

Das Leben ist schön!

Gut leben im Grätzl

Wir suchen SIE!

„Gut leben im Grätzl“ (GliG) sucht Sponsoren als Partner, die in ihren Unternehmenszielen, in Strategie und Image zu GliG passen. Um diese für eine Zusammenarbeit zu gewinnen, werden Argumente benötigt: sachlich fundiert, schlüssig formuliert, überzeugend präsentiert.

Folgenden Schritte werden dafür empfohlen:

1. Beschreibung von „Gut leben im Grätzl“

Beschreibung des Projekts bei einem persönlichen Erstkontakt. Ein möglicher Sponsor soll sich in diesem Stadium einen Überblick verschaffen und entscheiden können, ob ihn das Projekt und die führend handelnden Personen interessieren.

2. Darlegung aller wesentlichen Fakten

Projektumfang, Kosten, Finanzierung, Anteil, den der Sponsor übernehmen soll, Zeitrahmen.

3. Welche Zielgruppen werden erreicht?

Wie viele Mitglieder hat die regionale GliG-Initiative (für lokale Sponsoren), wie viele hat GliG gesamt (für Hauptsponsor)? Welche Personengruppen gehören GliG an (Alter, Familienstand, Einzugsgebiet etc.)? Entspricht Kooperation mit GliG den Marketingzielen des Sponsors?

4. Gegenleistungen für den Sponsor

div. Möglichkeiten:

- Namensrechte: Benennung z.B. von Wettbewerben, Preisen, Tagungen etc. nach dem Sponsor
- Titelsponsoring für Veranstaltungen: der Firmenname wird Teil des Eventnamens
- Werbung/Logo des Sponsors auf Plakaten, Tafeln, Beach-Flags, Aktentaschen, Kugelschreiber, Schreibblöcke, GliG-Jacken, etc.
- Anzeigen in Publikationen, Mitgliederzeitschrift, Newsletter von GliG; Teil des Brandings
von Info-Stände, Gewinnspiele, Fahrzeugwerbung, Durchsagen bei Veranstaltungen
- Vergünstigungen für Kunden und Mitarbeiter des Sponsors bei Leistungen von GliG.

5. Medieneinbindung

OTS, Newsletter, Social Media (FB, Instagram, ...), Magazin „Gut leben“, etc – der Sponsor möchte wissen, wie sein Engagement publik gemacht wird. Denn: Bekanntheit und Imagegewinn sind der Grund für sein Sponsoring! Deshalb muss dem Sponsor Gelegenheit zur Selbstdarstellung auf Foto- und Presseterminen bei Scheckübergaben, Seminaren Veranstaltungen, Workshops, etc. gegeben werden.

6. Sponsoring ist auch Beziehungspflege zu den Sponsoringpartnern.

- Der/die Sponsor-Verantwortliche, steht dem Sponsor als unmittelbare Ansprechpartner zur Verfügung steht.
- Feedback einholen ist wichtig: In regelmäßigen Abständen nachfragen, ob der Sponsor zufrieden ist.
- Der Sponsor ist Teil des Teams und wird eingebunden (soweit gewünscht): Es gibt viele Möglichkeiten, dem Sponsor zu zeigen, dass er GliG nicht nur als Geldquelle willkommen ist.
- Dank an den Sponsor – persönlich und öffentlich:
auf Veranstaltungen, im Magazin in FB und Instagram, in OTS, ...
Sponsor als Ehrengast bei Veranstaltungen einladen.
Der Sponsor tut Gutes rücken wir ihn ins Rampenlicht!

7. Nächster Schritt: moderierter Sponsoring

- Workshop zur Darstellung

Wir freuen uns auf Sie, Ihnen die Punkte von 1 – 4 bei einem Workshop näher bringen zu dürfen.





Diesen Folder haben Sie erhalten durch:

Für Sie da - Ihr/e Grätzl-ManagerIn!

Fachgruppe Wien Personenberatung und Personenbetreuung
Wirtschaftskammer Wien
Straße der Wiener Wirtschaft 1, 1020 Wien
T +43 1 514 50-2203, F +43 1 514 50-92203
W www.impulspro-wien.at | W www.lebensberater.at

Medieninhaber und Verlagsort:

Fachgruppe Wien Personenberatung und Personenbetreuung, 1020 Wien, Straße der Wiener Wirtschaft 1
Hersteller, -ort: WKO campus wien, 1180 Wien | Grafik: Marketing der WK Wien | Fotos: Christian Steinbrenner