



Важная для  
автоспортсменов  
информация

## Как найти спонсора?

Для спортсменов поиск средств для участия в гонках одна из самых трудоёмких задач. Экономика страны развивается медленно, стоимость участия в соревнованиях не снижается, а только растёт. Так что для многих гонщиков отсутствие достаточного количества денег может означать выход из спорта. Многие из вас не знают, какие шаги необходимо предпринять, чтобы привлечь к себе спонсоров. Ниже описанные предложения, возможно, смогут помочь вам в этом деле.

Процесс нахождения спонсора может быть длительным и трудоемким делом. Многие гонщики считают, что, когда они получают спонсора, то работа сделана! На самом деле это мнение далеко от истины. В действительности, получение спонсора это только начало. Когда у вас есть спонсор, важно относиться к продвижению его бренда или продукта с большим энтузиазмом и делать свою работу с не меньшим азартом, чем тот, который вы демонстрируете во время соперничества на трассе.

Для начала составьте краткий список потенциальных спонсоров и попробуйте исследовать их бизнес. Обратите внимание на компании, которые активно рекламируют себя в СМИ. Компании с большими маркетинговыми бюджетами, как правило, более заметны, и вам будет легче найти с ними общий язык. Для них лозунг «реклама двигатель продаж» – не пустые слова.

Создайте несколько вариантов предложений, разделив их, к примеру, на три уровня: минимальный, средний, высокий. Четко определите, что даст потенциальному спонсору тот или иной уровень, и какую он извлечёт для себя пользу.

Будьте готовы встретиться с несколькими потенциальными спонсорами, прежде чем вы на самом деле найдёте готовых вас поддерживать бизнесменов. Будьте готовы к множеству отказов, прежде чем вами кто-то заинтересуется. Оставайтесь сосредоточенным и продолжайте пробовать. Не зря же существует поговорка «за спрос не бьют»



Важная для  
автоспортсменов  
информация

## 1. Спонсор или партнёр

Есть два основных типа спонсоров, те кто более или менее просто расстаётся с деньгами, не ожидая при этом получить от вас что-то взамен, и те, кто на самом деле ожидает отдачу от своих инвестиций. К первой категории спонсоров можно отнести тех из них, кто знаком с вами лично. Это могут быть: преуспевший в жизни друг детства, знакомый ваших родителей, в конце концов, сосед по лестничной площадке. Для такого рода спонсоров вы никогда не станете долгосрочным партнёром. Цель таких спонсоров ни в том, чтобы поднять продажи своего товара, а в том, чтобы потешить своё самолюбие, в лучшем случае «отработать долг» перед вами или кем-то иным из вашего окружения. Такие взаимоотношения даже порочны, потому что, привыкнув к такому способу получения средств, вы в дальнейшем не сможете самостоятельно находить спонсоров и вести с ними работу.

Найти подход ко второй категории спонсоров гораздо сложнее и потребует от вас понимания законов бизнеса. Однако, в таком случае вы сможете выйти за рамки отношений спонсор-спортсмен, став партнёрами. Партнёрство для вас обоих будет означать, что вы совместно работаете над разработкой и воплощением планов, способных сделать из вас обоих победителей в спорте и бизнесе. Этот тип отношений не только продлит вашу связь со спонсором и позволит ожидать существенного увеличения бюджета в дальнейшем, но он также сможет упростить появление спонсорских контрактов в будущем с другими компаниями.

## 2. Каждый должен делать свою работу

Если вы не можете говорить о делах, писать эффективные письма, не можете разработать предложение и не понимаете законы продаж, вы должны нанять кого-то, кто сделает это за вас.

## 3. Не проси

Никогда не говорите потенциальному спонсору, что, если вы не получите его денег, вы не сможете участвовать в соревнованиях. Их это не волнует. По крайней мере, тех из них, кто сможет предложить вам по – настоящему серьёзную спонсорскую поддержку.



Важная для  
автоспортсменов  
информация

#### **4. Участие в гонках как способ увеличения продаж**

Идеальный вариант, когда вы представляете свои предложения тем людям в компании, которые на самом деле принимает основные решения. Маркетолог низшего звена может похоронить любые даже самые удачные схемы.

Помните, большинство ваших слушателей в офисах компаний будут скучать в тот момент, когда вы будете им рассказывать обо всех своих достижениях, количестве побед и титулах, которые вы уже имеете или намерены завоевать. Всё это для них не будет иметь интереса и значения, потому что, во-первых, своих успехов вы достигли без их участия, во-вторых, они заботятся о своем бизнесе. В первую очередь их интересует, что вы можете сделать, чтобы помочь их бизнесу. Они будут слушать вас в том случае, если вы покажете способы, которые позволят привлечь к ним клиентов и как следствие поднимут их выручку. Предлагая что-то спонсору, будьте уверены, что он сможет извлечь из этого выгоду для себя, и будьте уверены, что он может позволить себе то, что вы просите.

#### **5. Не обещайте того, чего не сможете выполнить**

Не обещайте выигрывать гонки и чемпионаты. Не обещайте, что ваш спонсор увидит себя во всех газетах, журналах и на телевидение. Вместо этого, скажите потенциальному спонсору, что вы приложите все свои усилия, чтобы ваше сотрудничество было для него выгодным и полезным.

#### **6. Не продешевите**

Если пришло время обсуждения бюджета, просите больше, чем вам надо. Вы всегда можете спуститься с горы и умерить свой аппетит. Самое худшее, что вы можете сделать, это сверстать недостаточный бюджет, а потом ссылаться на то, что денег не хватило. Бизнес ждёт от вас чёткого и продуманного плана. Бухгалтер не любит неожиданных расходов.



Важная для  
автоспортсменов  
информация

## 7. Спорт как бизнес для вас

Всегда держите в голове мысль о том, что на спорт вы можете не только потратить, но и заработать. Завтра, повесив шлем на гвоздь, вы можете переквалифицироваться в тренера или оказывать какие-либо консультации своим менее мастеровитым коллегам. В конце концов, вы можете оказаться прекрасным рассказчиком и стать спортивным журналистом.

## 8. 90x10

Многие спонсорские пакеты выполняются в обратном порядке, чем это должно быть. Девяносто процентов посвящено рассказу о вашем участии в гонках, а десять процентов посвящено тому, что вы готовы сделать для спонсора. Всё должно быть наоборот. Дни, когда достаточно было наклеить логотип спонсора на борт машины, давно прошли. Сегодня вы должны предлагать пакет предложений и комплекс решений, которые сделают бренд, товар или услугу известными.

## 9. Продавая себя, продавайте товар

Будьте на виду. Напрашивайтесь на интервью. Создавайте и распространяйте среди СМИ пресс-релизы о своих выступлениях. Собирайте и храните любые появляющиеся о вас сообщения в СМИ. Ведите свою историю, дорожите ею, делайте себе имя. Убедитесь, что диктор на мероприятии, где проходят соревнования, имеет информацию о вас, вашей команде и ваших спонсорах. Поверьте, диктор будет счастлив получить от вас любые сведения и с удовольствием озвучит их во время гонки. Продавая себя, вы продадите товар своего спонсора. Во время гонок, а в некоторых случаях и после них, вы должны быть носителем рекламы своего спонсора. Логотип вашего спонсора должен быть нанесён как минимум на вашу экипировку. Часто это бывает единственной возможностью продемонстрировать своего спонсора телевизионной аудитории.



Важная для  
автоспортсменов  
информация

## 10. Серьёзный подход

Привлеките или наймите кого-то, кто сможет вам помочь составить предложение. В конце концов, найдите или купите материалы на тему маркетинга, которые помогут вам сделать предложение самостоятельно. Следите за правильной грамматикой и написанием, ни в коем случае не перепутайте имена собственные и не дай вам Бог допустить ошибку в написании бренда. Не забывайте, что нет ничего хуже, чем жирный отпечаток большого пальца на листе письма или предложения.

## 11. Принимают по одежке, провожают по уму

Общаясь со спонсором по телефону, не чавкайте, не зевайте и выключайте громкость телевизора. Идя к нему на встречу, всегда аккуратно и чисто одевайтесь. Не забывайте смыть с рук машинное масло и почистить грязь под ногтями. Гонщик-пролетарий, это не современно.

## 12. Массовая рассылка не работает

Даже очень хорошо организованная программа, которая включает в себя контактные письма, телефонные звонки и многое другое, может не дать вам никакого результата. Массовые рассылки людям, которых вы не поставили в известность заранее, скорее всего, окажутся в мусорной корзине. Секретари, спасая своих боссов от чтения предложений, спустят весь ваш труд в мусорное ведро.

## 13. Развивайте отношения с организаторами соревнований

Общайтесь с организаторами соревнования, будьте в курсе тех событий, которые могут вам позволить принести пользу своему спонсору. Возможно, ваш спонсор хочет увеличить своё присутствие на той площадке, где вы соревнуетесь. Поставить экспозицию с товарами, установить баннер, предоставить призы участникам.



Важная для  
автоспортсменов  
информация

## **14. Начинающим гонщикам нет смысла искать спонсоров среди крупных компаний.**

Конечно, вам может повезти. Но скорее всего, вы только зря потратите время. Ищите спонсоров среди местных и региональных компаний. Ищите спонсоров в своём кругу. Всегда существует возможность привлечь нескольких спонсоров, а не только одного основного спонсора.

## **15. Покажите своему спонсору мир гонок**

Приглашайте своих спонсоров на соревнования. Катайте их на своей машине. Знакомьте с организаторами соревнований и своими коллегами. Рассказывайте им обо всех тонкостях своего вида спорта.

## **16. Все ходы записаны**

Во избежание проблем в будущем, совершая даже не большие сделки, убедитесь, что все участники понимают, что они должны ожидать. Излагайте все свои предложения в письменной форме. В таком случае не возникнет путаницы и сомнений в том, кто что делает и за что отвечает.

## **17. Потребности спонсора на первом месте**

Мы знаем много историй о командах и даже чемпионах, которые находились в полной уверенности, что их отношения со спонсором вечны и непоколебимы. Однако, когда спонсор их покидает, они пожимают плечами, считая, что сделали всё от себя зависящие, чтобы принести ему пользу. Убедитесь, что вы действуете правильно не только на трассе, но и на каждом шагу. Контролируйте то, как вы выглядите, как говорите, представляя себя и спонсора. Будьте всегда на связи с тем, кто даёт вам возможность получать удовольствие от жизни. Помните, гонщик должен тратить своё время, чтобы сделать спонсора счастливым.