Sponsorplan 2022-2026

Datum: juli 2022

Auteur: Matthijs Schoenmaker (Secretaris)
Bijdragen van: Iwan Banens (Sovicos), Peter van Baak (SponsorVisie)

Inhoud

Inleiding 3

Hoofdstuk 1: Wat is SponsorVisie en welke tools reiken zij uit? 4

Hoofdstuk 2: Welke tools zijn voor Sovicos nuttig en waarom? 5

- **LinkedIn-analyse** 5
- **Seizoensgewijs sponsoren benaderen** 5
- **Eerst actie, dan pas investering** 5

Hoofdstuk 3: Het sponsorplan, maar dan concreet 6

- **Sponsoren vinden op basis van je ledenbestand** 6
- **Seizoensgewijs sponsoren benaderen** 6
- **Fondsenwerving** 6
- **Toernooi-sponsoren** 7
- **Bedrijven beachtoernooi** 7

Hoofdstuk 4: Behoud van sponsoren d.m.v. communicatie 8

Hoofdstuk 5: De Sponsorcommissie 9

Hoofdstuk 6: Planning en conclusie 10

Inleiding

In het voorjaar van 2021 heeft het Bestuur van Sovicos een aanbod gekregen van de gemeente Den Haag. Hierin werd een jaar gratis sponsorondersteuning vanuit SponsorVisie aangeboden. Hier is Sovicos op ingegaan, waarna Matthijs Schoenmaker (secretaris) een aantal van deze bijeenkomsten heeft bijgewoond. Naar aanleiding van de informatie die hierin werd gegeven en is doorgestuurd via e-mail, is dit Sponsorplan 2022-2026 opgesteld.

Uitgangspunt van het Sponsorplan 2022-2026 is dat er actiever gezocht gaat worden naar potentiële sponsoren, dat sponsoren niet direct een contract ondertekenen, maar eerst kennis maken met onze club en samen een actie opzetten, dat sponsoren meer aandacht krijgen tijdens hun sponsorperiode (in de vorm van communicatie-uitingen) en tot slot dat er een team van 2 á 3 personen de Sponsorcommissie gaan vormen. Deze commissie komt onder de voorzitter te liggen met ondersteuning van de Redactie op communicatiegebied.

Dit Sponsorplan is als volgt opgebouwd:
Hoofdstuk 1: Wat is SponsorVisie en welke tools reiken zij uit?
Hoofdstuk 2: Welke tools zijn voor Sovicos nuttig en waarom?
Hoofdstuk 3: Het sponsorplan, maar dan concreet
Hoofdstuk 4: Behoud van huidige sponsoren d.m.v. communicatie
Hoofdstuk 5: De Sponsorcommissie
Hoofdstuk 6: Planning en conclusie

Heb je naar aanleiding van dit sponsorplan nog vragen? Neem dan contact op met het Bestuur van Sovicos via bestuur@sovicos.nl.

Hoofdstuk 1: Wat is SponsorVisie en welke tools reiken zij uit?

SponsorVisie is opgericht door Peter van Baak, een bekende naam in de volleybalwereld, en is erop gericht om (sport)verenigingen op weg te helpen met het vinden van behouden van sponsoren. Naast het houden van onlinebijeenkomsten waarin enkele tools worden besproken, worden er ook e-mails verstuurd onder de naam 'SponsorMan'. Hierin worden tips en tools gedeeld welke zijn afgestemd op het moment van versturen. In november wordt bijvoorbeeld de tip gegeven om contact op te nemen met de lokale speelgoedwinkel, boekenwinkel of cadeauwinkel en na te denken over een speciale actie tijdens de feestdagen. Met bijvoorbeeld een korting voor leden om de verkoop te stimuleren. Of in maart met een lokaal tuincentrum.

Naast deze e-mails vol tips en tools, wordt er ook een persoonlijk dashboard aangeboden. Hier worden een aantal stappen aangereikt zodat je weet welke weg je moet afleggen om sponsoren binnen te halen en jouw sponsorplan tot slagen te brengen. Een van deze onderdelen is bijvoorbeeld het uitvoeren van een LinkedIn-analyse. In deze analyse ga je jouw ledenbestand door LinkedIn halen om te kijken of er leden zijn die bij potentiële sponsoren (lokale bedrijven) werkzaam zijn of een eigen bedrijf hebben.

Tijdens de onlinebijeenkomsten worden vooral de fysieke contacten met sponsoren besproken. Bijvoorbeeld 'Hoe leg je contact met een potentiële sponsor?', 'Hoe wek je interesse?' en 'Hoe kom je tot een positief resultaat?'. Stuk voor stuk enorm interessante bijeenkomsten. Deze bijeenkomsten worden gehouden met meerdere verenigingen en steeds wordt er gevraagd om een paar zaken voor te bereiden. Tijdens een van de bijeenkomsten werd bijvoorbeeld te hoogtes van de huidige sponsorbedragen besproken. Het is dan handig als je deze bedragen voor je neus hebt liggen en niet hoeft te zoeken.

Hoofdstuk 2: Welke tools zijn voor Sovicos nuttig en waarom?

LinkedIn-analyse

Op basis van het ledenbestand van Sovicos maakt een commissielid een analyse met behulp van LinkedIn. Op de professionele LinkedIn-pagina's van de leden staat namelijk veel bruikbare informatie. Zijn er bijvoorbeeld leden met een eigen bedrijf of werken er leden bij lokale bedrijven die mogelijk interessant zijn voor Sovicos als sponsor? Deze analyse is het hele jaar door bruikbaar en daarom een nuttige tool voor Sovicos.

Seizoensgewijs sponsoren benaderen

Op basis van het seizoen of feestdag een sponsor benaderen? Het klinkt wat vreemd, maar het schijnt echt te werken. Bijvoorbeeld als de lente begint, contact opnemen met de lokale tuincentra. Of rond de Kerst een cadeauwinkel benaderen. Op dit soort momenten zijn sponsoren vaak sneller bereid om mee te werken. Ze vinden het juist erg attent dat hieraan gedacht wordt. Mede daarom is het nuttig voor Sovicos om dit gewoon eens te proberen.

Eerst actie, dan pas investering

Een van de tips die Peter van Baak van SponsorVisie geeft, is het eerst bedenken van een actie voordat er daadwerkelijk geld naar de clubkas gaat. Nieuwe sponsoren moeten vaak eerst overtuigd worden dat hun doelgroep bij de vereniging te vinden is. Door middel van een actie kan de potentiële sponsor testen of zijn of haar doelgroep via Sovicos te bereiken is. Bij een succesvolle actie kun je verder gaan praten. Is de actie minder succesvol, dan scheelt het de sponsor een flinke investering in gebakken lucht. Succesvolle sponsoring is voor alle partijen uiteindelijk winst.

Hoofdstuk 3: Het sponsorplan, maar dan concreet

Hoe ziet het Sponsorplan 2022-2026 er concreet uit? Naast de tools die door SponsorVisie zijn aangereikt, heeft ook Iwan Banens zijn bijdrage mogen leveren aan dit Sponsorplan. Iwan is momenteel hoofdtrainer van Heren 1 en was van 2010 tot 2014 voorzitter van Sovicos. Zijn bijdrages worden in dit hoofdstuk meegenomen bij de concrete uitwerking ervan.

Sponsoren vinden op basis van je ledenbestand

Er worden twee manieren gegeven om sponsoren te vinden op basis van je ledenbestand. Manier 1 is via een LinkedIn-analyse. Door je leden op LinkedIn te zoeken kom je erachter welke leden een eigen bedrijf hebben of werkzaam zijn bij potentiële sponsoren. Hen kun je benaderen om te kijken of hij of zij interesse heeft om Sovicos te sponsoren. Op welke manier dat is ligt nog open.

Manier twee is gericht op het laten zoeken van je leden naar mogelijke sponsoren. Hebben ze bijvoorbeeld een oom, tante, vader, moeder, vriend, vriendin of een kennis met een eigen bedrijf die dit wellicht leuk zou vinden. Door vooraf sponsorpakketten hiervoor te maken waarin duidelijk staat aangegeven wat de mogelijkheden zijn en hoeveel dit gaat kosten, verlaag je de drempel. Voor teams is het alleen maar leuk als ze een sponsor hebben en kunnen rondlopen is strakke inspeelshirts!

Seizoensgewijs sponsoren benaderen

Lokale bedrijven zijn vaak lastig te strikken om sponsor te worden. Wat levert het hen eigenlijk op? Door de juiste timing te kiezen en de drempel zo laag mogelijk te maken kun je lokale ondernemers juist overhalen. Hoe? Door seizoensgewijs bedrijven te benaderen. Denk bijvoorbeeld aan een fietsenwinkel bij de start van het voorjaar, of een sportschool bij de start van het nieuwe jaar. En dan? Als je eenmaal praat met het bedrijf, kun je samen een actie bedenken. Ze hoeven niet direct geld in te leggen, maar via een eenmalige actie kan het bedrijf zien wat een mogelijke samenwerking hen zou opleveren. Daarnaast profiteren leden van bijvoorbeeld korting op een nieuwe fiets, rijlessen of een abonnement op de sportschool. Na de actie kun je vervolgens verder praten over een mogelijk vervolg van de samenwerking in de vorm van sponsoring.

Fondsenwerving

Een derde manier om de clubkas te spekken zijn fondsen. Ieder jaar zijn er meerdere fondsen die onder voorwaarden jouw clubkas willen spekken. Natuurlijk niet op die letterlijke manier, maar met een specifiek doel, zoals het

in beweging krijgen van kinderen in de buurt met obesitas. Of voor nieuwe materiaal. Je kan het zo gek niet bedenken. Voorbeelden van fondsen zijn:

- Rabobank Stimuleringsfonds
- Fonds 1818
- VSB Fonds
- Shell
- Of Google naar nog meer fondsen

Deze fondsen zijn op de korte termijn interessant, maar blijven om de zoveel tijd terugkomen. Een uitstekende manier om fondsen binnen te halen die zeker benut moet worden.

Toernooi-sponsoren

Activiteiten, evenementen, toernooien. Allemaal zijn het momenten waarop veel mensen bij elkaar komen en iets gaan ondernemen. Ideale momenten voor lokale ondernemers om hun product of diensten aan te bieden. Bijvoorbeeld bij een beachtoernooi, een scholentoernooi, een clinic of een wedstrijd van jong oranje. Je kan het zo gek niet bedenken. Ook de tweejaarlijkse feestjes zijn interessant. Zo kan de lokale ijsboer zijn ijsjes verkopen tijdens een outdoor beachtoernooi, een supermarkt kan lunchpakketjes verzorgen voor de jeugdleden bij een clinic van TeamNL, een restaurant kan avondeten verzorgen voor de vrijwilligers van het Scholentoernooi, etc. Mogelijkheden genoeg.

Natuurlijk zijn dit vaak eenmalige donaties, maar het geeft wel een prachtige opening naar wellicht een verdere samenwerking. Ten slotte maakt de ondernemer kennis met jouw vereniging en door het contact te behouden kan diegene ineens zomaar zeggen dat hij of zij de club wil gaan sponsoren.

Bedrijven beachtoernooi

Een succesvolle combinatie dat iedere zomer zich opnieuw bewijst: bedrijven en beachvolleybal. Veel (grotere) bedrijven vinden dit prachtig en superleuk. Ze doen graag mee en dat is natuurlijk voor Sovicos hét moment om ze te strikken als sponsor. Dat zal natuurlijk niet direct gaan, maar nodig ze bijvoorbeeld uit om een keer te komen kijken bij een wedstrijd- of trainingsavond. Laat ze kennis maken met jouw vereniging, laat zien wat je doet. Vervolgens kun je kijken waar je als club behoefte aan hebt en wat het bedrijf voor je kan betekenen. Vraag ze bijvoorbeeld of ze op de hoogte gehouden willen worden van wat er binnen onze club gebeurt. Op die manier heb je een lijstje van bedrijven die je om de zoveel tijd een nieuwsbrief stuurt met allerlei leuk nieuws over gebeurtenissen. Nodig ze uit om te komen kijken bij activiteiten en evenementen. Op die manier maak je ze zeker weten warm om sponsor te worden van onze mooie club!

Hoofdstuk 4: Behoud van sponsoren d.m.v. communicatie

Hoe behoud je huidige sponsoren? Zodra je sponsoren binnen hebt gehengeld ben je nog niet klaar. Je wilt ze natuurlijk graag behouden. Hoe doe je dat? Communicatie. En dat kan op verschillende manieren. Naast dat je de sponsoren uitnodigt om bij wedstrijden, activiteiten en evenementen aanwezig te zijn (en op die manier persoonlijk een praatje met ze kunt maken), maak je gebruik van een nieuwsbrief. Om de zoveel tijd plaats je hier interessante berichten in voor de sponsoren. Heeft een gesponsord team bijvoorbeeld succes behaald? Of is een team blij met materiaal dat ze hebben kunnen kopen dankzij een sponsor? Laat ze successen zien van hun sponsorgeld.

Deze nieuwsbrief loopt via de Redactie. Lever de informatie bij hen aan en zij zorgen ervoor dat de nieuwsbrief bij hen aankomt. Vergeet de juiste mailadressen niet!

Kortom:

- Uitnodigen bij toernooien, wedstrijden en evenementen
- Bij een langere samenwerking een paspop met Sovicos-tenue of ingelijst shirt met sponsorlogo erop aanbieden aan de sponsor
- Om de 2 maanden een Sponsor-nieuwsbrief eruit sturen
- En natuurlijk de sponsor in het zonnetje zetten op de website en via de socials

Hoofdstuk 5: De Sponsorcommissie

Het lijkt het ultieme doel: een sponsorcommissie hebben van 3/4 mensen. In de praktijk is dit een illusie. Sovicos heeft nooit echt een sponsorcommissie gehad. Dit werd vaak gedaan door iemand van het Bestuur. Hoe creëren we dan wel een sponsorcommissie? De leden!

Om te beginnen wordt ernaar gestreefd om één iemand (uit het bestuur of de vereniging) als de sponsorman of -vrouw te laten fungeren. Deze persoon krijgt als taak mee om teams te stimuleren naar sponsoren op zoek te gaan, is het aanspreekpunt voor sponsoren en bedrijven en voert de LinkedIn-analyse uit. Ook gaat deze op zoek naar potentiële sponsoren, probeert fondsen binnen te hengelen en onderhoudt relaties. Dit lijkt een flinke klus, maar is niet minder dat wat een normaal Bestuurslid doet.

Maar als deze persoon zijn of haar werk goed doet en teams voldoende kan stimuleren om sponsoren te zoeken, is het meeste werk al gedaan. De LinkedIn-analyse hoeft bovendien maar 1 keer per seizoen uitgevoerd te worden en fondsen zijn er ook niet iedere maand. Met één persoon kun je dus al veel bereiken. Waarom zijn er dan nog 2 of 3 andere leden nodig? Heel simpel: vele handen maken licht werk. En bovendien kun je met meer handen ook veel meer bereiken. Je kunt bijvoorbeeld een evenement organiseren speciaal voor je sponsoren, je kunt een bedrijventoernooi organiseren, maar ook je sponsoren trakteren op een etentje waarin je ze bedankt voor hun steun aan de club.

Belangrijk is wel dat hiervoor een e-mailaccount en SharePoint beschikbaar komt. Via sponsoring@sovicos.nl is deze persoon dan bereikbaar en dit mailadres kan in alle communicatie worden gebruikt. Dit maakt het overzichtelijk voor de Sponsorman of -vrouw en voor de rest van het Bestuur en vereniging. Zodra er andere leden bij komen, kunnen deze sponsoring1 en sponsoring2 toegewezen krijgen.

Hoofdstuk 6: Planning en conclusie

We kunnen dus concluderen dat er voldoende mogelijkheden zijn om als vereniging meer sponsoren/fondsen te werven. In de hoofdstukken hierboven worden concrete voorbeelden gegeven hoe sponsoren benaderd kunnen worden, hoe je ze kunt aantrekken en hoe je ze kunt behouden. Dit kan niet slechts op 1 manier, maar er zijn verschillende manieren en die zijn gegeven.

Qua globale planning ziet het sponsorgedeelte er als volgt uit:

- Begin van het seizoen: Sponsorman of -vrouw aanwijzen/zoeken
- Begin van het seizoen: LinkedIn-analyse uitvoeren
- Begin van het seizoen: folder met informatie over sponsoring maken/laten drukken
- Het hele seizoen: bij teams langsgaan en leden stimuleren op zoek te gaan naar sponsoren + folder uitdelen
- Het hele seizoen: op zoek gaan naar fondsen en hiervoor aanmelden
- Het hele seizoen: relaties met sponsoren onderhouden
- Enkele keren per seizoen: content voor een nieuwsbrief aanleveren bij de Redactie
- Voorjaar/zomer: bedrijven beachtoernooi organiseren (mits voldoende commissieleden)
- Het hele seizoen: potentiële sponsoren benaderen en gezamenlijk een actie bedenken voordat ze direct sponsor worden

Wie o wie gaat er, met de tools en mogelijkheden van nu, aan de slag om sponsoren voor Sovicos aan te trekken?