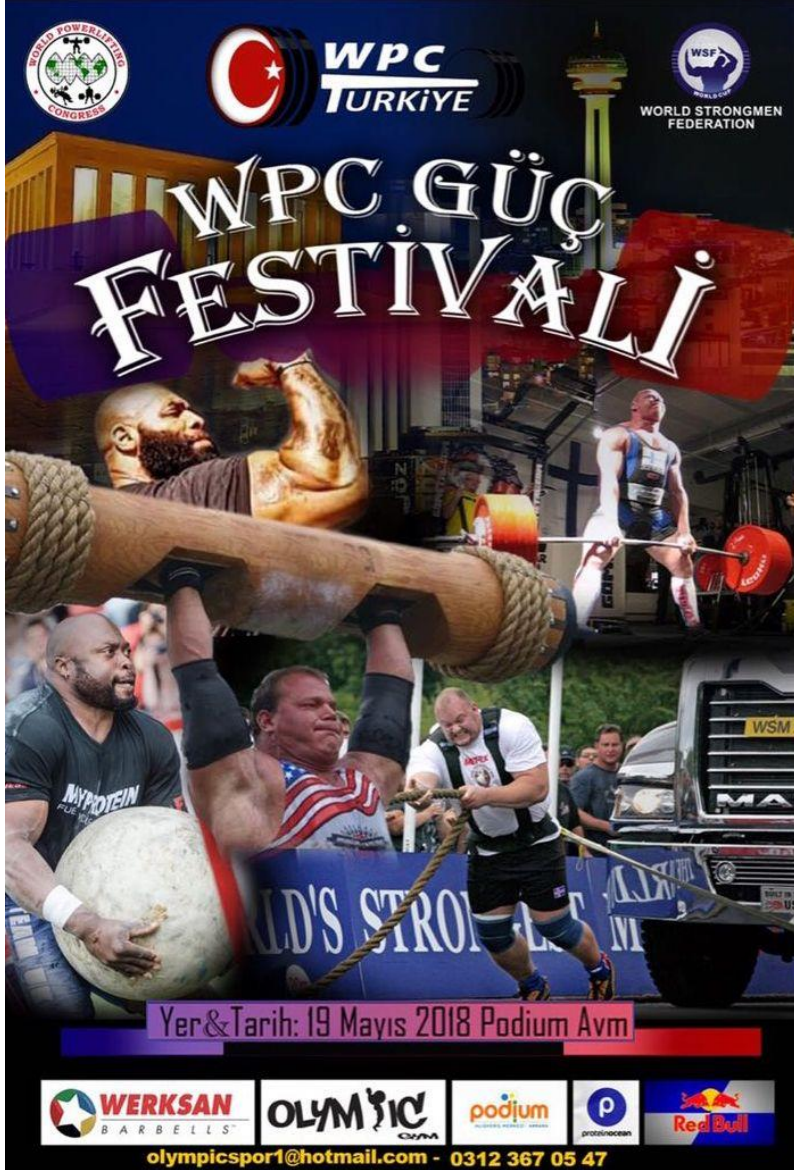


Spor Sponsorluğu

Sponsorluk ve Devlet İlişkisi

Spor Bilimleri Anabilim Dalı

Spor Sponsorluğu



The poster for the WPC GÜÇ FESTİVALI (WPC Turkey) is a vibrant collage of images. At the top left is the logo of the Turkish Powerlifting Congress, and at the top right is the logo of the World Strongmen Federation (WSF). The central text 'WPC GÜÇ FESTİVALI' is written in a large, stylized font. Below the text, there are several action shots: a man performing a deadlift, a man performing a log lift, and a man performing a tire flip. The bottom of the poster features the text 'Yer & Tarih: 19 Mayıs 2018 Podium Avm' and a row of logos for the sponsors: WERKSAN BARBELLS™, OLYMPIO GYM, podium, prolineocean, and Red Bull.

WERKSAN
BARBELLS™

OLYMPIC
GYM

podium
INCORPORATING PROPERLY TRAINED

prolineocean

Red Bull

Yer & Tarih: 19 Mayıs 2018 Podium Avm

olympicspor1@hotmail.com - 0312 367 05 47



Sponsorluk ve Devlet İlişkisi



Spor Organizasyonlarına

Sponsor Firmaya

Topluma

Sponsorluk ve Devlet İlişkisi

Spor organizasyonlarının sponsorluğunu yapan bir firma, sponsorluk anlaşması ile belirlenmiş olan hakları dışında elde edebileceği **genel faydalar** şunlardır:

- Spor organizasyonunun yapılacağı yerde saha kenarı reklamları koyma.
- Sponsor firmanın vermiş olduğu spor teçhizat ve kullanılan nakil araçları üzerinde sponsor firmanın reklamının yer alması.
- Spor organizasyonuna katılan ve yarışan sporcuların üzerinde sponsor firmanın reklamı; motor yarışları gibi faaliyetlerde yarışmacıların araç vs. bakımını yapan yardımcılarının üzerinde de sponsor firmanın reklamının bulunması.
- Ulusal ve uluslar arası, özel ya da resmi, yapılan spor faaliyetlerinin adını birleştirme olanağı.
- Basılı materyal ve görülebilecek yerlere firma adının veya ürünün reklamını koyma olanağı.



CUSTOMIZED BRAND
ACTIVATION AND INTEGRATION



FAN ENGAGEMENT



100% TURN-KEY
SPONSORSHIP PROGRAMS



TITLE OWNERSHIP
OF EVENTS



FULLY INTEGRATED
SOCIAL MEDIA PROGRAMS



IN-STADIUM BRANDING
OPPORTUNITIES



TAILGATE ZONE/FAN
FEST ACTIVATION



VIP HOSPITALITY
PROGRAMS

Sponsorluk ve Devlet İlişkisi



<https://sponsorluk.gsb.gov.tr/>

Vizyon

- Spor pazarlaması ve spor sponsorluğu alanında çalışmalar yapmak suretiyle Türk sporunun, sporcusunun ve spor ekonomisinin gelişmesine katkı sağlamaktır.

Misyon

- Spor Genel Müdürlüğü, spor federasyonları, gençlik ve spor kulüpleri, sporcular ve özel sektör kuruluşlarına yönelik olarak spor pazarlaması ve spor sponsorluğu alanında tanıtım ve eğitim faaliyetlerinde bulunmak; sporun içinde bulunanlara sporun sportif özelliklerinin yanında iletişim ve pazarlama gücünün de geliştirildiğinde ne kadar etkili bir finans kaynağı haline dönüşebileceğini anlatmak, sporun dışında bulunanlara ise sponsorluk yönünden değerli hale gelmiş ürünlerle buluşabilecekleri platformları hazırlamak; ülkemizdeki sponsorluk uygulamalarının sağlıklı ve verimli işleyebilmesi için ilgili kurum, kuruluş ve kişiler arasında koordinasyonu sağlamaktır.

Sponsorluk ve Devlet İlişkisi



<https://sponsorluk.gsb.gov.tr/>

Yükselen Pazarlama İletişimi Aracı: Sponsorluk

Teknolojinin her geçen gün gelişimi sayesinde insanlar daha hızlı ve daha fazla sayıda kaynakla bilgiye ulaşmaya başladı. Hedef kitleler artık sadece şirketlerin vaatlerine, sözlerine, söylediklerine inanmakla kalmıyorlar.

- Araştırıyor, sorguluyor, en güncel ve en doğru bilgilere her geçen gün daha hızlı ulaşıyorlar.
- Bilgiye bu kadar hızlı ve kolay erişim tüm sektörlerdeki rekabeti daha da aktif ve hareketli kılmaya başladı.
- Bugün ve gelecekte rakipler arasında ön plana çıkabilmek, marka farkındalığı ve takip eden süreçte marka bilinirliği yaratma veya marka bilinirliğini artırmak, rakiplere göre farklılaşmak, hedef kitleyle duygusal bir bağ oluşturmak, gittikçe zorlaşan marka sadakatini oluşturmak ve en doğru bütçeyle hedef kitlelere ulaşmanın önemi artmıştır ve giderek artacaktır.
- Günümüzde tüketiciler bir ürünü ya da bir hizmeti almaktan çok markayı satın alıyorlar.
- Tüketiciler satın aldıkları marka ile ait oldukları veya ait olmak istedikleri hayat tarzını, markanın anlattığı hikayeleri, markanın yaşattığı veya yaşatmayı vaad ettiği deneyimleri ve yaşamak istedikleri duyguları satın alıyorlar.

Sponsorluk ve Devlet İlişkisi



<https://sponsorluk.gsb.gov.tr/>

Dünyadan Sponsorluk Rakamları

Amerika'da yayınlanan IEG Sponsorship Report'a göre 2002 yılında dünyada 22 Milyar Dolarlık sponsorluk harcaması yapılırken, bu rakam 2003'te 25 Milyar Dolara, **2004'te ise 28 Milyar Dolar'a yükselmiştir.**

2003-2004 yılları arasında dünyada reklam harcamaları % 5.8 oranında artarken, sponsorluk harcamaları % 12 oranında artış göstermiştir.

2005 yılında Dünyadaki toplam sponsorluk harcaması 30 Milyar Dolar'a ulaştı.

Bu harcamaların 9.5 Milyar Dolarlık bölümü Amerika'da gerçekleşmiştir.

Aynı dönemde Avrupa'daki sponsorluk harcamaları da 6.5 Milyar Dolardan 7.4 Milyar Dolara yükselmiştir.

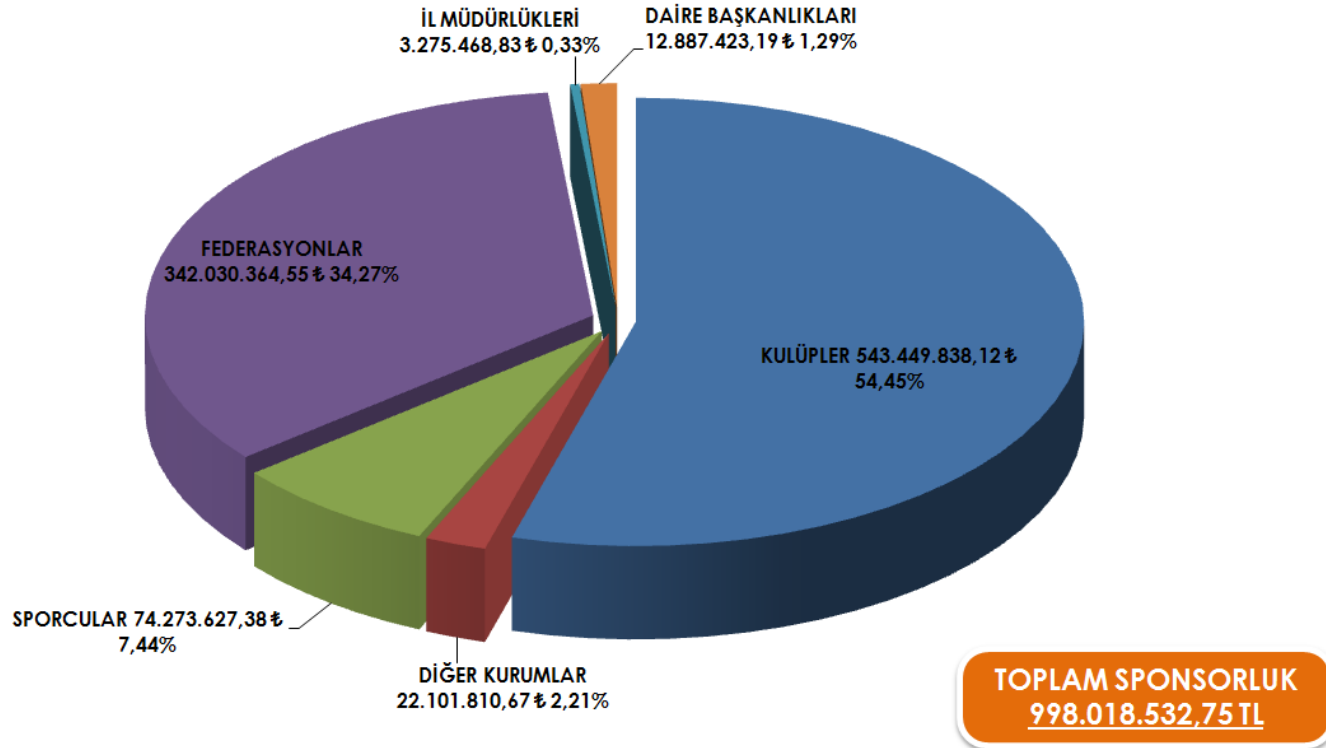
Sponsorluk ve Devlet İlişkisi



SPONSOR
TÜRK SPORU SPONSORUYLA BULUŞUYOR

<https://sponsorluk.gsb.gov.tr/>

SPONSORLUKLARIN
SPONSORLUK BİRİMLERİNE GÖRE DAĞILIMI (TL)
13.09.2001 - 25.01.2018



NOT: SGM Sponsorluk Şubesi verilerine dayanılarak hazırlanmıştır.

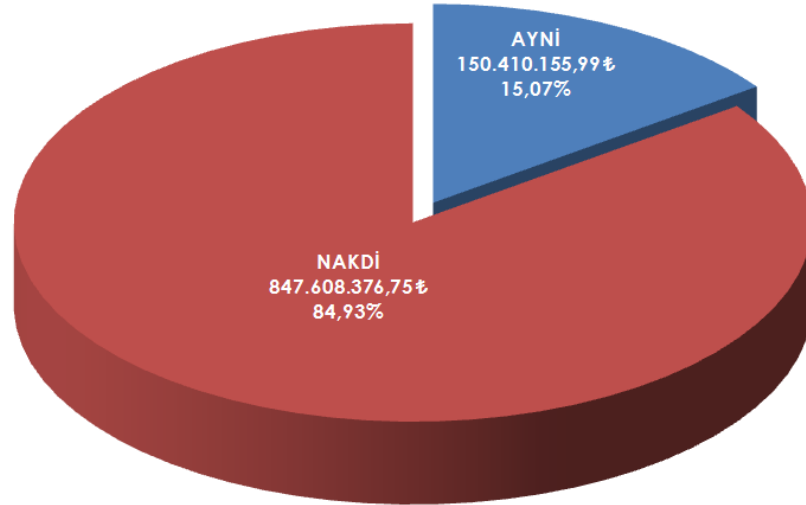
Sponsorluk ve Devlet İlişkisi



SPONSOR[®]
TÜRK SPORU SPONSORUYLA BULUŞUYOR

<https://sponsorluk.gsb.gov.tr/>

SPONSORLUKLARIN TÜRLERİNE GÖRE DAĞILIMI (TL)
13.09.2001 - 25.01.2018



TOPLAM SPONSORLUK
998.018.532,75 TL

NOT: SGM Sponsorluk Şubesi verilerine dayanılarak hazırlanmıştır.

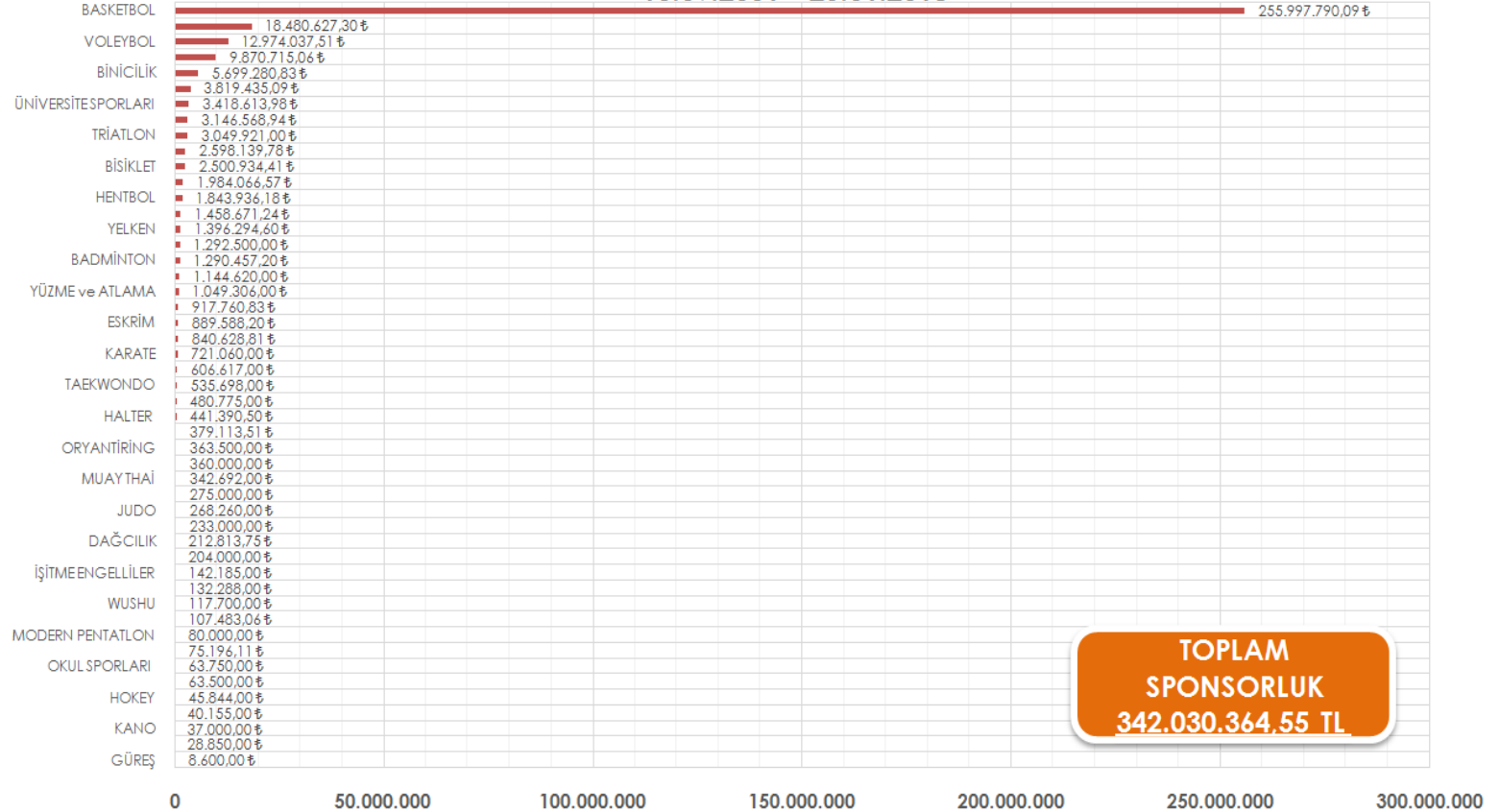
Sponsorluk ve Devlet İlişkisi



SPONSOR®
TÜRK SPORU SPONSORUYLA BULUŞUYOR

<https://sponsorluk.gsb.gov.tr/>

SPONSORLUKLARIN FEDERASYONLARA GÖRE DAĞILIMI (TL) 13.09.2001 - 25.01.2018



NOT: SGM Sponsorluk Şubesi verilerine dayanılarak hazırlanmıştır.

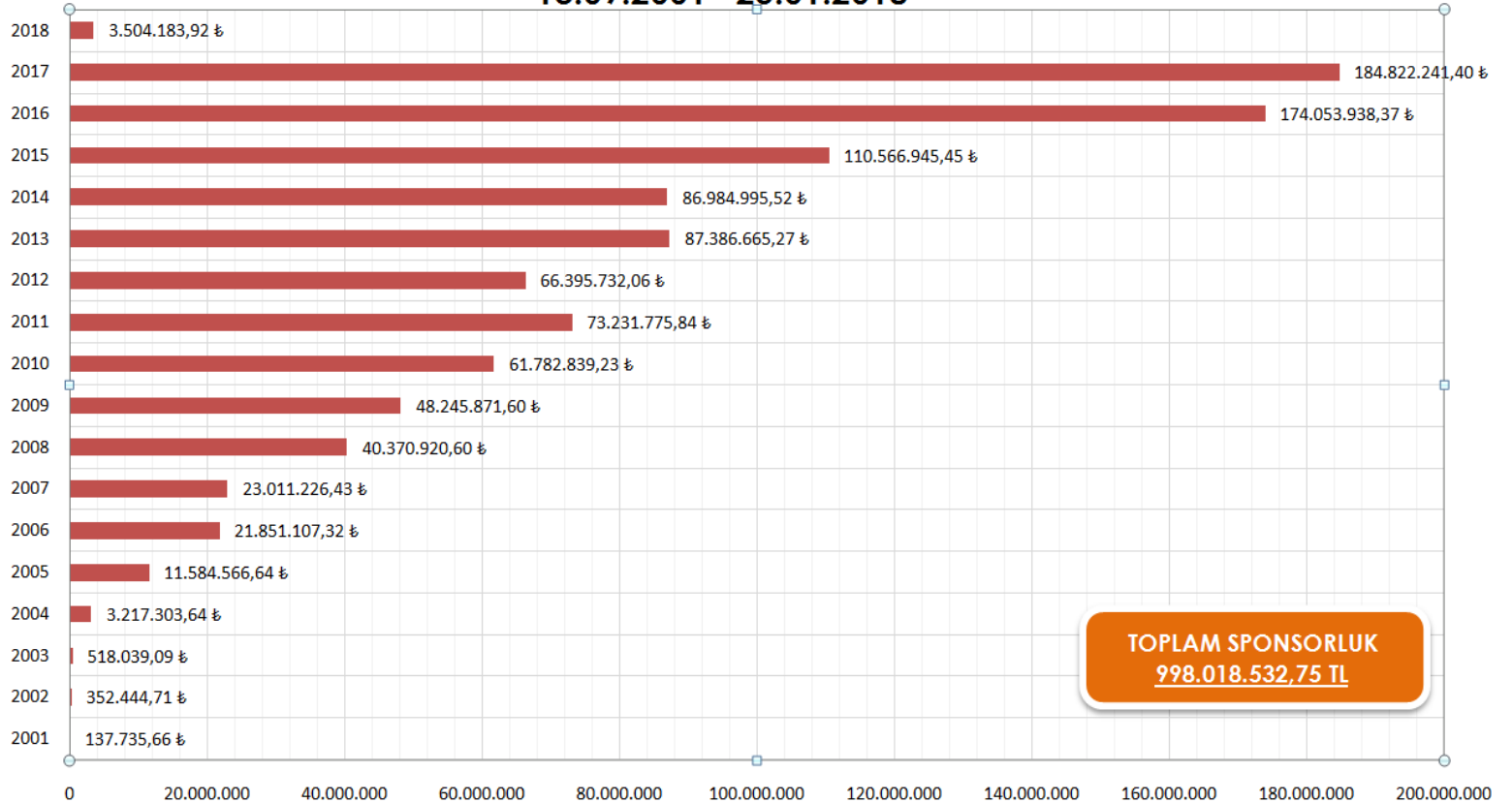
Sponsorluk ve Devlet İlişkisi



SPONSOR
TÜRK SPORU SPONSORUYLA BULUŞUYOR

<https://sponsorluk.gsb.gov.tr/>

SPONSORLUKLARIN YILLARA GÖRE DAĞILIMI (TL) 13.09.2001 - 25.01.2018



NOT: SGM Sponsorluk Şubesi verilerine dayanılarak hazırlanmıştır.

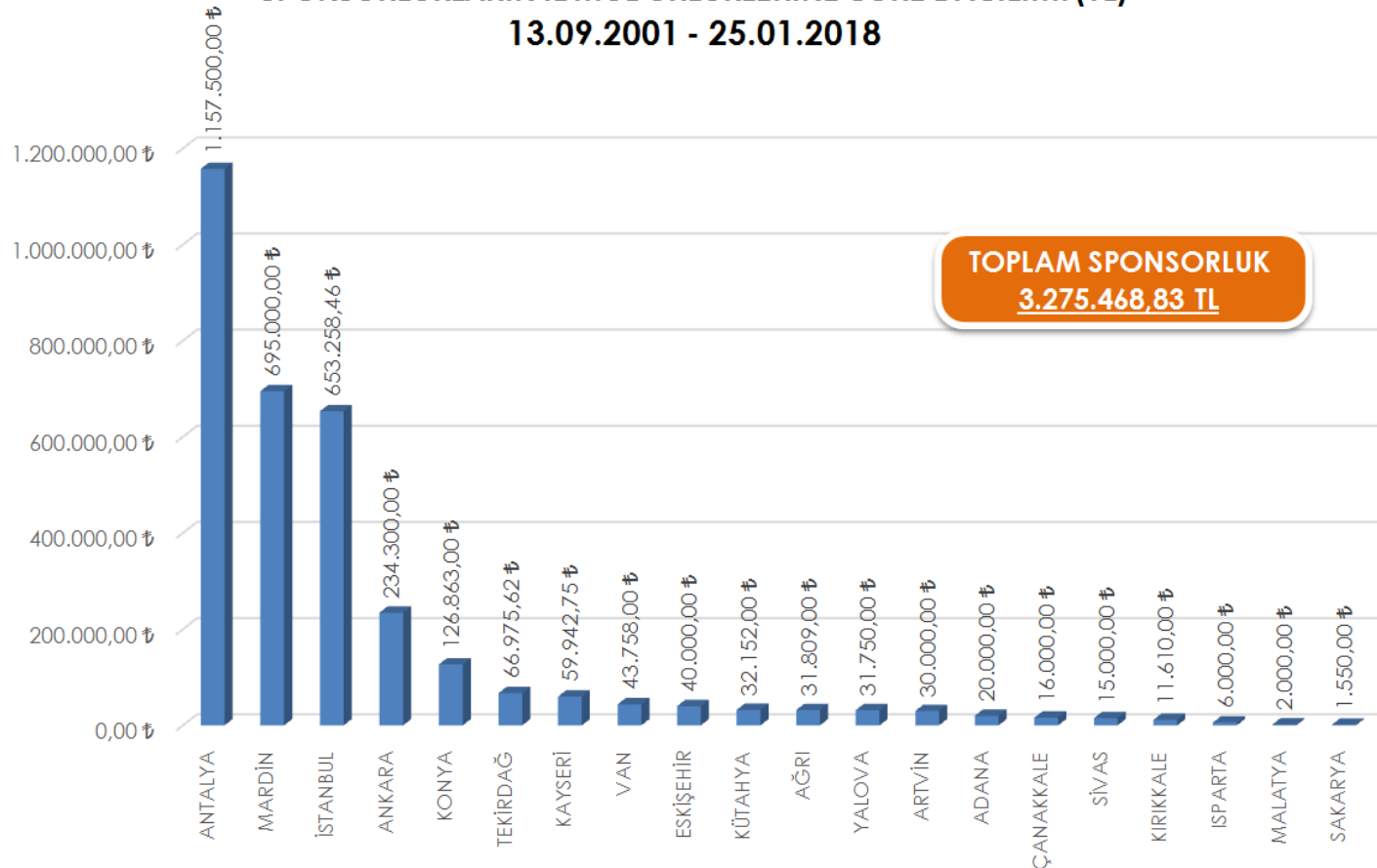
Sponsorluk ve Devlet İlişkisi



SPONSOR
TÜRK SPORU SPONSORUYLA BULUŞUYOR

<https://sponsorluk.gsb.gov.tr/>

SPONSORLUKLARIN İL MÜDÜRLÜKLERİNE GÖRE DAĞILIMI (TL)
13.09.2001 - 25.01.2018



NOT: SGM Sponsorluk Şubesi verilerine dayanılarak hazırlanmıştır.