

# **Spor Sponsorluğu**

**İletişim ve Sponsorluk**

**Spor Bilimleri Anabilim Dalı**

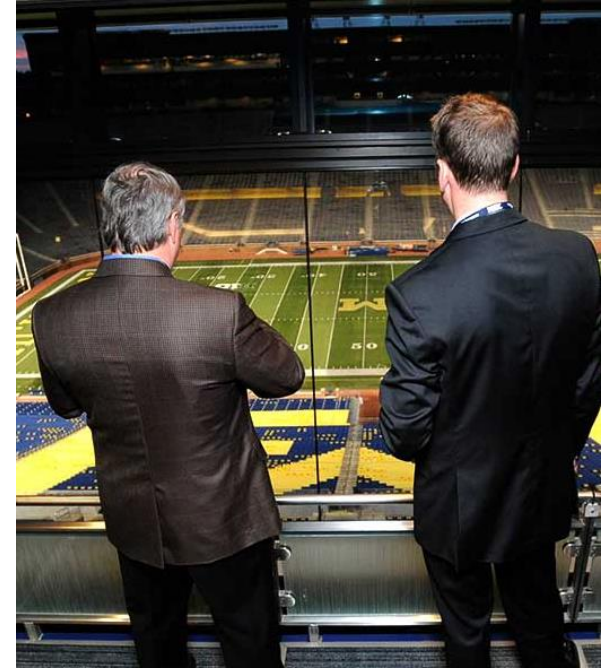
# İletişim ve Sponsorluk

- Şirketlerin durağan yapıdan kurtulma, rakiplerinin önüne geçme ve daha önemlisi iş dünyasında varlıklarını devam ettirebilmeleri için başvurdukları en etkili yol pazarlama stratejileridir.
- Pazarlama sayesinde şirketler tarafından sunulan mal ya da hizmetler doğru kanaldan, hedef kitleye ulaştırılır.
- Sponsorluk da pazarlamanın bir parçası olarak gelişim göstermekte ve bilinenin aksine daha kapsamlı ve sistemli bir pazarlama faaliyetine gereksinim duyar.
- Ancak temelinde sponsor olan ve sponsor olunanın birbirlerine karşılıklı sağladığı faydalar vardır.
- Gerçekleştirilecek sponsorluk faaliyetleri ile sponsorluk yapılacak alanın birbiri ile direk ilişkisi olmasa bile hedefleri örtüşmelidir.



# İletişim ve Sponsorluk

- Bütünleşik pazarlama anlayışına geçebilen işletmeler ise kendilerine daha etkili bir hareket alanı yaratarak rakiplerine göre avantaj yakalama şansına sahip işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri ve rakipleri arasında fark yaratabilmeleri için toplum gözünde olumlu bir imaja sahip olmuşlar ve önem kazanmışlardır.
- Günümüz koşullarında toplumun değişen beklentileri karşısında işletmeler imajın önemini kavramak ve stratejik çalışmalar yürütmek durumundadır.
- Kurumların rakipleri arasında tercih edilebilmesi ve başarılı olmasında yarattığı imaj etkili olmaktadır.
- Bu yüzden işletmeler, etkileyici pazarlama yöntemleri ile tüketicilerin dikkatini çekmek için farklı yolları tercih etmelidir.
- Bu yollardan biri de sponsorluk olarak karşımıza çıkmaktadır.



# İletişim ve Sponsorluk

- Markaların tüketicileri ile farklı platformlarda buluşma ihtiyacına sponsorluklar ciddi anlamda cevap vermektedir ve bu nedenle sponsorluk mali açıdan oldukça büyük bir değer ifade etmektedir.
- **SPONSORLUĞUN DEĞİŞEN YÜZÜ**
- Sponsorluk, organize edilmiş ticari potansiyelin kullanım hakkına sahip olmak (spor, eğlence, kar amaçsız etkinlik ya da organizasyonlar vb.) ve fayda elde etmek için bu sahipliğe nakit ya da aynı ödeme yapmak şeklinde tanımlanmaktadır.
- Sponsorluk ilişkili pazarlama ise, bir sponsorluk için yapılan ve iletişime geçmek amacıyla pazarlama etkinliklerinin yönetilmesidir.



# İletişim ve Sponsorluk

- Spor oyunlarının tüm dünyada bireylerin günlük yaşamında önemli roller üstlenmesinden dolayı spor sponsorluğu, büyük karlılığı sağlamak üzere pazarlama iletişiminin kullanıldığı en önemli alanlardan biri haline gelmiştir.
- Günümüzde olimpiyat oyunları, global ölçekte en kapsamlı ve karlı pazarlama örneği olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Hoek ve Gendall 'a göre sponsorluğa bakış açısının değişmesi neticesinde yaşanan bu rekabetçi yarışın iki farklı sonucu olmuştur.
- Sonuçların ilki etkinlik sahiplerine yöneliktir.
- Sponsorluk hakları için mevcut değer üzerinde ödeme yapan marka, sponsor olarak seçilir hale gelmiştir.
- Bununla birlikte global sponsorlukların artması uluslar arası etkinliklerin değerini de arttırmış, fakat diğer yandan isim hakkı gibi sponsorluk hakları için gücü yetebilecek yani sponsor olabilecek firmaların sayısını azaltmıştır.

# İletişim ve Sponsorluk

- Spor oyunlarının tüm dünyada bireylerin günlük yaşamında önemli roller üstlenmesinden dolayı spor sponsorluğu, büyük karlılığı sağlamak üzere pazarlama iletişiminin kullanıldığı en önemli alanlardan biri haline gelmiştir.
- Günümüzde olimpiyat oyunları, global ölçekte en kapsamlı ve karlı pazarlama örneği olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Hoek ve Gendall 'a göre sponsorluğa bakış açısının değişmesi neticesinde yaşanan bu rekabetçi yarışın iki farklı sonucu olmuştur.
- Sonuçların ilki etkinlik sahiplerine yöneliktir.
- Sponsorluk hakları için mevcut değer üzerinde ödeme yapan marka, sponsor olarak seçilir hale gelmiştir.
- Bununla birlikte global sponsorlukların artması uluslar arası etkinliklerin değerini de arttırmış, fakat diğer yandan isim hakkı gibi sponsorluk hakları için gücü yetebilecek yani sponsor olabilecek firmaların sayısını azaltmıştır.
- *PAZARLAMA İLETİŞİMİ "GAYRİ-RESMİ" SİLAHI: TUZAK PAZARLAMA VE UYGULANAN STRATEJİLER -Göksel Şimşek*