

Spor Sponsorluđu

Sponsorluk Yönetimi -1-

Spor Bilimleri Anabilim Dalı

Sponsorluk Yönetimi -1-

- Günümüzde spor, ticari bir endüstri haline gelmiştir.
- Dünya genelindeki toplam 30 milyar dolarlık yatırımın yüzde 80'ni sponsorluk harcamalarına aktarılmıştır.
- İşletmeler spor endüstrisini yönetmek istiyorlarsa mutlaka yönetim faaliyetlerini bilmek zorundadır.
- Sponsorluk yönetimi bu nedenle büyük önem arz etmektedir.



Sponsorluk Yönetimi -1-

- Sponsorluk Yönetim Süreci:

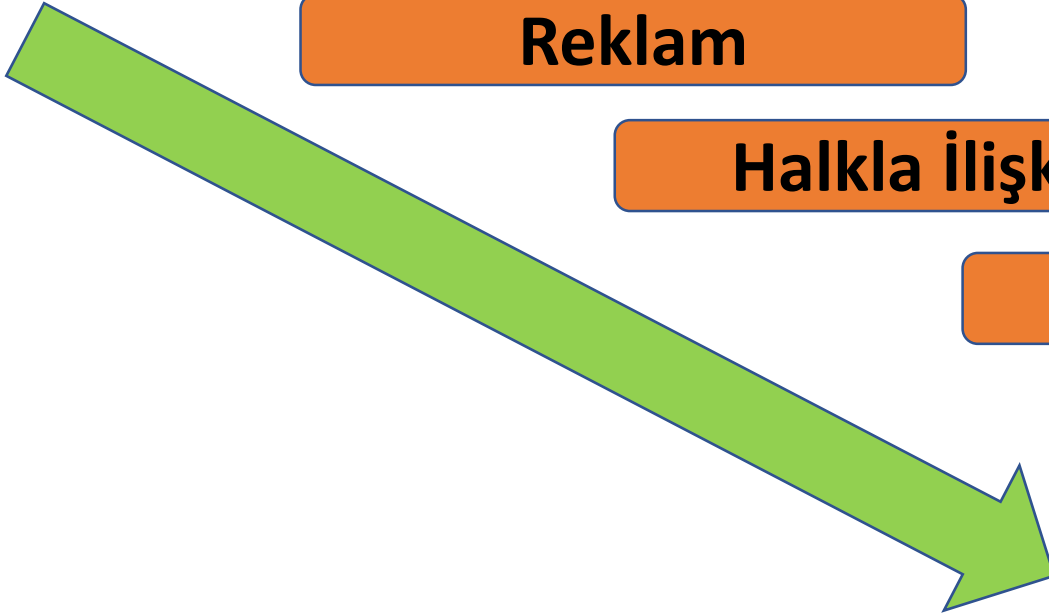
Planlama

Reklam

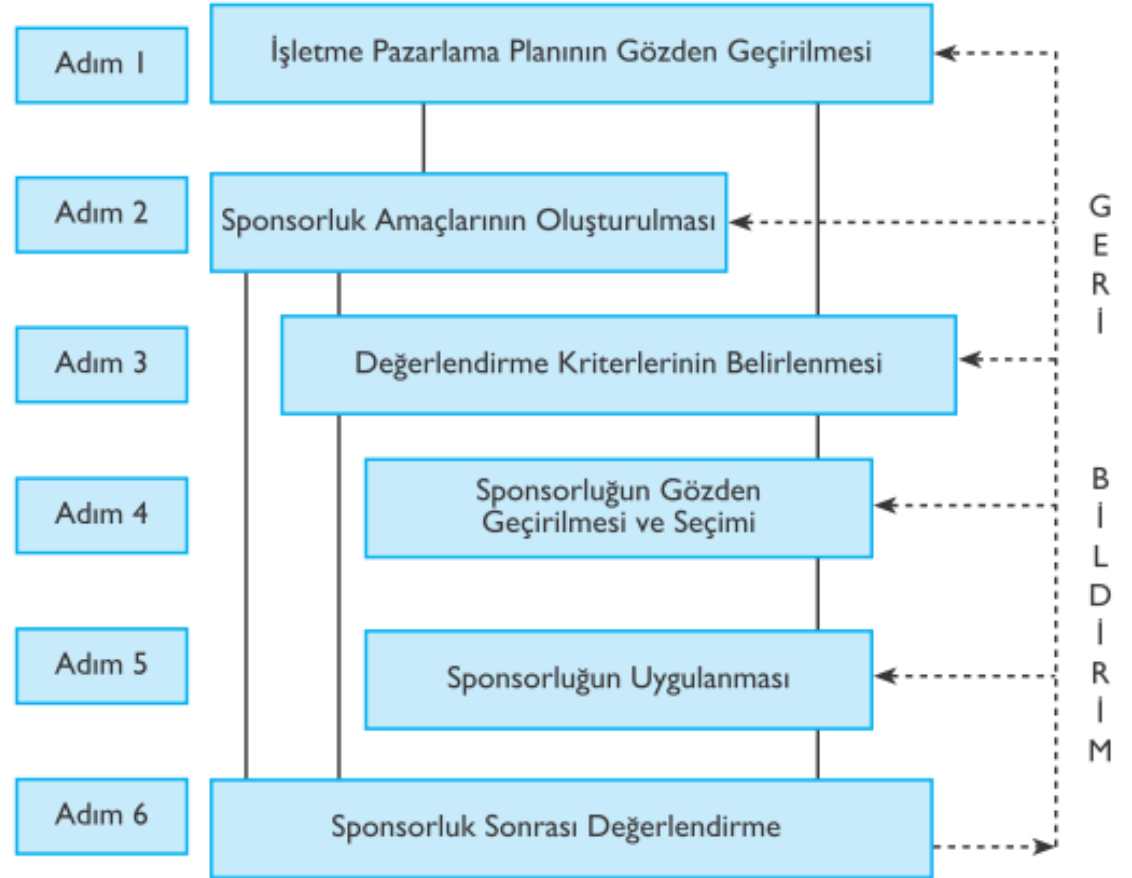
Halkla İlişkiler

Satış

Pazarlama



Sponsorluk Yönetimi -1-



Sponsorluk Yönetimi -1-

Pazarlama Planlarının Gözden Geçirilmesi

- Geleceđi tahmin etmek ve arařtırmak.
- Pazarlama amaçlarını belirlemek.
- İletişim kurabilmek.
- Pazarlama bütçesi ayarlayabilmek.
- Strateji geliştirmek ve amaçları belirlemek.



Sponsorluk Yönetimi -1-

Sponsorluk Amaçlarının Oluşturulması

- Örgütün farkındalığını artırmak.
- Örgüt imajını güçlendirmek.
- Kamuoyu algısını değiştirmek.
- Toplumsal bütünleşme sağlamak.
- Ticari ilişkiler oluşturabilmek.
- Çalışanlar arası ilişkileri geliştirmek.
- Rekabete karşı durmak.
- Satış ve pazar payını artırmak.



Sponsorluk Yönetimi -1-

Değerlendirme Kriterlerinin Belirlenmesi

- İmaj yaratmak.
- Seyirci profilini oluşturmak.
- Medya fırsatları.

