

**КАК**

**НАЙТИ**



**СПОНСОРОВ?**

# СПОНСОРИНГ

- система договорных взаимовыгодных отношений: спонсор предоставляет ресурсы (финансовые, материальные, информационные), а спонсируемая сторона обеспечивает хорошие отношения между спонсором и общественностью.



# ФАНДРАЙЗИНГ

- поиск спонсоров,
- ресурсов (людей, оборудования, времени, финансирования, информации),

необходимых для осуществления какой-либо деятельности и поддержания существования организации.

# БЛАГОТВОРИ- ТЕЛЬНОСТЬ

формально не  
предполагает ни  
финансовых, ни  
прочих  
обязательств со  
стороны  
получающих  
поддержку.



# МОТИВЫ, которые движут людьми, принимающими решение о финансировании тех или иных проектов

1. Готовность вкладывать туда, куда вкладывают другие (социальная помощь, помощь детям, культура, экология, образование, спорт и т. д.).

На реализацию конкретной программы средства выделяются с большей охотой, чем на долгосрочные проекты;

# МОТИВЫ, которые движут людьми, принимающими решение о финансировании тех или иных проектов

2. Связи с общественностью, реклама, паблисити. Бизнес получает масштабный информационный промоушн и позитивное паблисити средствами PR и рекламы;
3. Большой общественный интерес к проекту;
4. Возможность прямой коммуникации со значимой фигурой;

# МОТИВЫ, которые движут людьми, принимающими решение о финансировании тех или иных проектов

Амбиции: «мы не хуже конкурентов и вложим в спонсорский проект ещё большую сумму»;

Прямая выгода (налоговые льготы);

Религиозные побуждения;

Понимание важности и полезности организации и проекта;



# МОТИВЫ, которые движут людьми, принимающими решение о финансировании тех или иных проектов

Человеческие  
симпатии, личная  
заинтересованность в  
решении проблемы.

Помощь по «зову  
сердца»: иногда люди  
просто хотят помочь,  
не думая при этом о  
конкретной выгоде.





## СПОНСОРСКИЙ ПАКЕТ

- набор юридических, программных, финансовых, творческих и нормативных документов, обеспечивающих необходимый эффект спонсируемой акции.

Пакет состоит из описания самого проекта или акции, в нем определяется значение проекта для тех групп потребителей, на которые он будет направлен.

## СПОНСОРСКИЙ ПАКЕТ ВКЛЮЧАЕТ:

- программа проекта,
- поддержка проекта,
- бюджет проекта,
- описание кампании по продвижению.

# ТИПЫ СПОНСОРСКИХ ПАКЕТОВ

- **титульный спонсор**  
(капиталовложения составляют 100% стоимости проекта);
- **генеральный спонсор**  
(50%);
- **официальный спонсор**  
(до 25%);
- **спонсор-участник** (до 10%).



# ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПОНСОРЫ

– это СМИ,  
широко  
освещающие  
данный  
проект.



# ТЕХНИЧЕСКИЕ СПОНСОРЫ



компании,  
спонсорское  
участие которых  
выражается в  
предоставлении  
своей продукции  
или услуг.

КЕЙТЕРИНГ -

# ОТЧЕТ ДЛЯ СПОНСОРА

- неотъемлемый элемент спонсоринга. Без грамотного отчета не стоит надеяться на новый договор со спонсором в следующем году.



Важно преподнести результат кампании фирме-спонсору так, чтобы продемонстрировать, насколько эффективно были вложены ее деньги.

*КАК РАБОТАТЬ СО  
СПОНСОРАМИ В  
ПЕРЕРЫВЕ МЕЖДУ  
МЕРОПРИЯТИЯМИ?*



С ПРАЗДНИКОМ!

**ПОЗДРАВЛЯТЬ  
С  
ПРАЗДНИКАМИ**

**ПРИГЛАШАТЬ НА  
ВСЕ  
МЕРОПРИЯТИЯ,  
КОТОРЫЕ ,  
ПРОВОДИТ  
ОРГАНИЗАЦИЯ,  
ДАЖЕ ЕСЛИ ОНИ  
НЕ ИМЕЮТ  
ПРЯМОГО  
ОТНОШЕНИЯ К  
СПОНСОРУ**





*THE END*