

Ako získať sponzora na regatu?

Každý kto sa točí okolo jachtingu či už v klube alebo na zväze sa už určite dostal do pozície organizátora pretekov, či ako pomocný personál alebo riaditeľ preteku. A určite sa všetci už zúčastnili aspoň jedných pretekov ako súťažiaci, tréner, rozhodca alebo aspoň ako rodič. Ale nie všetci si dokážu uvedomiť koľko námahy a hlavne finančných prostriedkov je nutné na usporiadanie kvalitných pretekov. Bez sponzorských prostriedkov mimo štátnych dotácií to nie je možné. Štátne prostriedky postačujú na minimálne zabezpečenie lokálnych pretekov. Preto aj organizátorov pretekov, ktorý by sa odhodlali pustiť do organizácie regaty typu Medzinárodných majstrovstiev Slovenska alebo ešte vyššieho rangu je málo. Čo teda musí organizátor spraviť aby sa to zmenilo?

Položiť si zopár otázok, na ktoré musí byť odpoveď ÁNO!

1. Mám dostatok dobrovoľníkov na organizáciu VEĽKÝCH PRETEKOV?
2. Mám vhodný priestor?

Ak na tieto otázky dokážem odpovedať kladne potom nastane druhý dôležitý bod a to sú financie na krytie celého projektu.

Na začiatku treba je nutné pripraviť zoznam všetkých potrebných vecí súvisiacich s organizáciou a poveriť jednotlivých členov tímu dať dokopy požiadavky na financie => ROZPOČET.

Rozpočet musí byť spravený na maximálnu možnú mieru (predimenzovaný), musia byť zakomponované možno niekedy aj nedosiahnuteľné ciele, aby bolo možné kresť výdavky keď k tomu príde.

Keď je rozpočet prichystaný prichádza najdôležitejší krok: **Získať potrebný balík peňazí!**

Dôležité body pri oslovovaní potenciálnych sponzorov:

1. Mať vyšpecifikovaní – mediálny priestor – pripravené jednotlivé cenové úrovne:
generálny partner (veľké firmy)
hlavný partner (lokálne a menšie firmy)
mediálny partner (lokálne médiá, celoštátne médiá)
– **mediálny priestor na lodiach je určený pravidlami ISAF! Neponúkať niečo čo neviem zabezpečiť.**
2. Vyžiadať si poverenie na organizácie od Národného zväzu resp. poverenie od Medzinárodnej asociácie (ak je to medzinárodná regata pre niektorú z lodných tried)
3. Oslovenie sponzorov v správnom čase, keď tvoria rozpočty (veľké firmy tvoria rozpočet najčastejšie na jeseň – september resp. október) tzn. ak sa má regata uskutočniť v roku 2014 v lete je nutné osloviť sponzora v roku 2013.

Pri veľkých spoločnostiach je dôležité zaslať svoju požiadavku na marketingové oddelenie resp. vedenie spoločnosti a následne si dohodnúť osobné stretnutie s kompetentným človekom. Pri osobnom stretnutí je nutné mať pripravenú už návrh zmluvy a vedieť dôkladne odprezentovať o aké podujatie ide. Ak ide o miestnu firmu zdôrazniť:

- **Lokál-patriotizmus**
- **Podporu športu mládeže**
- **Zviditeľnenie regiónu**

Forma sponzoringu je rôzna. Ak nie je možné získať finančnú podporu priamo je nutné byť pripravený aj na alternatívnu formu už na prvom stretnutí. Ponúknuť sponzorovi aj iné možnosti podpory. Tieto možnosti musí mať žiadateľ špecifikované vopred a predložiť ich ako druhú alternatívu.

Menší sponzori sa rozhodujú rýchlejšie a nie je nutné oslovovať ich skôr ako 3 mesiace pred akciou. Treba ale počítať, že suma neprekročí sumu cca 500 €.

Najdôležitejšie na koniec – pozvať osobne zástupcu sponzora na preteky, či už na otvorenie, alebo na ukončenie preteku. Pri záverečnom ceremoniály poďakovať a nezabudnúť odovzdať sponzorovi aj propagačné a upomienkové darčeky z regaty. Po skončení preteku ho ešte osobne navštíviť a uistiť sa ako bol spokojný s úrovňou podujatia. Je to dôležité pre budovanie vzťahu do budúcnosti, aby aj na ďalšie podujatie bol ochotný sponzor pomôcť.

Spracoval: Adam Brestovský