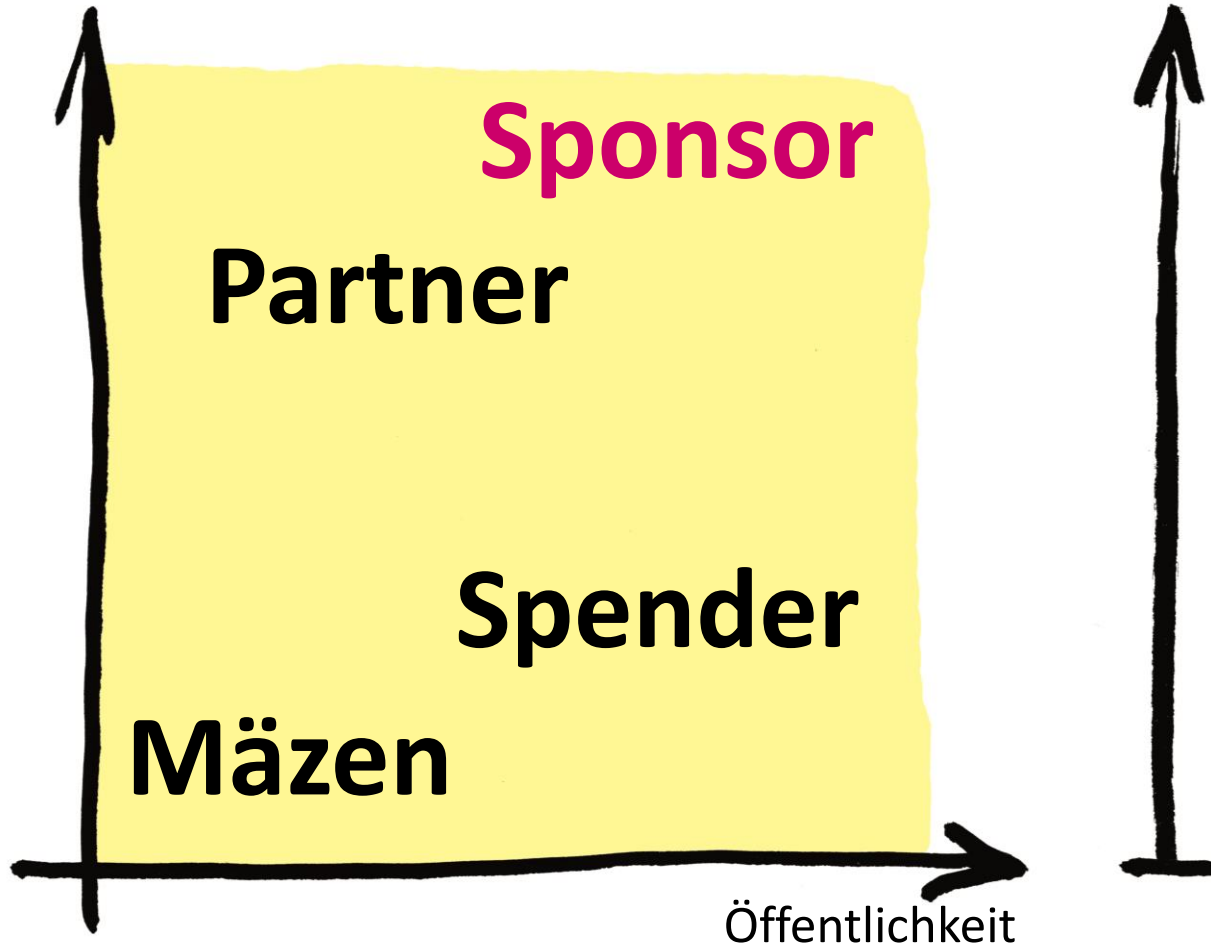


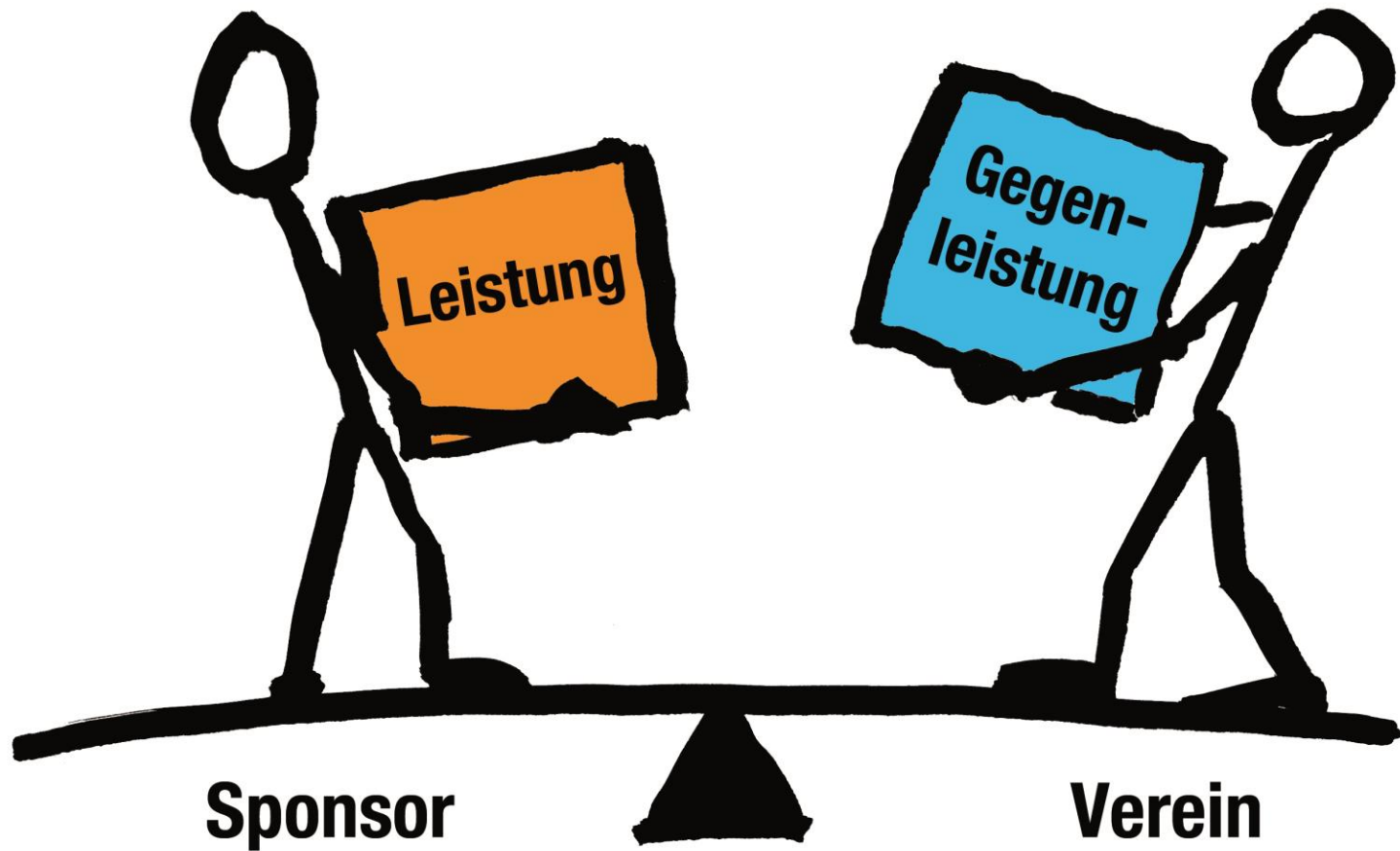
**Sie haben weniger „echte“
Sponsoren, als Sie glauben!**

**Sponsoren, die „JA“ sagen,
und nicht „nicht NEIN“!**

Erwartung
Gegenleistung

Positive geschäftliche
Auswirkung





Nutzen für Sponsoren

Werbepattform: Kontakte zu potenziellen Kunden und Multiplikatoren.

PR und Image: Bekanntheit steigern, soziales und gesellschaftliches Engagement zeigen und beweisen.

Know-How und Leistungstransfer: Besondere Veranstaltungen z. B. VIP, Incentives, Fortbildung, ...

Sponsor



Verein

Nutzen für Sponsoren

Nutzen für Vereine

Werbepattform: Kontakte zu potenziellen Kunden und Multiplikatoren.

PR und Image: Bekanntheit steigern, soziales und gesellschaftliches Engagement zeigen und beweisen.

Know-How und Leistungstransfer: Besondere Veranstaltungen z. B. VIP, Incentives, Fortbildung, ...

Geld und Sachmittel: An Recht und Steuern denken!

Know-How und Arbeitsleistung: Kann sehr wertvoll sein!

„Gute“ neue Kontakte: Mitglieder und Unterstützer.

Profitieren von PR und Image: Chance und Risiko! Sponsor und Sponsornehmer in einem Boot!

Sponsor



Verein



Stärken und Schwächen analysieren:

Was ist charakteristisch und einzigartig?



Im Fokus dabei:

Die Akteure, die Außenwirkung, das Miteinander, die Leistungen, ...

Authentisch und ehrlich bleiben:

Innensicht und Außensicht berücksichtigen.

Welche Geschichten gibt es über den Verein:

Erzählenswertes ist wichtiger als reine Information.

Hilfreich dazu:

Mission Statement (Kurzprofil), Zettelmethode mit Priorisierung, Interviews



Bedürfnisse erfüllen:

Was dient den Menschen?

Verein entwickeln – Stärken stärken, Grundprobleme anpacken:
Konzepte und Ideen werden getragen von Menschen!

„Gutes“ tun und auch darüber reden:
Welche „Vereinsgeschichten“ haben Erlebnispotenzial?

Positive Kommunikationskultur:
Interne Kommunikation bestimmt die Außenwirkung!

Hilfreich dazu:
Workshop mit Blick über den Tellerrand

Gute Beziehungen anbahnen:

MMMM = Man muss Menschen mögen



Sponsoren finden:

Kontakte recherchieren und diese qualifizieren.

Akquisekonzept erarbeiten:

Gesprächsleitfaden entwickeln, Unterlagen (Sponsoringleitfaden) vorbereiten.

Kontakt herstellen und vertiefen:

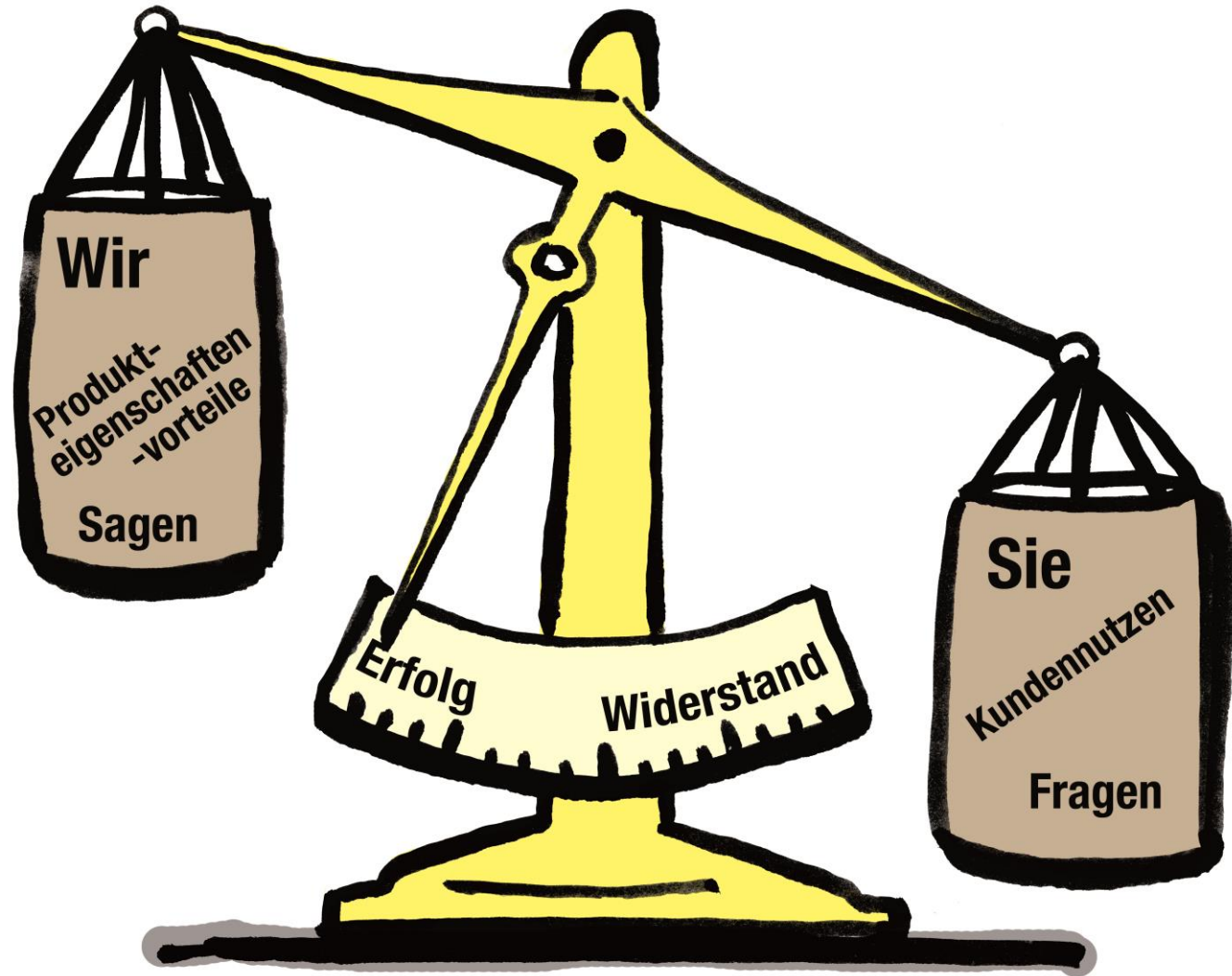
(Kalt-)Akquise am Telefon, persönliche/r Präsentationstermin/e.

Hilfreich dazu:

Impulse zur Akquise und Vertrieb, persönliche Kompetenz







Fair verhandeln:

Verhandlungspartner auf Augenhöhe



Verhandeln:

Klares Angebot, klare Leistungen.

Auf Wünsche eingehen, nachbessern, nachverhandeln.

Abschließen:

Dieser letzte Schritt ist viel einfacher als gedacht.

Hilfreich dazu:

Kompetenz in steuerlichen und rechtlichen Dingen

Nach dem Abschluss ist vor dem Abschluss:

Eine alte Beziehung ist einfacher zu pflegen, als eine neue aufzubauen!

Konkret nachfragen:

Auch den Mut haben Probleme anzusprechen.
Gemeinsam neue Ideen entwickeln.

DANKE

Auf dem Laufenden halten und einladen:

Spüren, wie intensiv die Kontaktpflege gewünscht ist.

Hilfreich dazu:

Gutes Gespür

**Was sind Ihre
nächsten Schritte?**

**Mit wem zusammen,
packen Sie es an?**

Viel Erfolg dabei!

