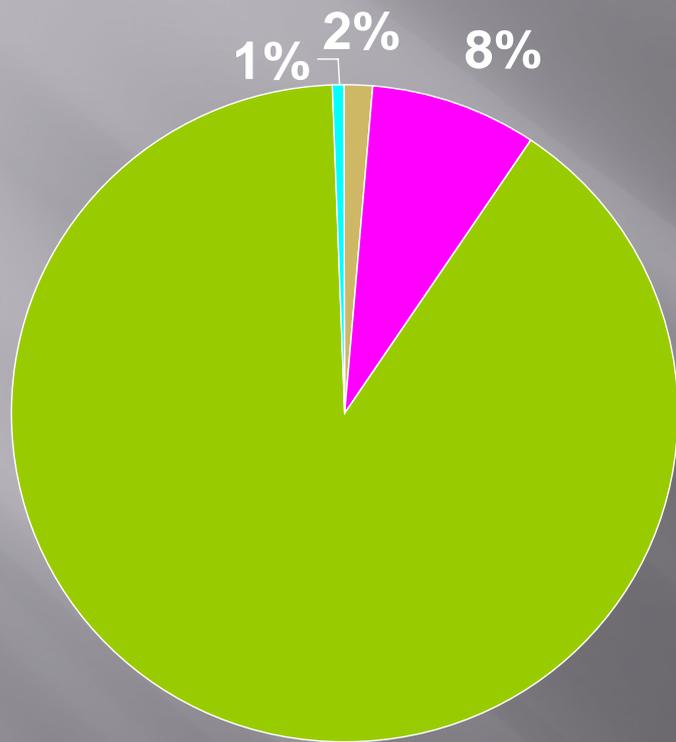


ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ  
СПОНСОРСКОЙ И ПАРТНЕРСКОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СПОРТИВНЫХ  
ЛИГАХ

# Структура доходов клуба КХЛ и NHL



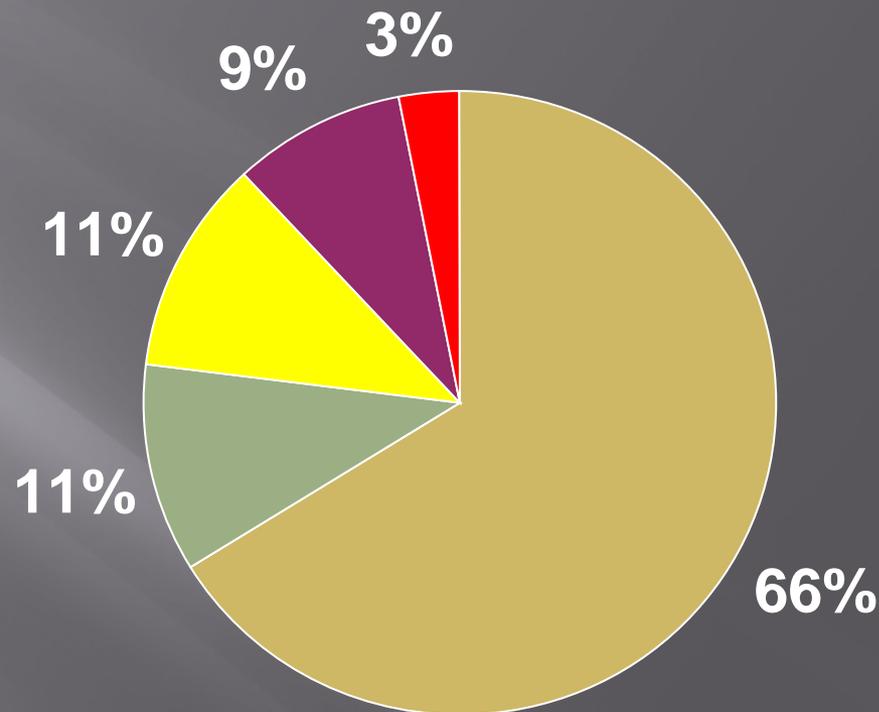
89%

MatchDay

Продажа игроков

Спонсоры

Прочие доходы



11%

11%

9%

3%

66%

MatchDay

Национальное ТВ

Местное ТВ

Спонсоры

Лицензирование

# Заблуждение №1

Спонсорство



- Милосердие
- Меценатство
- Благотворительность
- Филантропия,



# Заблуждение №2

Спонсорство



Инвестирование



# Финансирование спорта

**Государственные  
бюджеты**

**Цели:** Здоровье  
нации, престиж  
государства

**Цели:**  
коммерческие  
результаты,  
социальный  
эффект

**Клиент-2**  
**-Спонсоры**  
**-Рекламодатели**



**Цели:** Бизнес,  
политика,  
имидж

**Клиент-1**  
**-Фанаты**  
**-Покупатели**

**Цели:** Зрелище,  
здоровье,  
участие, статус

**Частный  
инвестор**

# Сущность спонсорства

Стратегия маркетинга, построенная на взаимодействии бренда спонсора со спортом в целях его дальнейшего развития



**Экономические ресурсы**



**Внимание и лояльность к бренду = рост продаж**



**Ассоциации со спортом (клубом, лигой, событием, персоной)**

# Мотивация спонсора



## Цели спонсора:

- Повышение осведомленности о бренде
- Улучшение (коррекция) имиджа
- Повышение продаж
- Налаживание коммуникаций

## Спонсор стремится получить:

- Доступ к целевой аудитории объекта (*реклама*)
- Ассоциации с объектом и его ценностями
- Демонстрация лояльности социальным ценностям (*отношения b2G*)
- Доступ к самому объекту (*посещение события*)
- Возможность демонстрации своих продуктов (*экипировка, оборудование, техника и т.п.*)

# Принципы спонсорства в спорте

- **Взаимная полезность сторон**
- **Возмездность отношений**
- **Адекватность вклада сторон**
- **Гармоничность партнеров**
- **Гибкость**
- **Срочность**



# I. Критерии оценки объекта спонсорства (событие) - 1

**Тип мероприятия (объекта)** его соответствие маркетинговой стратегии и целям Спонсора

**Время** проведения мероприятия (*а также его «серийность»*)

**Место** проведения мероприятия (*страна, город, стадион*)

**Концепция** мероприятия (*идея, программа, участники, гости, партнеры, ...*)

**Аудитории** объекта

**Брендованность** объекта (*наличие качественного бренда – признак успешного развития объекта*)

# I. Критерии оценки объекта спонсорства (событие) - 2

**История** объекта (*чем дольше проводится мероприятие, тем лучше для его истории*)

**Известность** объекта (*интегрированный показатель: Аудитория + Бренд + СМИ + История + ... - очень понятный для Спонсора*)

**Коммуникационные возможности** события (*до..., во время..., после...*)

**Стоимость** спонсорства

**Адекватность** менеджмента объекта

**Другие партнеры** объекта (*гармоничность спонсоров*)

**Возможность системного спонсорства** (*наличие системного пакета и особых условий*)

## II. Критерии оценки объекта спонсорства (клуб) - 1

**Вид спорта** его соответствие маркетинговой стратегии и целям Спонсора

**Уровень турниров** участия клуба (*национальные и международные лиги, чемпионаты*)

**Состав команды** (*звезды, члены сборной, иностранцы*)

**Место дислокации клуба** (страна, город)

**Наличие стадиона** (*собственность, аренда, управление*)

**Объем аудитории** клуба

**Характеристики болельщиков** клуба

**Брендированность** клуба (*стандарты и франшиза бренда*)

## II. Критерии оценки объекта спонсорства (клуба) - 2

**История** клуба (*титулы, герои, события*)

**Известность** клуба (*интегрированный показатель: Аудитория + Бренд + СМИ + История + ... - очень понятный для Спонсора*)

**Коммуникационные возможности** клуба (*рекламные, событийные, типы спонсорства и активаций*)

**Стоимость** спонсорства (*включая активацию*)

**Адекватность** менеджмента клуба

**Другие партнеры** клуба (*гармоничность спонсоров*)

**Возможность системного спонсорства** (*наличие системного пакета и особых условий*)

# Процесс работы со спонсорами

1. **Определение объекта спонсорства**
2. **Определение целей, вида и масштабов спонсорства**
3. **Определение круга потенциальных спонсоров**
4. **Разработка стандартного спонсорского пакета**
5. **Проведение переговоров с потенциальными спонсорами**
6. **Адаптация спонсорского пакета**
7. **Подписание контракта**
8. **Активация спонсорства**
9. **Анализ эффективности**

