

ABC DES SPONSORINGS

Hier finden Sie die wichtigsten Begriffe von A-Z zum Thema Sponsoring im Sportverein.

Um direkt zu einem Begriff, Stichwort oder Fachbegriff zu gelangen, drücken Sie bitte gleichzeitig Strg und F. Es erscheint ein Suchfeld in Ihrem Browserfenster, in das Sie den Suchbegriff eintragen können.

Name des Begriffes: Kundenanalyse

Beschreibungen des Begriffes:

Bei der Kundenanalyse erfasst und analysiert der Sportverein die Bedürfnisse von potenziellen und bestehenden Sponsoren.

Bei der Kundenanalyse erfasst und analysiert der Sportverein die Bedürfnisse von potenziellen und bestehenden Sponsoren.

Die Ergebnisse der Kundenanalyse können anschließend in ein auf den Sponsor zugeschnittenes, maßgeschneidertes Sponsoringangebot eingebunden werden bzw. dienen der Sicherstellung einer adäquaten Sponsorenbetreuung.

Im Rahmen einer Kundenanalyse sollte der Sportverein die folgenden Fragen beantworten:

- Was sind die Produkte/Dienstleistungen des Sponsors?
- Was sind die Kommunikationsziele des Sponsors?
- Was sind aktuelle Werbeaussagen des Sponsors?
- Welche (Kern-)Zielgruppen hat der Sponsor?
- Welche Werte hat das Unternehmen?
- Was sind Alleinstellungsmerkmale des Sponsors?
- Wo ist der potenzielle Sponsor sonst noch als Sponsor engagiert?
- Hat der Sponsor Auswahlkriterien für seine Sponsoringengagements? Wenn ja, welche sind dies und erfüllt der Sportverein diese?
- Welche individuellen, auf den Sponsor zugeschnittenen Leistungen kann man anbieten?

- Wie kann der Sponsor sein Engagement beim Sportverein kommunizieren?
- Welches könnten die (drei wichtigsten) Gründe sein, die aus Sicht des Sponsors für ein Sponsoringengagement sprechen?
- Ist der Sponsor mit der bisherigen Zusammenarbeit zufrieden? Wo sieht der Sponsor ggf. Weiterentwicklungspotenzial?

[Zurück](#)