РУКОВОДСТО ПО ПОИСКУ СПОНСОРСКОЙ ПОМОЩИ

Как организаторам турниров и лиг получить необходимую спонсорскую помощь?

Beach Ultimate Lovers Association

Декабрь 2006

(переводили Гаврильченко Валерия и Стрелка. >>>------->)

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Предисловие	3
2.	Об авторах	4
3.	Чего хотят директора турниров?	4
4.	Какие выгоды приносит спонсорство спонсору?	6
5.	Виды спонсорской помощи	9
6.	Категории спонсорской помощи	12
7.	Потенциальные спонсоры для контакта	14
8.	Пример приглашения к спонсорству	16
9.	Пример договора	20

От переводчиков: Данный текст переведен игроком и организатором турнира по Алтимат, поэтому при переводе были учтены тонкости и специфика текста, которые мог бы не заметить обычный переводчик. С другой стороны, текст переведен не профессиональным переводчиком, поэтому он может содержать неточности. Будем рады информации о найденных ошибках и комментариям. E-mail: strela@ultimate.com.ua. Оригинал текста на английском тут: http://www.beachultimate.org/blog/sponsorship_guide_RU.pdf.

1. Предисловие

Отношение к спонсорской помощи в мире Ultimate и Пляжного Ultimate иногда бывает неоднозначным. Тем не менее, спонсорская помощь увеличивает уровень любого турнира или лиги. Только не надо сразу же думать о рекламе на телевидении, на одежде и т.п.… Рекламой может быть так же простая группа людей, которая для продвижения события, будет раздавать бесплатные флайеры возле полей. Тем не менее, если Вы захотите, то спонсорская помощь может быть предоставлена целой группой компаний, которые дадут Вам денег на теле-поддержку, либо просто получите бесплатное пиво. Все зависит от Ваших желаний и возможностей. ☺

Если Вы, как и многие организаторы, увлечены Пляжным Ultimate, Вы хотите организовать турнир или лигу, но мало знаете о том, как получить спонсорскую поддержку, то этот документ именно для Вас. Этот документ был создан игроками Пляжного Ultimate, которые ранее занимались поиском спонсорской помощи, игроками, которые спонсировали мероприятия Пляжного Ultimate. А также игроками, которые влияли на появление спонсорской помощи через свою повседневную работу. Эта уникальная смесь «экспертов в поиске спонсорской помощи» аккумулировала информацию, обсудила огромное количество различных версий, получила отзывы других организаторов и, в конце концов, создала документ, дающий ответы на следующие вопросы:

- Чего стоит ожидать?
- Что хочет спонсор?
- Какие виды спонсорской помощи существуют?
- Как найти лучший подход к спонсору?
- С кем лучше контактировать?

Более того, в конце мы прилагаем образцы пригласительного письма к потенциальным спонсорам, договор, и инструменты, которые помогут Вам получить спонсорскую поддержку и провести отличный турнир или городскую лигу! Если Вы хотите прокомментировать документ, Вы можете добавить свои замечания, пройдя по ссылке:

http://beachultimate.org/blog/2006/12/sponsorship.html

Keep ‘em flying

Patrick van der Valk
President
Beach Ultimate Lovers Association (BULA)
http://beachultimate.org
Patrick@beachultimate.org

2. Об авторах

Это руководство было создано отличной командой:

1. Mike Palmer (Бельгия), работает в торговой спортивной фирме
2. Matt Kass (Япония), работает со многими спонсорами по действующим мероприятиям
3. Brian Calle (США), является Директором турнира Lei-out в Лос-Анджелесе
4. Rahim Resad (Сингапур), представляет организацию Фризби в Сингапуре
5. Bruce Heslop (Канада), работает в Gaia Sports
6. Adam Levy (США), является Директором турнира Sandblast в Чикаго
7. Patrick van der Valk (Португалия), занимался организацией спонсорской поддержки для проведения Всемирных Соревнований по Пляжному Ultimate в 2004 году.

3. Чего хотят директора турниров?

Спонсорская помощь может быть предоставлена, как поддержка, организации мероприятия в виде выделения денег и/или других ресурсов, которые представляют ценность для данного мероприятия. Спонсорская помощь предоставляется в обмен на рекламное пространство мероприятия или/и часть предварительной рекламы события. Все это должно проводиться с выгодой для обеих сторон, а также с расчетом на будущее развитие сотрудничества. Турниры или лиги обеспечиваются необходимыми ресурсами в виде продукции, в денежной форме либо другими способами. В то время как спонсоры получают прибыль от рекламы их товаров и услуг, роста узнаваемости их бренда среди участников мероприятия и зрителей и/или от появления положительного отношения к бренду.

Необходимо понять с самого начала, что поиск спонсорской поддержки для турниров и лиг по Пляжному Ultimate нелегкий. Тут не будет желающих, выстраивающихся в очередь для того, чтобы отдать свои деньги, за несколько маленьких услуг. Поиск спонсорской помощи для любого мероприятия Frisbee требует упорной работы и немалых усилий для того, чтобы убедить потенциальных спонсоров, что это оправданный эксперимент, особенно относительно малоизвестного пляжного вида спорта.

Так же общеизвестно, что многие члены «общества Frisbee» не совсем поддерживают идею спонсорской поддержки, видя в ней угрозу некоммерческому природному существованию нашего вида спорта. Существует множество турниров, которые вполне пристойно проводятся без какой-либо спонсорской помощи.[1]

Говоря это, мы надеемся, что Директора Турниров (ДТ) и Пляжный Ultimate в целом, как вид спорта, все-таки выигрывают от сближения с потенциальными спонсорами, как будет описано ниже.

Первый вопрос, на который должен ответить каждый ДТ, который занимается поиском спонсорской поддержки, это: почему спонсор должен выделить нам деньги/товары? Для чего? Вы должны быть готовы к тому, чтобы показать все возможные выгоды для спонсора от сотрудничества с Вами и выделения средств на организацию турнира лиги.

[1]Например: Porto Open (Испания), Bar do Peixe (Португалия), Britannia Beach (Канада), Longest Day (Австралия) и др.

Очень важной является концепция «деньги или товар». Один опытный спонсор Ultimate в США высказывался по этому поводу следующим образом: «*Для ДТ денежная спонсорская помощь – это «предложение смерти». Кроме тех случаев, когда Вы обращаетесь в национальные компании с бюджетами, для продвижения бренда, или в местные компании, у которых «денег куры не клюют». У нас существует всего лишь 3-4 Ultimate мероприятия, которые оправдывают спонсорские деньги и могут возместить инвестиции*». Поэтому не сильно рассчитывайте получить чек на определенную сумму денег от спонсора, а лучше продумайте о более реальных видах спонсорской помощи. Такие виды будут описаны ниже в главе «Виды спонсорской помощи».

Пляжный Ultimate – это развивающийся вид спорта, и поэтому наиболее подходящей будет идея обращения за спонсорской помощью к небольшим организациям. Этот ход базируется на идее поиска необходимых бизнес-структур и организаций, которые заинтересованы в оказании помощи общественности. Ниже приведен ряд советов для сближения с потенциальными спонсорами.

1. Каждому потенциальному спонсору необходимо создавать индивидуальное письмо, желательно на фирменном бланке. Никогда не отсылайте написанное от руки письмо либо его ксерокопию. Представляйте правдивые и реальные аргументы, а также перечисляйте любые возможные выгоды для спонсора.
2. Не отправляйте стандартное письмо-прошение о спонсорской помощи. Так легко попасть в категорию «спама», потому что Вашу просьбу будет сложно выделить из массы таких же. Не тратьте много времени на разработку Вашего запроса о спонсорской помощи, пока Вы не получили дополнительную информацию о спонсорской программе потенциального спонсора. Возможно, Вы не отвечаете их целям. Иногда достаточного простого звонка или письма на e-mail.
3. Будьте гибкими в Вашем запросе. «Стандартный спонсорский пакет» - это конечно отлично, но, к сожалению, это редко устраивает спонсоров.
4. Указывайте конкретные цифры необходимой Вам денежной или материальной помощи. Не редко можно получить помощь от разных спонсоров по разным позициям запроса. Ознакомиться с категориями спонсоров Вы сможете в главе «Виды спонсорской помощи».
5. Дайте полное и четкое описание Вашего клуба или турнира, а также опишите успешное развитие Пляжного Ultimate. Еще можно подчеркнуть рост популярности этого вида спорта[2].
6. Попробуйте организовать личную встречу. Таким образом, Вам будет легче произвести впечатление, чем при разговоре по телефону. Задавайте вопросы; определите цели спонсора в оказании спонсорской помощи и постарайтесь доказать, что именно Ваше мероприятие поможет ему достичь желаемых результатов. Если это, возможно, пригласите его посетить Ваш клуб либо организационный комитет.
7. Постарайтесь согласовать все моменты со спонсором письменно, в виде соглашения или договора, подписанного уполномоченными лицами с обеих сторон.

---

[2] Некоторые факты: в 2003 году по всему миру было в целом проведено 42 турнира; в 2006 году эта цифра возросла до 62. Игры проводятся в 28 странах с участием более 15000 игроков. Первый Всемирный Чемпионат в 2004 году собрал 450 участников из 22 стран. В 2007 году ожидается 600 участников из 25 стран.

8. Используйте спонсорские поступления или товары как полезные ресурсы, но не полагайтесь на спонсорскую помощь, как на залог успеха Вашего турнира или лиги. Каждое мероприятие должно быть самодостаточным и без спонсорской помощи.
9. Постарайтесь рассмотреть все возможные пути публичного рекламирования. Публичная популярность будет на руку и Пляжному Ultimate и спонсорам. Не упустите возможности опубликовать имя спонсора.
10. Достижение договоренности со спонсором это далеко не конец отношений, а только их начало. Необходимо позаботиться о реализации интересов спонсора, для продолжения сотрудничества в будущем. Создавайте личные (не только деловые) отношения и не забудьте пригласить Ваших спонсоров на ваше мероприятие.
11. Делайте все возможное и невозможное для Ваших лучших спонсоров. Вы являетесь конкурентом для сотен других организаций в среде Ultimate и не только, которые претендуют на Ваше место, на спонсорское внимание и бюджет. Те, кто прилагает максимум усилий, и получают максимум.
12. Не затягивайте сильно с первым шагом на встречу к спонсору. Заранее отправьте свой запрос о предстоящем событии. Не имеет значения, насколько значителен Ваш турнир, он всего лишь один из сотни, на который спонсор может обратить внимание. Будьте настойчивыми и дружелюбными в своих последующих обращениях.
13. Помните, что спонсор ассоциирует свое имя и публичное представление с Вашим турниром или лигой. Важно, чтобы Ваше мероприятие не навредило его имиджу.
14. Договоритесь получить спонсорскую помощь в качестве процента от продаж товара и услуг спонсора во время проведения мероприятия. Если продажи окажутся успешными, то и Вы будете в выигрыше. В противном случае необходимо поработать над тем, чтобы быть в следующий раз более успешными.
15. Не предоставляйте частную информацию о своих игроках (возраст, место рождения, образование, пол, адрес и пр.), но помните, что такие данные являются важными для спонсоров. Для создания партнерских отношений достаточно будет предоставить общие сводные данные об игроках.
16. Развивайте отношения. В предложении имейте в виду и настраивайтесь на долгосрочные отношения. Спонсоры будут очень осторожными в предоставлении поддержки разовым и случайным мероприятиям.

4. Какие выгоды приносит спонсорство спонсору?

Для того чтобы дать спонсорам представление о возможных выгодах от спонсорства, Вы прежде должны понять, что Вы можете предложить спонсорам взамен. В зависимости от масштаба Вашего мероприятия существует ряд выгод, которые может получить спонсор, оказывая Вам спонсорскую поддержку.

Независимо от причин предоставления спонсорской помощи для Вас как для ДТ важно знать, что потенциальный спонсор рассматривает Ваше мероприятие, как капиталовложение. И если оно окажется удачным, он не откажется вложить в Вас средства еще раз. Знание, чего хочет спонсор, поможет Вам создать наиболее подходящее для него предложение и обеспечить достижение желаемых результатов.

В целом спонсор рассчитывает получить выгоду по всем или некоторым следующим видам инвестирования в Ваше мероприятие:

1. Получение дохода от продаж (перед, во время и после мероприятия).
2. Маркетинг продукции/услуг (реклама, бесплатная раздача пробников, e-mail рассылки и прочее).
3. Продвижение бренда (баннеры, титульное спонсорство и пр.).
4. Создание положительного имиджа (массмедиа, титульное спонсорство и пр.).

К примеру, для спонсоров, предоставляющих продукты питания или элементы одежды, больше выгоды будет от инвестирования по 1му -2-му пунктам, чем от продвижения бренда или создания положительного имиджа. Компании, которые занимаются продажей оборудования для проведения спортивных состязаний на полях (био-туалеты, трибуны, палатки, искусственное покрытие и пр.), будут более заинтересованы в продвижении своего бренда или утверждения своего имиджа в глазах потенциальных покупателей для развития и роста будущих продаж своей компании. Не имеет значения, какая из этих четырех выгод преследуется потенциальным спонсором, большинство компаний будет готово выделить помощь, если возможность достижения цели и покрытия расходов представлены четко и должным образом.

Знание истории спонсорской деятельности потенциального спонсора, дает Вам шанс сделать его постоянным партнером Ваших мероприятий. Вероятность получения денежной спонсорской помощи возрастает при обращении в организацию, которая ранее выступала спонсором.

Совет организаторам Когда Вы подаете прошение о получении спонсорской помощи, Вы должны понимать, что являетесь не единственной организацией, которая рассчитывает на такую поддержку. Поэтому Вы должны быть готовы к тому, что будет проводиться конкурс, возможны ограничения спонсорского бюджета, и возможен затяжной «бумажный» процесс, который обязательно необходимо будет пройти. Начинайте заниматься поиском спонсорской помощи задолго до начала Вашего мероприятия. Чем больше Ваши запросы и чем больше организация, к которой Вы планируете обращаться, тем раньше Вам надо начать подготовку.

Размеры спонсорской помощи

Для ДТ важно понять, что размер спонсорской помощи должен соответствовать масштабу мероприятия. Не взирая на желание и готовность потенциальных спонсоров оказать помощь, выгода должна значительно перевесить инвестиции в мероприятие, если Вы хотите получать спонсорскую помощь в дальнейшем.

Так как же спонсоры измеряют затраты, связанные с мероприятием?

1. Спонсор, оказывающий Вам помощь, закладывает в общую сумму этой спонсорской помощи стоимость всех товаров (услуг), транспортировки, а также все затраты на персонал и администрацию, имеющий какое-либо отношение к этой помощи. Предоставленные товары обычно оцениваются той суммой, которую можно было бы выручить от их продажи. Объясняется это тем, что выделенный товар не может быть продан и не принесет спонсору прибыли.
2. Спонсор, предоставляющий на время мероприятия торговую палатку, закладывает в общую сумму спонсорской помощи затраты на персонал, оборудование, администрацию, задействованные для работы этой палатки.
3. Спонсор, который выезжает за пределы города, сопровождая Ваше мероприятие, также должен закладывать в общую сумму спонсорской помощи (в дополнение к пп.1,2) затраты на необходимые удобства, продукты питания и транспорт.

$200 – это минимальная прибыль, которую спонсор должен получить от Вашего мероприятия, но обычно они надеются на большее. Для директора турнира или лиги для создания и поддержания длительных партнерских отношений со спонсором очень важно знать и учитывать выше сказанное, работать в направлении развития плодотворных взаимоотношений со спонсором, а также стараться убедить потенциального партнера, что он получит справедливое возмещение за оказание поддержки мероприятию.

Мероприятия с большой и малой численностью участников

В таком молодом виде спорта как пляжный Ultimate существует одна единственная вещь, которая в первую очередь заинтересует опытного спонсора – это количество участников Вашего мероприятия. Чем большее количество игроков участвует в Вашем мероприятии, тем больший интерес Вы можете вызвать у потенциальных спонсоров и получить более серьезную спонсорскую помощь. Объяснение простое: время и усилия, прилагаемые для оказания спонсорской поддержки мероприятия в 150 человек приблизительно равны времени и усилиям, необходимым для мероприятия в 1500 участников. Ну и очевидно, что прибыль для спонсора значительно выше от мероприятия с большим количеством участников.

Все значительные мероприятия подвергаются тщательному изучению со стороны потенциальных спонсоров с целью оценки их жизнеспособности. Но, не имеет значения, какого размаха и значимости Ваше мероприятие, существует множество местных компаний и организаций, готовых оказать спонсорскую поддержку. Любая компания, бизнес которой может быть поддержан участниками Вашего мероприятия, является отличным кандидатом на оказание материальной или денежной помощи.

Спонсорская помощь в виде денег

Спонсорская денежная помощь действительно существует в (Пляжном) Ultimate и она может поступить из самых неожиданных источников. Тем не менее, лучшим видом спонсорской помощи является все же материальная (не денежная) спонсорская помощь, поскольку именно она является лучшим вариантом для создания прочных и твердых взаимоотношений со спонсорами. Суть в том, что спонсоры ожидают быстрого возврата денег вложенных в Ваше мероприятие. Это полезно помнить, когда Вы делаете запрос на спонсорскую помощь.

Основное правило подсчета: спонсор ожидает получить прибыль в два раза больше вложенной суммы. Это означает, что с учетом всех расходов за $500-ю баннерную рекламу спонсор рассчитывает получить не меньше $1000. Если же доход от мероприятия не превышает этот уровень, тогда спонсор оказывается в проигрыше и вряд ли будет с Вами сотрудничать в следующий раз.

Вот как это работает: за эту же $500-ю стоимость баннерной рекламы спонсор мог бы приобрести материалы для производства продукции, которая в последствии продалась не меньше чем за $1000. Поэтому, выделяя Вам эти средства наличными, спонсор отказывается от продаж обычным способом и надеется получить свою прибыль от участия в Вашем мероприятии.

Это касается любой части запроса о спонсорской помощи, которая предполагает выделение наличных средств. Если Вы просите наличные деньги и надеетесь на создание продолжительных отношений с потенциальным спонсором, тогда Вы должны обеспечить ему получение, по меньшей мере, двойной прибыли от мероприятия.

Совет организаторам Существует множество организаций, которые предоставляют наличные деньги в качестве спонсорской помощи: это крупно-бюджетные компании с хорошо разрекламированным известным брендом. Если же предприятие, к которому Вы обращаетесь за спонсорской помощью, еще не имеет широкой популярности в Вашей округе, то ему будет выгоднее предоставить в качестве спонсорской поддержки свой товар или услуги (с целью рекламы своего имени и пр.), нежели наличные деньги.

5. Виды спонсорской помощи

Ключ к достижению успеха в получении качественной и необходимой спонсорской помощи – это креативность и гибкость. Спонсорство бывает разное. Некоторые спонсоры хотят незамедлительного возврата инвестиций, некоторые хотят продвинуть бренд в народные массы, другие же просто хотят сбыть товар.

Наиболее успешные искатели спонсорской помощи умеют видеть и понимать потребности своих потенциальных спонсоров и адаптировать свои запросы под эти параметры.

Чтобы помочь Вам начать процесс поиска спонсорской помощи, ниже приводится несколько полезных примеров видов спонсорской помощи.

Спонсорская помощь в виде вознаграждений

Если у Вас нет возможности получить от спонсора деньги, то узнайте у него, что он мог бы предоставить для мероприятия. (Помните, все, что выделяется спонсорами на мероприятие, входит в общую стоимость мероприятия).

Один из видов такой помощи – это спонсорская помощь в виде вознаграждений. Такие спонсоры могут предоставить свою продукцию взамен на официальное признание их, как спонсоров мероприятия, и на попадание их продукции непосредственно в руки потребителей.

К примеру, клуб Beachfest (Великобритания) обратился к местному независимому магазину оборудования для кайтинга, который в качестве приза предоставлял бесплатный урок по кайтингу победителю конкурса на лучший лэй-аут соревнования. Они согласовали демонстрацию обучающего занятия по кайтингу. Взамен организаторы турнира поместили их логотип на печатных материалах турнира и на веб-сайте.

СМИ/Коммерческая спонсорская помощь

Поддержка СМИ – это один из наиболее сильных инструментов спонсорской помощи. Он может содействовать появлению не только денег от новых спонсоров, но, и также обеспечить широкую известность мероприятию. Поддержка СМИ является эксклюзивным соглашением со специальным информационным каналом для рекламы мероприятия. Эта реклама будет приветствоваться другими спонсорами.

Информационные агентства стараются поддерживать различные общественные мероприятия в силу разных причин (новая зрительская аудитория, поддержка имиджа, признание и пр.). Для получения поддержки СМИ начните с местных информационных служб. В поиске медиа поддержки в качестве спонсорской помощи Вы можете получить отказ. Помните, что информационная поддержка это конкурентный бизнес, поэтому предлагайте на рассмотрение профессиональное предложение, которое покажет, что Ваше мероприятие принесет высокую прибыль при небольших вложениях.

Опять же приводим в пример клуб Beachfest (Великобритания). Они использовали местную радиостанцию как спонсора. «О нас вещали в течение недели. Диджеи рекламировали мероприятие и привлекали зрителей билетами на нашу вечеринку в качестве приза. Радиостанция также бесплатно предоставила нам диджея для вечеринки. Взамен мы использовали их логотип на всех печатных материалах и на нашем веб-сайте. Для нас это имело определенную ценность и важность. Благодаря диджеям люди узнали про Ultimate, как новый вид спорта. Мы кончено не увидели огромного количества зрителей, но привлекли дополнительных посетителей на вечеринку! Спонсоры остались довольны благодаря росту значимости турнира».

Спонсорская помощь в виде одежды

Спонсоры предоставляющее одежду – это, как правило, самые «легкие» спонсоры. Такие организации достижения наибольшего эффекта предпочитают размещать свои логотипы не только на печатных баннерах перед глазами публики, но и также на одежде.

Предложите организациям в качестве оплаты за одежду, которую Вы бы хотели иметь на мероприятии для продажи или бесплатной раздачи, разместить на этой одежде их логотип. Это можно использовать не только с компаниями, которые занимаются продажей одежды, а так же и с любыми другими.

Пример: BULAFLOW Турнир по пляжному Ultimate в Израиле был спонсирован BUFF (организация, занимающаяся продажей бандан).
Они предоставили 120 бандан в замен на:

- рекламу на мероприятии;
- лого на уличных вывесках;
- лого на веб-сайте и в e-mail переписке;
- лого на флайерах и программках;
- лого в ролике мероприятия;
- продажа бандан через сайт и в палатках во время мероприятия;
- 2 рекламных щита в пляжных палатках.

Игроки были очень довольны этими «крутыми» банданами.

Спонсорская помощь в виде продуктов питания и напитков

В некоторых случаях продукты питания и напитки могут оказаться самой дорогой статьей расходов организации мероприятия. Одним из решений этой проблемы является возможность получения средств от спонсоров на покупку продуктов питания и напитков, либо же предоставление этого всего самими спонсорами.

Рестораны – это лучшее место, куда стоит обратиться в поисках такой спонсорской поддержки – особенно это касается ресторанов быстрого питания. Но запомните: в некоторых случаях достаточно проблематично получить такую спонсорскую поддержку от франшизных ресторанов.

Недавний Колумбийский Турнир по пляжному Ultimate был спонсирован компанией «Pony Malta» (выпускает пиво), которая предоставила деньги, свою продукцию и рекламу мероприятия. В замен они попросили рекламу на тентах и баннерах. Слова ДТ: «*Мы организовывали и проводили наш турнир каждый год на протяжении 3-х лет. В первый раз мы даже не занимались поиском спонсоров, потому что первый турнир проводился с целью привлечь внимание к новому виду пляжного спорта. Так как турнир оказался успешным, я начал задумываться о проведении более серьезного мероприятия. Для этого необходимо было найти спонсоров. Для достижения этой цели работала группа специалистов, наиболее подходящих для поиска организаций, от которых мы могли получить спонсорскую помощь. Хороший рекламист и хороший маркетолог – это ключ к получению доверия спонсоров. Благодаря им нам удалось получить дополнительную информацию и подготовить хорошую умную и красноречивую брошюру для начала такой кампании. Таким образом, нам удалось заручиться спонсорской поддержкой нескольких организаций, занимающихся продуктами питания и напитками, а так же Интернет-компании и других. У нас до сих пор не было никакого сотрудничества с компаниями, которые занимаются одеждой, но мы над этим работаем. Ultimate – это все еще новый развивающийся вид спорта, и поэтому потребуется некоторое время для того, чтобы эти люди смогли понять, какую мы можем им предоставить возможность для рекламы их товаров и услуг. Но мы постепенно приближаемся к успеху*»

На Всемирном Чемпионате по пляжному Ultimate в Португалии национальная компания «Beer Brewery Sagres» предоставила более 1000 литров пива бесплатно, а также продала организаторам еще некоторое количество пива по себестоимости. Это позволило организаторам продавать пиво игрокам по хорошей цене, для того чтобы получить деньги для турнира.

Спонсорская помощь в организации вечеринки

Вечеринка это другая не менее важная часть организации турнира. Чаще всего требуется достаточно много времени для того, чтобы найти и заполучить средства на организацию вечеринок, а также найти людей, которые будут работать на вечеринке (музыкальные группы, DJ, MC). Наилучшим решением будет попытка найти спонсора, который покроет все затраты на вечеринку с расчетом получить прибыль от мероприятия.

Например, Beachfest в Великобритании использовали бесплатного DJ с радиостанции его спонсора.

Спонсорская помощь в виде материально-технического обеспечения

Такой вид спонсорской помощи – это целое поле для воображения. Она может быть представлена в виде палаточного оборудования, оборудования для полей, оказания первой медицинской помощи во время игр и пр.

Обычно это требует помощи нескольких организаций, особенно если они видят, что их спонсорская помощь отвечает их миссии. Такая помощь может афишироваться с помощью плаката возле поля, палаток оказания первой медицинской помощи и пр.

Спонсорская помощь в предоставлении жилых помещений

Каждое мероприятие нуждается в близко находящихся жилых помещениях, для размещения приезжих игроков. Почему бы не подписать соглашения с несколькими местными гостиницами, чтобы организовать это?

Гостиницы предпочитают иметь отдельные блоки или комнаты специально для больших мероприятий или съездов. Таким образом, они сохраняют свободными номера для обычных посетителей. Получить от гостиниц денежную помощь будет достаточно сложно, хотя Вы вполне можете рассчитывать на скидки за использование номеров группами или получить в пользу мероприятия процент от стоимости заказанных номеров.

Например, жилье для участников турнира Ocean Beach в Новой Зеландии частично было предоставлено Surf Life Saving Club. $10 с каждого игрока было возвращено клубу, поскольку он не является коммерческой организацией.

Титульная спонсорская помощь

Титульное спонсорство – это, наверное, наилучший путь получить большую денежную сумму для организации мероприятия.

Титульное спонсорство фактически дает спонсору эксклюзивное право на упоминание в любое время в течение мероприятия. Титульное спонсорство дает видимость того, что спонсор является «владельцем» мероприятия. Мы можем это наблюдать все время в рекламе: The Staples Center, Pepsi Smash, the Lexus Open и пр.

Это вознаграждение высшего класса, поэтому будьте готовы оценить его по достоинству.

6. Категории спонсорской помощи

Для того чтобы заинтересовать потенциального спонсора, можно использовать такой инструмент как «Категория Спонсорства».

Поскольку существует возможность сотрудничать с неограниченным количеством потенциальных спонсоров важно аккумулировать их спонсорскую помощь и распределить ее по разным категориям и уровням. К примеру, Платиновая, Золотая, Серебряная, Бронзовая - это все широко используемые категории спонсорской помощи. В зависимости от мероприятия, лучше использовать более специализированные категории в соответствии с тематикой Вашего мероприятия – если оно проводится на пляже, используйте, к примеру, такие названия, как: Surf Sponsor, Big Kahuna (гавайский бог) Sponsor или Title Wave Sponsor. Такой творческий подход будет более приемлем для Вашей аудитории.

Наилучший путь получения спонсорской помощи это уровневый подход. Создайте несколько уровней спонсорской помощи, каждый с разными эксклюзивными выгодами. Но все же помните, что некоторые выгоды могут быть одинаковыми в нескольких категориях – выгода, как упоминание на веб-сайте или в программке мероприятия.

Ниже приведен список выгод для категорий спонсоров помощи:

- реклама в изданиях
  *Информация в изданиях дает свободное пространство для Турниров по Ultimate, таких как UPA журнал. Этот вид привилегий включает в себя размещение спонсорского Лого.

- титульное спонсорство
  *Имя включено в название мероприятия.

- демонстрационные баннеры
  *Непосредственно на мероприятии и/или на веб-сайте

- демонстрационные стенды (палатки)
  *Возможность демонстрации на мероприятии

- включение во все печатные материалы
  *Предложите спонсорам возможность быть упомянутыми во всех сопроводительных печатных материалах мероприятия

- широкая реклама во время программы турнира или лиги
  *Предложите спонсорам рекламу в направлении аудитории мероприятия

- упоминание в статьях об Ultimate
  *Предложите спонсорам возможность быть упомянутыми во всех пресс-релизах

- почтовые рассылки покупателям
  *Предложите спонсорам создать почтовую рассылку по их товарам и услугам всем участникам мероприятия

- Лого спонсора на снаряжении
  *Предложите спонсорам поместить их логотип на дисках Frisbee, футболках и пр.

- пресс-релиз
  *Изготовленные на заказ пресс-релизы с упоминанием о спонсоре

- выставка образцов продукции/размещение пакетов игроков
  *Предложите размещение спонсорской продукции в палатках во время мероприятия
  *Предложите раздавать участникам образцы продукции спонсоров в пакетах игроков

- спонсорская помощь в качестве наград для призовых мест
  *Предложите спонсорам возможность предоставить награды для призовых мест

- DVD продукция
  *Предложите спонсорам возможность создания DVD продукции с их Лого, ассортиментом продукции, с сюжетом об их организации и пр.

- спонсорская помощь на вечеринке/банкете
  *Дайте спонсору звание эксклюзивного титульного спонсора вечеринки

(Этот список далеко не полон, проявляйте творческий подход!)

7. Потенциальные спонсоры для контакта

Первые потенциальные спонсоры, о которых должен думать ДТ, - это местные, затем региональные, и только потом национальные компании. Budweiser – это наверное более известное бредовое имя, чем местная мини-пивоварня, хотя последняя будет более заинтересована в оказании спонсорской помощи местному мероприятию.

Немаловажным является четкий пересмотр всех позиций бюджета мероприятия с целью определения приоритетных затратных статей. Кончено искать спонсора для предоставления солнцезащитного козырька – это очень важно для участников, но это не сберегает денежных средств мероприятия и поэтому необходим четкий контроль списка всего необходимого: напитков, продуктов питания, вечерники, алкоголя, закуски, и пр.

Вдобавок к местным спонсорам (у которых шанс получить любую спонсорскую поддержку гораздо выше) вы можете использовать нижеприведенные контакты потенциальных спонсоров. Поскольку Вы будете не единственным организатором мероприятия, который обращается к ним за спонсорской помощью, тщательно поработайте над своей презентацией.

Ultimatee-организации
www.GAIAultimate.com
www.lookfly.com
www.vcultimat.com
www.discraft.com

Компании, предоставляющие напитки
http://www.redbull.com
Redbull может выступать спонсором в качестве предоставления напитков…бюджеты, с которыми они работают не известны, но они оказывали поддержку некоторым мероприятиям в Канаде.

http://www.sharkenergy.com
Аналогичная компания, которая приветствует возможность дополнительного размещения и рекламы их бренда.

http://www.canadiansprings.com
В Канаде Canadian Springs – наибольшая компания по производству напитков. Они являются национальной компанией и имеют достаточный бюджет для спонсирования крупных мероприятий, и уже неоднократно выступали с поддержкой турниров по Ultimate.
Или же по возможности обращайтесь к любой местной компании, которая выпускает напитки, и готова сделать вклад в Ваше мероприятие. Только обязательно проследите, чтобы ни одна бутылка не осталась валяться не убранной на пляже.

Другие компании, предоставляющие продукты питания и напитки
www.clifbar.com
www.powerbar.com
www.gatorade.com
www.powerade.com
www.odwalla.com
www.ANYBEERHERE.com
www.Coca-cola.com
www.Pepsi.com
www.Powerade.com

www.Mars.com
www.MandMs.com
www.Snickers.com

Компании, предоставляющие одежду, могут быть привлечены к спонсорству, поскольку являются спортивными организациями.
www.patagonia.com
www.quiksilver.com
www.adidas.com
www.nike.com

Internet-организации, мобильные операторы и компьютерные компании, которые могут быть потенциальными спонсорами Ultimate-мероприятий.
www.Apple.com
www.Microsoft.com
www.HP.com
www.Oracle.com
www.SAP.com
www.Lucent.com
www.Cisco.com
www.telemundo.com
www.google.com
www.yahoo.com
www.ask.com
www.sony.com
www.ericsson.com
www.motorola.com
www.nokia.com
www.blackberry.com

Крупные компании по предоставлению тентов и палаток, которые могут предоставить несколько палаток для участников турнира.
www.solarsunblocker.com
www.mexicantancanada.com
и многие другие…

8. Пример приглашения к спонсорству

Обращение к потенциальному спонсору (к дирекции организации, к соответствующему подразделению, к соответствующему должностному лицу и пр.)

К Вам обращаются организаторы Chicago Sandblast Championship с целью предложить уникальные и прибыльные взаимоотношения с обществом игроков Ultimate Frisbee, благодаря которым Вы можете увеличить узнаваемость Вашего бренда и поднять уровень продаж Вашей продукции.

Этот год для нас является уже 6-м сезоном организации турнира. Поэтому на данном этапе наше мероприятие - это серьезный двухдневный турнир по пляжному Ultimate со всеми необходимыми составляющими: рекламными палатками, профессиональной медицинской помощью, двумя вечерниками и солидным списком спонсоров, в котором присутствуют: Whole Foods, Naked Juice, Chipotle, Flat Top Grill и Panera Bread, а также в качестве регионального партнера соревнований выступает Accelerated Rehabilitation Centers и еще многие другие.

Благодаря нашему возрастающему успеху нам удалось заручиться важной и необходимой медиа поддержкой на национальном и региональном уровнях. К примеру, в прошлом году, репортаж о нашем чемпионате 11 июля был включен в выпуск «*Sports Illustrated»,* а 26 мая в прямой эфир *Time Out Chicago*. Также, благодаря партнерству с Радио XRT, информация о нашем чемпионате попала на их вебсайт и была разрекламирована в прямом эфире вместе с Chipotle - спонсором нашего мероприятия. На данный момент у нас уже подписаны предварительные соглашения с радио “The Mix” WTMX 101.9 и *The Onion* о медиа поддержке в 2006 г. и мы работаем над подписанием соглашений с радио B96 и публикацией в таких изданиях как *The RedEye* и *Time Out Chicago*.

Мы бы хотели предложить Вашей компании поучаствовать в нашем Chicago Sandblast Championship, который состоится на выходных 8-9 июля, в качестве Генерального Спонсора Чемпионата и воспользоваться следующими возможностями:

- **Использовать в рекламных целях пакет игрока/капитана.** Каждый из 750 зарегистрированных участников и 48 капитанов получат пакет с предоставленной спонсором продукцией и подборкой рекламных материалов от наших партнеров. Пакет будет также включать в себя программу мероприятия, талоны для приобретения бесплатных продуктов питания и пригласительный билет на вечеринку.
- **Рекламные материалы в печатном и электронном виде.** Посещаемость нашего сайта составляет более 10000 кликов в 4-х месячный период до мероприятия. Доступ к информации о турнире и спонсорах мероприятия на сайте и в печатной продукции является хорошей рекламой.
- **Турнирные призы**. Мы планируем наградить Чемпиона Турнира и вручить приз за Дух Игры. Каждому из 15 участников каждой команды будет предоставлена возможность выиграть и получить специально выделенные от Вас призы.

Так же Вы могли бы выступить в качестве Главного Спонсора Чемпионата и принять участие в таких проектах мероприятия:

- **Право быть главным учредителем основных мероприятий и церемоний ($1000).** На протяжении всего двухдневного турнира будет несколько важных мероприятий, в которых Вы могли бы принять участие, как учредитель. Такие как: Welcome Party в пятницу, пляжные завтраки и обеды во время соревнований, субботняя вечеринка и послеобеденные Воскресные церемония награждения победителей и церемония закрытия соревнований.

- **реклама на веб-сайте мероприятия**. Уровень Генерального партнера позволяет Вам поместить свой логотип с рекламной информацией о Вашей компании на одной из страниц нашего веб-сайта. Статус Главного Спонсора позволяет разместить информацию о Вашей организации (с Лого) на главной странице, а также сделать доступ (ссылку) к этой информации с любой страницы веб-сайта.

- реклама на печатных материалах. Статус Главного Спонсора позволяет разместить информацию о Вашей компании (с Лого) на лицевой и обратной сторонах раздаточных материалов (программка мероприятия и пр.). Уровень Генерального Спонсора дает возможность поместить листовку с рекламой Вашей организации в презентационных пакетах для игроков.

- стенды с выставочными образцами продукции. Турнир в 2005 году был очень удачным для компаний демонстрировавших свою продукцию. Ими была отмечена высокая заинтересованность наших участников.

- баннеры на мероприятии. Пляж Montrose это место проведения мероприятия с возможностью размещения различных баннеров на его территории на протяжение субботы и воскресенья. Как только будет определено место для проведения пятничной и субботней вечеринок, там также будет выделено место для размещения рекламных плакатов.

- **Официальные подарки мероприятия ($500).** Это уже стало традицией готовить для каждого из участников соревнований специальный подарок, символизирующий именно этот турнир. Так в 2003 году это были пляжные полотенца, а в 2005-м – драй-эрейз доски. В этом году мы также планируем возможность изготовления таких запоминающихся подарков.
- **Рекламные футболки для стафа ($400).** Каждый человек из группы стафа будет обеспечен футболкой с Вашим логотипом, которую он будет носить на протяжении всего мероприятия. Это будет группа из 30 человек на пляже и на вечернике.
- **Поддержка команды организаторов ($300).** Это возможность выделить команду организаторов турнира с помощью индивидуальных футболок. Ваш взнос поможет покрыть расходы на изготовление трикотажной продукции с Вашим логотипом и обеспечит Вам рекламу на протяжении всего мероприятия и за его пределами.

Огромная популярность Chicago Sandblast Championship и постоянно растущее количество участников дает хорошую возможность для роста узнаваемости Вашего бренда и необходимую целевую аудиторию для увеличения продаж Вашей продукции.

Как общественное мероприятие, Chicago Sandblast Championship может быть поддержан бизнесами любого размера. Размер окончательного взноса на это мероприятие может быть адаптирован именно под Вашу организацию и Ваш бюджет.

Пожалуйста, рассматривайте это предложение как стартовый план (набросок) с дополнительными возможностями, которые можно будет рассмотреть. Я надеюсь на встречу с Вами для более подробного изучения Ваших целей и приоритетов.

Жду с нетерпением Ваших комментариев и обязательно свяжусь с Вами в ближайшем будущем, для начала сотрудничества с Chicago Sandblast Championship 2006.

С уважением,
Адам

Adam J. Levy
Директор Турнира, Chicago Sandblast Championship
http://www.chicagosandblast.com
adamlevy@sandblast.com
(773) 447-8022

<u>Дополнительная информация о Chicago Sandblast:</u>

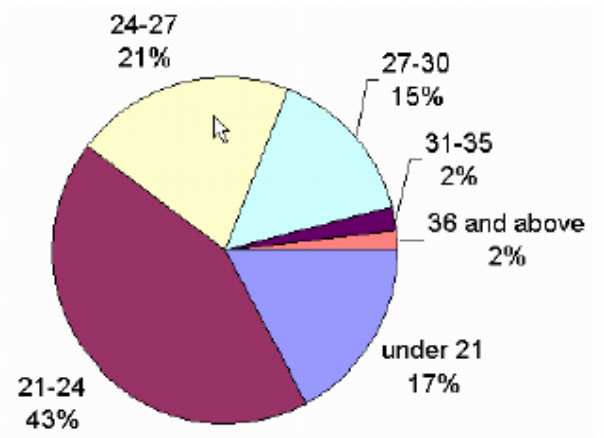
Эффективное общение с целевой аудиторией

Сотрудничая с Chicago Sandblast, Вы сможете не только говорить о своих целях, но и достичь их. Ваша реклама обязательно дойдет до потенциального потребителя, даже если он на данный момент не заинтересован в Вашей продукции или услугах. К тому же у Вас есть целых два дня (что гораздо больше, чем 30-ти секундный рекламный ролик) для более эффективного налаживания ключевых отношений с целевой аудиторией, поддерживая ее активный образ жизни.

Эксклюзивность

Ваша компания потенциально может быть единственной компанией с эксклюзивными правами и условиями сотрудничества с Chicago Sandblast.

Информация об участниках Chicago Sandblast
(данные исследований Chicago Sandblast 2005)



- 41% участников Chicago Sandblast имеют доход выше $50 000 в год, и 26% всех участников имеют доход выше $75 000 в год
- 97% не состоят в браке
- 72% имеют степень бакалавра, а оставшиеся 28% - учатся в колледже
- 64% наших участников в возрасте от 21 до 27 лет
- больше половины (53%) – мужчины
- 93% имеют свой собственный компьютер
- 14% имеют свой собственный дом
- 64% имеют собственный автомобиль
- 34% являются членами спортклубов

Отзывы о спонсорах на Chicago Sandblast 2006

- ***«Мы замечательно провели время, и все Ваши игроки были очень признательны нам за присутствие и предоставление продуктов питания. Это было великолепное мероприятие! Мы ожидаем результатов нашего совместного сотрудничества и надеемся на дальнейшее развитие партнерства», - со слов одного из наших Премьер Спонсоров***
- *«Хороший напиток – слышал о нем, но никогда раньше не пробовал, однако в дальнейшем обязательно буду покупать для поддержания физической формы и просто, чтобы чувствовать себя хорошо»*, - о Naked Juice
- *«Наша команда…была в абсолютном восторге от предоставленной Вами еды. В нашем лице Вы получили пожизненных клиентов»*, - о Chipotle
- *«Огромное-огромное-огромное спасибо за хот-доги Leon's! Это были самые лучшие хот-доги, которые я когда-либо ел в своей жизни. И если я их встречу в Коламбии, то обязательно куплю еще раз!»* - о хот-догах Amy/Leon Sausages
- *«Какая замечательная идея! Многим участникам, как и мне, понравился Nacked Juice. (Благодаря спонсорам турнира в дальнейшем выбрать сок будет очень легко!) Самый вкусный – манговый!»* – о Nacked Juice
- *«Буритос в воскресенье – просто супер! Chipotle - это Ваш лучший спонсор! »* - о Chipotle
- *«Мне понравился этот напиток еще на прошлогоднем турнире. С тех пор только его и покупаю!»* - в благодарность Monster за энергетический напиток
- *«Раньше никогда не слышал о Nacked Juice, теперь же только его и буду покупать!»* - о Nacked Juice

Информация о турнире Chicago Sandblast

Что	Шестой по счету турнир Chicago Sandblast по пляжному Ultimate собирает вместе игроков Frisbee со всех Соединенных Штатов для наслаждения игрой и обменом опытом. Турнир дает возможность участникам посоревноваться, а спонсорам и поставщикам продуктов продемонстрировать свою продукцию и услуги.
Где	Пляж Montrose, один из самых больших пляжей в Чикаго, расположенный на востоке Озера Shore Drive и на севере Irving Park Road.
Когда	Июль 2006. Начало в пятницу 7-го, окончание в воскресенье 9-го. Непосредственно соревнования на пляже начинаются в 9:00 в субботу и в воскресенье.
Аудитория	720 зарегистрированных участников (предполагается 48 команд по 15 участников) *595 участников, 42 команды в 2005 году* *466 участников, 35 команд в 2004 году* *283 участника, 25 команд в 2003 году*
Билеты	Для желающих просто посмотреть – вход бесплатный. Для игроков стоимость участия - $400 с команды.
Спонсорская помощь	Мы находимся в процессе поиска потенциальных спонсоров, которые могли бы сделать взносы в организацию и проведение Chicago Sandblast 2006. И мы бы хотели в этом процессе создать взаимовыгодный диалог с Вашей организацией.

9. Пример договора

Прим. Переводчика: Данный пример договора не очень подходит для использования за пределами США. Рекомендуем составлять более традиционный договор, включающий следующие пункты:

- Реквизиты сторон
- Предмет договора
- Права и обязанности каждой из сторон
- Порядок и сроки оплаты
- Порядок решения спорных вопросов
- Ответственность сторон
- Другие условия договора
- Дата, подпись, печать

В дирекцию Accelerated Rehabilitation Centers.

Мы благодарны за Ваше время и интерес к Chicago Sandblast, который проводиться с 7-го по 9-е Июля. Согласно требованиям, ниже приведенный документ будет выступать в качестве официального договора о нашем партнерстве на период мероприятия.

Chicago Sandblast обеспечит Вашему Центру статус Эксклюзивного Партнера мероприятия. Пожалуйста, сообщите, если выставление счета обязательно для Вашего финансового отдела.

- **Право быть главным учредителем основных мероприятий и церемоний ($1000).** Обеспечить присутствие на пляже 8-го июля в субботу и 9-го июля в воскресенье персонала в количестве 4-х человек с 8:00 до 11:00 и 2-х человек с 11:00 до 18:00, либо согласовать количество Ваших сотрудников с Директором Турнира. Снабдить персонал тентами, столами и всеми необходимыми материалами. Срок оплаты: 15 мая
- **Официальные подарки мероприятия ($500).** Предварительно предполагается изготовление для игроков рюкзаков, с продукцией спонсоров. Срок оплаты: 15 мая.
- **Поддержка команды организаторов ($300).** Взнос для изготовления спортивной формы для команды организаторов. Срок оплаты: 15 мая.
- **Рекламные футболки для стафа ($200).** Каждый из приблизительно 30 человек стафа турнира будет одет в предоставленную ему рекламную футболку, и будет носить ее на протяжении всего мероприятия. Срок оплаты: 15 мая.

Выполнение выше перечисленных пунктов дает Вам возможность использовать турнир Chicago Sandblast в рекламных целях.

- **Пакет игрока/капитана.** Каждый из 750 зарегистрированных участников и 48 капитанов получат пакет с предоставленной спонсором продукцией и подборкой рекламных материалов от наших партнеров. Пакет будет также включать в себя программу мероприятия, талоны для приобретения бесплатных продуктов питания и пригласительный билет на вечеринку.
- **Рекламные материалы в печатном и электронном виде.** Реклама на обновленном сайте с более чем 10 000 посещениями за 3-х месячный период является хорошим дополнением к рекламе в печатных материалах турнира.

- реклама на веб-сайте мероприятия. Статус Главного Спонсора позволяет разместить информацию о Вашей организации (с Лого) на главной странице, а также сделать доступ (ссылку) к этой информации с любой страницы веб-сайта.

- реклама на печатных материалах. Статус Главного Спонсора позволяет разместить информацию о Вашей компании (с Лого) на лицевой и обратной сторонах раздаточных материалов (программка мероприятия и пр.).

- **баннеры на мероприятии.** Возможность размещения рекламных баннеров и палаток на пляже в течение игр в субботу и воскресенье, а также на территории проведения вечеринок в пятницу и субботу.

- **Присутствие на турнирной вечеринке.** Для Вашего Центра возможно размещение баннеров на вечеринках в пятницу или субботу.
- **Турнирные призы.** Две команды, состоящие из 15 человек, в конце соревнований награждены призами. Это возможность для предоставления им вашей сувенирной продукции или же денежных премий.

_____	_____	_____	_____
Название организации	Дата	Adam Levy Chicago Sandblast	Дата