

Как составить презентацию, чтобы спонсор вас понял?

Спонсорский контракт – краеугольный камень для футбольных клубов в России. Привлечь коммерческий контракт довольно трудно, особенно если речь идет о клубах первой или второй лиги. Однако бизнес ищет площадки, чтобы рассказать о своем продукте, и футбольный клуб – одна из них. Точкой входа в переговорах является презентация. Если у вас нет теплого контакта, то только по презентации поймут серьезность вашего клуба и ваших намерений.

Сразу отметим, хорошая презентация не послужит гарантом заключения спонсорского соглашения, но кратно повысит шансы на это. Разберем основные принципы:

1. Структура

Перед тем, как делать какое-либо дело, нужен план. Банальная мысль, которую необходимо перенести на презентацию. Структура спонсорской презентации выглядит так:

- Обложка;
- Содержание;
- Рассказ о себе;
- Статистические данные о продукте (аудитория, охваты);
- План развития;
- Возможности для партнерства между клубом и спонсором;
- Контакты.

Так выглядит план, который легко воспринимается спонсором, если он мало знаком с вашим продуктом. Не делайте презентации больше 15-20 слайдов, потому что они сложны для восприятия. Старайтесь рассказать емко и компактно.

2. Рассказ о себе

Не стремитесь рассказать в презентации о своем клубе всё. Говорите только о своих конкурентных преимуществах. Если вы играете на юге, то стоит рассказать о своем теплом климате и комфортных условиях для просмотра матча в течение сезона. Также стоит выделить, если ваш город

обладает традициями. Главное понять, что является вашим преимуществом перед остальными клубами, и говорить о них открыто и честно.

3. Цифры

Свое повествование важно закрепить цифрами. Презентация смотрится понятнее с цифрами. Например, если вы хотите рассказать о своей аудитории, то стоит рассказать про охваты в социальных сетях, посещаемость, население в городе и т.д. Основные цифры, которые нужны потенциальным спонсорам и партнерам:

- Население города;
- Количество подписчиков с разбивкой по социальным сетям;
- Посещаемость матчей (средняя, суммарная);
- Просмотры трансляций;
- Аудитория футбольного клуба (все, кто следят за клубом);
- Аудитория (демография).

Можно добавить и больше цифр, главное – не перегрузить. Пишите только то, что может заинтересовать потенциального партнера.

4. План развития

Партнерам и спонсорам важно, чтобы клуб обладал не только существующей аудиторией, но и планом развития. Им хочется видеть, что их деньги пойдут на прогресс клуба. Для этого пару слайдов стоит посвятить планам развития. Что клуб хочет достичь с помощью нового партнерства? Какие новые услуги будут запущены? Ответы на эти вопросы повысят лояльность будущего партнера клуба. В ином случае будет казаться, что он просто покупает рекламу, а не участвует в развитии клуба.

5. Возможности

После того, как вы показали ценности своего клуба и его аудиторию, можно приступить к рекламным возможностям. Стоит разделить инвентарь на несколько основных разделов:

- Права;
- Рекламные носители;
- Digital;

- Печатная продукция;
- Билеты.

Это основные категории, которые вы можете как расширить, так и убрать вовсе. Стоимость каждой активации советуем обсуждать лично на переговорах, а не прописывать в презентациях. Ведь этот материал служит точкой входа для общения между партнером и клубом.

6. Визуальная графика

Важный момент, которым пренебрегают, – визуальное оформление презентации. Если предыдущие пункты вы можете собрать самостоятельно, то для оформления этого вам понадобится графический дизайнер. В штате может не найтись человек, который может оформить презентацию красиво и аккуратно. В этом случае советуем обратиться к сторонним специалистам. Без оформления презентация будет нечитабельна.

Итого:

Емкая красивая презентация повышает ваш шанс на успешные переговоры с партнером. По итогам просмотра презентации у потенциального спонсора должна сложиться в голове картина о ваших преимуществах, размерах аудитории клуба и планах на будущее. Тогда договориться вам станет гораздо проще. Бизнес ищет площадки для продвижения своего продукта, и футбольный клуб – одна из лучших в своем городе для этого.