OFERTA SPONSORSKA



DLACZEGO WARTO?



WEDŁUG BADANIA “TRUST IN ADVERTISING” [NIELSEN, 2021] SPONSORIGN WYDARZEŃ SPORTOWYCH TO TRZECI NAJWAŻIEJSZY CZYNNIK, KTÓRY BUDZI ZAUFANIE ODBIORCÓW. WAŻNIEJSZY NIŻ REKLAMA TELEWIZYJNA CZY ONLINE. JEDYNIE REKOMENDACJE OD LUDZI I STRONY INTERNETOWE CIESZA SIĘ WIĘKSZYM ZAUFANIEM.



ZGODNIE Z RAPORTEM ONET.PL I PRZEGLĄDU SPORTOWEGO “SPONSORING SPORTOWY OCZAMI KIBICÓW” [LUTY 2025]:

51% kibiców zwraca uwagę na to, kto sponsoruje wydarzenie, drużynę czy zawodnika

56% dostrzega sponsorów na strojach zawodników, a 54% zauważa ich w mediach (Internet, media społecznościowe, telewizja)



Zdaniem badanych marki, które sponsorują sport:

- wzbudzają sympatię [64%]
- są atrakcyjne dla kibiców [64%]
- wyróżniają się spośród innych marek [60%]
- sprawiają, że kibice doceniają ich produkty i usługi [59%]
- angażują się w sprawy ważne społecznie [55%]
- są godne zaufania [54%]



Dlaczego kibice kupują produkty marki, wspierającej sport?

Chcą wspierać firmę, która sponsoruje wydarzenia sportowe, które są dla nich ważne [47%]

Ta marka/firma staje im się bliska [39%]

Chcą okazać wsparcie drużynie, która jest sponsorowana przez tę firmę [46%]

Doceniają, że ta firma wspiera cenioną przez nich drużynę [45%]

Korzyści ze sponsoringu.

budowanie więzi ze społecznością

Wspieranie inicjatyw sportowych pozwala firmom na tworzenie trwałych więzi z kibicami, co przekłada się na większe zaangażowanie i lojalność konsumentów.

silniejsza więź z klientem

Sponsorowanie drużyn sportowych sprawia, że marka zyskuje sympatię społeczności, która postrzega jej działania jako realną pomoc i wsparcie dla otoczenia, szczególnie lokalnego.

wizerunek odpowiedzial-nej marki

Zaangażowanie w sport to przykład społecznej odpowiedzialnoś ci biznesu, który pozytywnie wpływa na postrzeganie firmy i jej reputację na rynku.

wzrost rozpoznawal-ności marki

Sponsoring to skuteczny sposób na zwiększenie widoczności marki i budowanie jej tożsamości, co może przełożyć się na wzrost sprzedaży.

trwałe relacje z klientami

Stałe wspieranie tych samych drużyn sportowych buduje relacje oparte na zaufaniu i konsekwencji, co wzmacnia pozytywny wizerunek firmy w oczach społeczności.

wewnętrzne zaangażow-anie

Firmy często angażują swoich pracowników w inicjatywy sportowe – poprzez organizację wydarzeń czy udział w wolontariacie – co sprzyja integracji zespołu i wzmacnia morale.

Pytanie nie brzmi CZY sponsorować toruński hokej.



Pytanie brzmi: JAK?

PAKIET I

- członkostwo w “Klubie 100”
- 1 karnet VIP
- projekcja logo na telebimie [min. 3 razy na tercję]
- informacja o współpracy w kanałach social media klubu
- logo na stronie www klubu

12 000 netto/sezon





PAKIET II

- reklama na bandzie [2m] lub reklama podwieszana [1 moduł]
- 2 karnety VIP i 2 karnety VIP Premium
- projekcja logo na telebimie [min. 3 razy na tercję]
- informacja o współpracy w kanałach social media klubu
- logo na stronie www klubu

25 000 netto/sezon

PAKIET III

- reklama na bandzie [2m] lub reklama podwieszana [1 moduł]
- 2 karnety VIP i 3 karnety VIP Premium
- projekcja logo na telebimie [min. 3 razy na tercję]
- informacja o współpracy w kanałach social media klubu
- logo na stronie www klubu

40 000 netto/sezon





PAKIET IV

- reklama na bandzie [2 x 2m] lub reklama podwieszana [2 moduły]
- 2 karnety VIP i 3 karnety VIP Premium
- projekcja logo na telebimie [min. 3 razy na tercję]
- informacja o współpracy w kanałach social media klubu
- logo na stronie www klubu

60 000 netto/sezon

SPONSOR MECZU

- ogłoszenie o byciu sponsorem meczu
- dodatkowe ekspozycje na telebimie
- pakiet VIP na ten mecz

5 000 netto/jeden mecz ligowy





DZIAŁANIA CUSTOM

- reklama na tafli
- oznakowanie na odzieży meczowej/sprzęcie
- wykorzystanie wizerunku zawodników do reklamy sponsora
- udział zawodników w eventach sponsora
- sponsoring meczu specjalnego/eventu
- specjalna edycja gadżetów klubowych z brandingiem sponsora
- ... i inne pomysły ;)

wycena indywidualna



TO JAK?

#GRAMYRAZEM ?