SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

Kennissessie · Dronten · 26 oktober

Meer sponsors, de juiste moeite

Hoe je bij de ondernemer in het dorp binnenkomt met een goed idee — in plaats van met een collectebus.



Bessel Bakker · namens SponsorVisie

Even voorstellen

Bessel Bakker

- Volleybaltrainer en schaaktrainer
- Vrijwilliger en oud-bestuurder
- Softwareontwikkelaar
- Oprichter van Clubhelper

Ik geef deze sessie **namens SponsorVisie**.



Vanavond is een kennissessie: alles wat je hoort, kun je morgen zelf doen.

SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

Eén van jullie, dan rekenen we samen

Van welke club ben jij?

Hoeveel leden?

Daarvan jeugd?

Hoeveel worden er dit jaar 16?

Nu de hele zaal

Wanneer heb jij de autorijschool uit het dorp gebeld?



Die rijschool hoeft niks met sport te hebben. Alleen **zestienjarigen**. En die lopen bij jullie rond.

SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

Waar het altijd op vastloopt

De clubs waar het lukt, hebben iemand die de stoute schoenen aantrekt

Niet een mooiere brief. Niet een dikker sponsorboekje. Iemand die de winkelstraat in loopt.



SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

Hoe we het nu doen

Dat bord langs het veld is gekopieerd uit het BVO

Daar zitten tienduizend mensen in een stadion en kijkt het halve land 's avonds mee. **Bij jullie zitten er minder mensen langs de lijn.**

En zelfs dáár is het veranderd. Er staat geen "Mercedes" meer in de arena.. er rijdt er eentje langs. Nieuwe E-klasse, elektrisch, private lease 489 euro per maand.

Wij verkopen een product waarvan iedereen weet dat het niet werkt. Daarmee maken we het onszelf onnodig moeilijk.



SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

Wat jullie te bieden hebben

Precies de mensen die een sponsor zoekt

Lokaal

Driehonderd mensen uit dit dorp, elke week. Een advertentie in de krant bereikt iedereen, en dus niemand.

Specifiek

Bij de één de ouders van jeugdleden, bij de ander de zestigplussers. Elk publiek is voor een ánder bedrijf interessant.

Ze praten met elkaar

Iemand komt aanrijden op een nieuwe e-bike. Waar heb je die vandaan, mag ik een ritje? Een maand later heeft de volgende er ook een.

Jaren, niet één keer

Een advertentie is één keer. Een sponsor zit twee of drie jaar bij jullie — als je er iets mee doet.

Een bord is maar één manier om bij deze mensen in beeld te komen. **En zoals je net zag: niet de beste.**

SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

Waarom zegt iemand ja?

Vier redenen. Meer zijn het er niet.

Gunnen

Ze kennen jullie club, er speelt een kind van ze, ze vinden het mooi wat jullie doen.

Klanten

Ze willen er iets aan verdienen. Ze zoeken mensen die iets kopen.

Imago

Ze willen laten zien dat ze iets goeds doen in hun eigen dorp.

Meedoen

Ze willen er zelf bij zijn: het toernooi, het concert, de clinic.

Bijna elke club mikt op de eerste. Daarmee praat je alleen met bedrijven die jou al kennen: **de kleinste groep van de vier.**

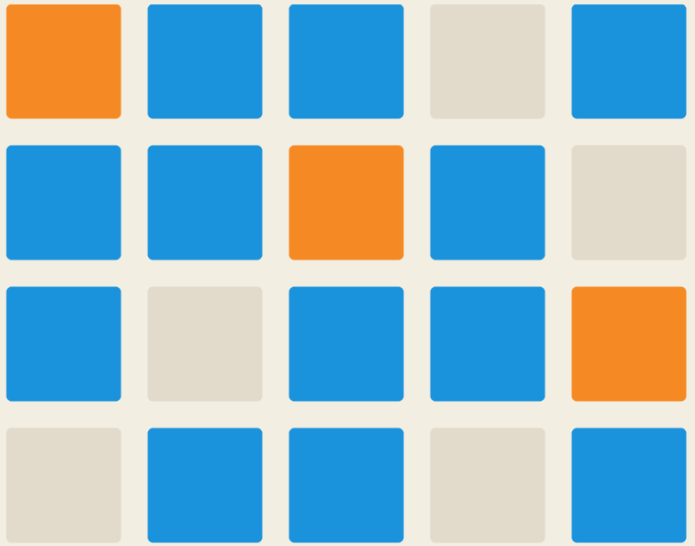
Gunnen of rekenen

Hoe minder gunnen, hoe meer bedrijven

Waarom zegt iemand ja?



En hoeveel bedrijven kunnen dan ja zeggen?



Van drie die jullie al kennen naar veertien: iedereen die klanten zoekt bij jullie publiek komt in beeld.

Een bedrijf dat rekent hoeft je niets te gunnen. Het hoeft alleen iets op te leveren.

SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

Even rekenen

Wat kost een rijbewijs?



Een rijbewijs kost € 3.600

€ 3.000

omzet voor de rijschool

Jullie sponsorplek kost

€ 500

per jaar. Dat is de investering.

Daarvoor is nodig

1

leerling. Eén. Per jaar.

Dat is omzet, geen winst — die rekensom maken ze zelf wel. Maar zelfs met een kwart marge is dat € 750, meer dan ze jullie betalen. **En jullie hebben er dit jaar misschien wel meer die zestien worden.**

SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

En dit is het idee waarmee je binnenkomt

Een cadeau van de rijschool op je zestiende verjaardag

Jij weet wie er jarig is

Het staat gewoon in je ledenadministratie. Niemand in het dorp weet dat beter dan jij.

De club feliciteert

Jij stuurt het berichtje, niet de rijschool. Je ledenlijst gaat de deur niet uit.

Met een cadeau erbij

“Gefeliciteerd! Van rijschool Jansen krijg je de theoriecursus cadeau — en over een half jaar je eerste proefles.”

De rijschool zit aan tafel

Bij een zestienjarige die net aan de theorie mag beginnen. Een half jaar vóór de concurrent.

Help de sponsor, dan helpt hij jou.

Dezelfde truc werkt bij de orthodontist, de huiswerkbegeleiding en de reisorganisatie.

De blinde man met het bordje

Zelfde vraag. Andere woorden.





Jullie vragen niet voor jezelf, maar voor de mensen die bij jullie plezier hebben. **En jullie kunnen iets terugdoen. Dat kan een bedelaar niet.**

SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

Hetzelfde geld, een ander verhaal

Je staat op een verjaardag naast een ondernemer

Wat de meeste clubs zeggen

"Wil je sponsor worden? We hebben borden langs het veld, een logo in het programmaboekje en een linkje op onze site."

Beleefd knikje, en door naar de bitterballen.

Wat jij vanaf nu zegt

"We hebben een gaaf plan. We willen dit jaar dertig kinderen uit de buurt laten kennismaken met onze sport. Daar hebben we vijfduizend euro voor nodig. Zou jij dat mogelijk willen maken?"

"Vertel eens?"

Het plezier is voor jullie leden. **Een sponsor mag het mogelijk maken — bij precies de mensen die hij zelf ook wil bereiken.** Dáár begin je het gesprek mee.

Vraag nooit om geld. Vraag om iets concreets.

Nog zo'n ondernemer: de makelaar

Hetzelfde telefoontje. Een totaal ander resultaat.

Zo belt iedereen

"Hoi, ik bel namens de volleybalclub. Zou u sponsor willen worden?"

"Mijn budget is al besteed."

Zo bel jij vanaf nu

"Ik heb een goed idee. Er kijken elke week honderden mensen uit het dorp op onze site. Als ik daar nou jouw huis van de week op zet?"

"Zullen we dat proberen?"



Vraag nooit om geld. Vraag om iets concreets.

Hoe kom je überhaupt langs de receptie?

“Ik heb een goed idee.”

Jij zegt

“Ik bel over sponsoring. Is de directeur er?”

Zij zegt

“Stuurt u maar een mailtje naar info@...”



Jij zegt

“Is Karin er? Ik heb een goed idee dat ik graag met haar deel.”

Zij loopt naar Karin

“Karin, er is iemand met een goed idee voor je.”

Niemand zet een goed idee door naar de info-box. **En daarna mag jij je idee pitchen — Karin bepaalt daarna wel of zij het ook een goed idee vindt.**

Vraag nooit om geld. Vraag om iets concreets.

SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

Even samenvatten

Het hele verhaal in drie stappen

1

Zoek uit wat die ondernemer nodig heeft

Niet wat jullie nodig hebben. Klanten, personeel, een goed verhaal in het dorp?

2

Maak de rekensom vóór ze

Wat levert één nieuwe klant op, en wat kost jullie sponsorplek? Dat rekensommetje maakt niemand voor ze.

3

Kom binnen met een idee, niet met een vraag om geld

Zoals die proefles op de verjaardag: iets waar die ondernemer zelf klanten aan heeft.

Dezelfde drie stappen werken bij de rijschool, de makelaar en de installateur. Alleen het idee verschilt.

SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

Zoek waar het nú schuurt

Voorbeeld: de energierekening



In jullie kantine

Driehonderd huishoudens die allemaal schrikken van hun jaarafrekening.

In het dorp

De isolatieman, de zonnepanelenboer, de installateur van warmtepompen en thuisaccu's.

Het idee

Een avond in de kantine: "wat kun je doen aan je energierekening?" Zij vertellen, jij vult de zaal.

En de club zelf

LED op het veld, panelen op het dak — een deel van de bijdrage in materiaal en werk.

Elk probleem in het dorp is voor een ander zijn omzet. **Die ondernemer zoekt klanten — en die zitten bij jullie in de kantine.**

Vraag nooit om geld. Vraag om iets concreets.

SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

Waar zitten ze dan?

Vier plekken. Je hoeft de straat niet eens op.

Je eigen ledenlijst

Ouders, oud-leden, leden met een eigen zaak. Beloon het aanbrengen: breng er één aan, en je krijgt een appeltaart.

Je crediteuren

Jullie betalen zelf ook rekeningen. Daar ben jij de klant, en daar zegt niemand makkelijk nee. Vaak komt het uit op korting of materiaal.

Je brievenbus

Wie adverteert er al? Folders, het huis-aan-huisblad, de driehoeksborden. Die geven nu al geld uit om mensen te bereiken.

Waar het goed gaat en jullie passen

Verduurzaming, bouw, ICT, de rijschool, de orthodontist. Die kennen jullie niet — en dat hoeft niet, want zij rekenen.

Hulpmiddel bij die eerste: typ de namen van je leden in LinkedIn, daar staat waar ze werken. **Pak er vanavond één bron uit en begin daar deze week mee.**

SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

Ze hebben ja gezegd. En nu?

Geef ze geen bord. Vraag wat ze willen.



Het bord

Hangt er drie jaar tussen vijftig andere. De sponsor rijdt er nooit langs. Hun klanten ook niet.



Twintig ballen

Het team van hun dochter traint er elke week mee. Daar staat ze zelf elke zaterdag naast.

Verras je sponsors ook eens met iets wat je **niet** had afgesproken. Daar maak je meer indruk mee dan met alles wat wél in het contract staat.

En ja, je mag gewoon zeggen wat je nodig hebt

Vraag niet om geld. Vraag om dat schietdoek.



"Het gaat naar de algemene middelen, de penningmeester beslist erover." Dan voelt niemand ooit dat er iets is bijgedragen.

"Deze clinic, die twintig ballen, dat jeugdtoernooi — **dit heb jij mogelijk gemaakt.**" Met een foto erbij.

En nee: ze gaan daarmee niet over jullie club. Ze weten alleen waar hun geld heen gaat. **Jullie maken de keuzes.**

20 nieuwe ballen | **een nieuw net** | **een scheidsrechtersstoel** | **fluitjes** | **tafeltennisbatjes**

een bus naar de uitwedstrijd | **een clinic voor de jeugd** | **een schietdoek op het doel**

Een trotse sponsor zegt niet op.

Terug naar die vier redenen

De reden bepaalt wat je teruggeeft

Gunnen

Vraag wat de sponsor wil, zoals net: een bord, of twintig ballen voor het team van je kind?

Klanten

Geen logo, maar een actie. “10% korting op een driegangenmenu” geeft mensen een reden om te gaan.

Imago

Laat hén het vertellen. Jullie logo op hun site doet niets; hun eigen bericht dat ze dit mogelijk maken, doet alles.

Meedoen

Nodig ze uit. Laat het bedrijfsuitje bij jullie zijn: meehelpen op het toernooi. Dan zien ze zelf wat ze mogelijk maken.

Je sponsorboekje bepaalt de tegenprestatie niet. **De reden dat iemand ja zegt, bepaalt wat je terug kunt doen.**

Maar die reden is waar je begint, niet waar je stopt: geef de andere drie er gewoon bij.

SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

“Mooi verhaal, maar wie gaat dat doen?”

Zo pak je het gestructureerd aan

Vinden

Welke leden hebben een eigen zaak? Welke bedrijven in het dorp passen bij jullie publiek?

Voorbereiden

Wat doet dat bedrijf, wat heeft het nodig, wat is dus jouw idee — en met welke zin open je het gesprek?

Binden

De felicitatie met de proefles, het sponsorinterview, het bedankje na de clinic.

Herinneren

Heb je al gebeld? Is dat bedankje al weg? Precies het soort klusjes dat niemand onthoudt.



Dit kan allemaal met de hand en met het hoofd — en het beste hulpmiddel is iemand die het leuk vindt. **Daarnaast je ledenlijst en LinkedIn, een lijstje met wie je wanneer belt, en AI voor het voorwerk. Daar helpt SponsorVisie bij, samen met Sam Sponsorman.**

SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

Wat je nu misschien denkt

“Ja maar, bij ons werkt dat niet”

“We hebben alle bedrijven in het dorp al gehad”

Je hebt er drie gehad, met de verkeerde vraag. De andere zeventien weten niet eens dat jullie bestaan.

“Wij hebben bijna geen jeugd”

Dan is jullie publiek iets anders waard: koopwoningen, vrije tijd, een eigen zaak. Fysio, maaltijdservice, reisorganisatie.

“Wij zijn daar te klein voor”

Die ondernemer rekent met jouw aantallen, niet met die van Ajax. Driehonderd mensen in de kantine is voor zo’n bedrijf veel.

“Ik vind het gewoon ongemakkelijk”

Dit is de echte reden dat het blijft liggen. Je komt met een idee, niet met een collectebus. En het ergste wat je krijgt is een nee.

Welke van de vier is bij jullie de grootste? **Die ene wegnemen is genoeg om maandag te beginnen.**

SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

Zodat ze volgend jaar weer ja zeggen

Vijf dingen die bijna niets kosten

1

Schrijf zijn bericht voor hem

Stuur in januari een mooie foto en een kant-en-klaar stukje tekst. Dan staat het zó op hun eigen site.

2

Hang bij hén aan de muur

Een shirt in hun kantine of kantoor. Dan gaat het daar tweehonderd keer per jaar over jullie club.

3

Interview elke maand een sponsor

Tien minuten, drie vragen, een foto erbij. In je nieuwsbrief en op social. Zij vertellen hun verhaal.

4

Deel hun vacature

Kijk eens op hun site. Zoeken ze mensen? Zet het in jullie app. Dat zijn ze niet gewend.

5

Maak er iets levends van

“Vrijwilliger van de week, aangeboden door…” Elke week in beeld, op een sympathieke manier.

Een sponsor die nooit iets hoort, zegt na twee jaar op. Alleen facturen, nooit een bedankje.

SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

Dezelfde drie stappen — en nu jij

Wat doe jij morgen?

1

Zoek uit wat die ondernemer nodig heeft

Eén naam op je briefje is genoeg. De rijschool, de isolatieman, de makelaar.

2

Maak de rekensom vóór ze

Wat levert één nieuwe klant op, en wat vragen jullie? Schrijf het op één regel op.

3

Vraag om iets concreets — bij een naam, niet bij info@

En begin met de enige zin die je vanavond echt moet onthouden: “Ik heb een goed idee.”

Soms moet er iets gebeuren voordat er iets gebeurt.

SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

Even uitzoomen

Sponsoring is er één van drie

Daar ging vanavond over

Sponsoring bij lokale bedrijven

De enige bron waar je zelf aan het stuur zit. Eén telefoontje is genoeg om te beginnen.

Voor een concreet plan

Donaties en crowdfunding

Dit is wat we willen — wie helpt mee? Werkt het best als je precies kunt zeggen waarvoor.

Kost tijd, levert veel op

Subsidies en fondsen

Gemeente, sportakkoord, landelijke fondsen. Papierwerk, maar wel voor grotere bedragen.

Vanavond hebben we er bewust één uitgediept. De andere twee werken met dezelfde vraag: **wat wil je precies bereiken, en wat kost dat?**

SPONSORVISIE
meer sponsors, minder moeite

Dank voor jullie tijd

Laat me over een maand weten wie jouw nieuwe sponsor is.

Bessel Bakker
linkedin.com/in/besselbakker

SponsorVisie
sponsorvisie.nl
info@sponsorvisie.nl

