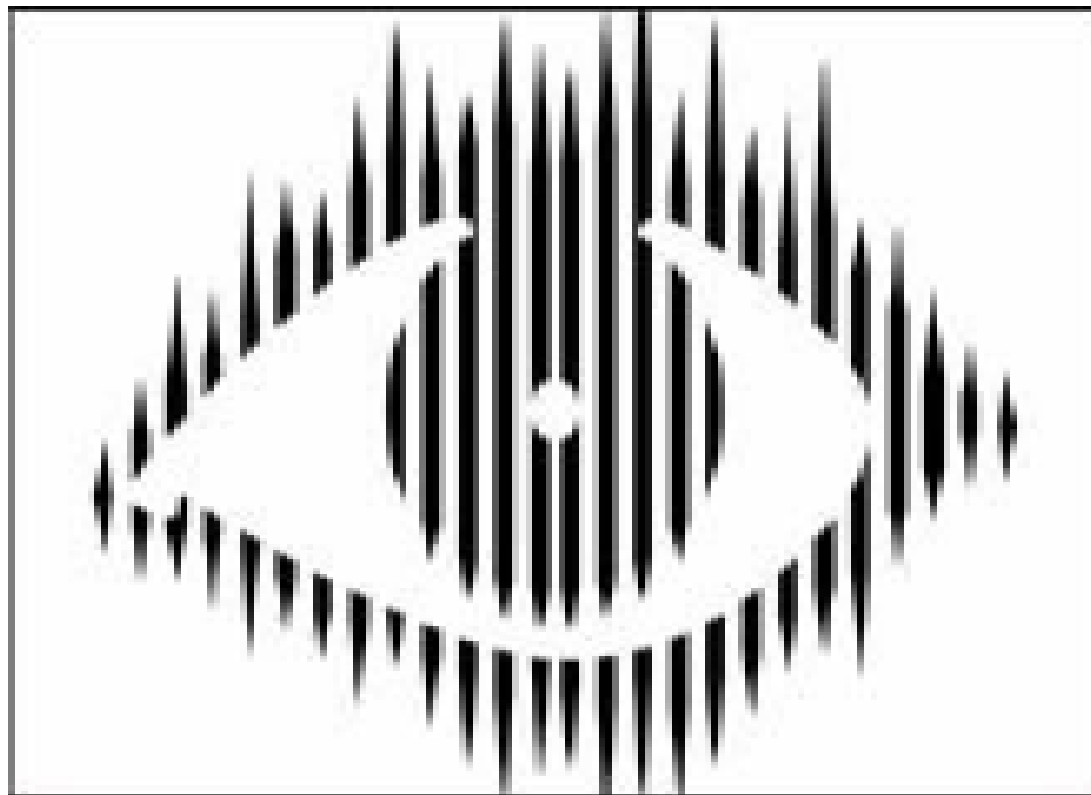
Kakšna je praksa najboljših?

1. Čeprav je šport namenjen masi potrošnikov, nagovarjajte posameznika.



Kakšna je praksa najboljših?

2. Prepustite nadzor
potrošniku,
komunicirajte
digitalno.



Kakšna je praksa najboljših?

3. Bodite
“entertainer” in tudi
razmišljajte tako.



Kakšna je praksa najboljših?

4. Ustvarite osnovo platformo, nato kreiranje vsebin prepustite...



Kakšna je praksa najboljših?

5. Poskrbite in omogočajte doživetje.



Kakšna je praksa najboljših?

6. Bodite v središču
“pop kulture”

...in učite se od
boljših od vas!



Diskusija:

- Kdo zares odloča o sponzorskih projektih?
- Ali obstaja znanje, strategije?
- Koliko vložiti? Ali sponzorji znajo nadzorovati in meriti svoj sponzorski vložek?
- Kako maksimizirati sponzorstvo?
- Kako vpliva razvoj tehnologije na (športne) sponzorske projekte?
- Kakšna je vloga spozoriranca?

jadranka.jezersek@consensus.si