

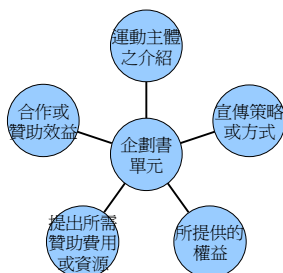
## 運動贊助企劃

國立新竹教育大學  
許建民

- 書面的企劃書扮演了重要的溝通角色
  - 傳遞提案單位的重要訊息（一個引起企業注意或興趣的誘餌）
  - 贊助企劃書內容架構並無一定的格式，只有必要的主題單元
  - 企劃書的重點在於能否符合企業的需求
    - 探討企業贊助意願和動機
    - 提案須因人而異，溝通模式不盡相同
    - 誠信原則才可以找到長期合作夥伴



## 一、贊助企劃書架構



- 一、單位介紹
  - 這是運動組織的簡介或活動/賽會的描述
    - 基本資料、核心價值、重要績效、特色或定位等
      - 基本資料：賽會名稱、重要歷史、賽會性質、參與對象、比賽期間與地點
      - 核心價值：賽會的目的(如吸引頂尖選手參與、公益)
      - 重要績效：這個賽會受重視程度及影響力
      - 特色與定位：賽會與眾不同之處
    - 若有大型企業答應贊助，要將這訊息納入企劃書



- 二、宣傳策略
  - 提升本身的知名度和人氣指數

宣傳方式	內容說明
廣告	各種媒體的廣告，如電視、平面媒體、戶外、網路等自製媒體，如海報、網站等的廣告
公關	記者會活動、新聞稿或自製刊物，如秩序冊與媒體手冊等
事件行銷	熱身賽、球迷嘉年華等活動
媒體策略結盟	賽會的轉播媒體或協力媒體夥伴

- 三、贊助權益
  - 告訴贊助商贊助的理由，以及可能得到的好處，以說服贊助商提出資源
    - 球迷很多熱戀情侶一起看球
    - 寶劍贈英雄
    - 要位每個企業量身打造，找到一個合適的理由
  - 也有在公開場合招商的企劃書
    - 主要是讓有興趣者參考
    - 權益如曝光空間、媒體公關機會、招待禮遇機會、商品展示銷售機會等
    - 圖文並茂呈現空間與位置的大小



● 四、贊助辦法或方式

- 贊助商所需提供之資源，包含現金、商品或服務等

定價方式	說明
相對價值法	主要是把其他產業的標準作為計算贊助權益的價格
競爭市場策略法	以類似活動或規模的贊助案價格為基準
成本加價法	提供企業贊助權益的成本費用再加上幾成合理的費用

● 五、合作或贊助效益

- 依贊助權益進行分析
  - 各種廣告空間的曝光對於企業的知名度或搭配的銷售活動可能未企業帶來的銷售效益

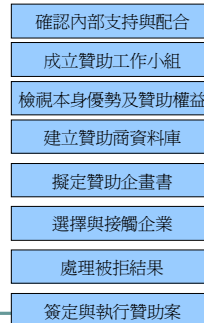


● 企業收到的企劃書如過江之鯽，如何在若水三千中讓企業只取這一瓢，就需考慮

- 每頁字數不得過多
- 使用的字體不得小於24點
- 每頁標題與內文的字體可以更換使用
- 內文格式建構必須加入企業識別系統元素
- 說明贊助權益可以用圖片或照片輔佐
- 文字呈現以條列式方式為佳
- 以繪圖方式解釋活動策略
- 顏色的運用要強調對比程度



二、尋求贊助流程



● 一、確認內部支持與配合

- 高層的支持與相關部門配合
  - 組織是否接受冠名贊助
  - 贊助商的禮遇款待需要典禮組配合

● 二、成立贊助工作小組

- 行政事務溝通協調
  - 組織內部事務
- 規劃贊助企劃
  - 提供創意及設計贊助活動
- 接洽業務
  - 負責與贊助商洽談
- 贊助服務
  - 客戶服務，確保承諾



● 三、檢視本身優勢/特色及贊助權益

- 特色可能是組織本身的知名度、人氣、賽會傳統、賽會水準...
- 權益是提供給贊助商的贊助空間，如秩序冊、記者會背板、海報、禮遇機會...

● 四、建立贊助商資料庫

- 刊物、報紙、他人引薦、廣告公司協助...
- 企業贊助的對象、所提供的資源、贊助事務部門與決策人士、贊助理由及聯繫方式

排名	產業別	廣告秒數	企業別	廣告秒數
1	機車	67,590	中華電信	54,452
2	速食店	65,633	黑松公司	51,104
3	茶類飲料	64,490	光陽工業	45,370
4	信用卡	64,393	玉山金控	30,340
5	線上/軟體遊戲	55,915	台灣麥當勞餐廳	30,263
6	汽車	55,685	中國信託金控	28,663
7	碳酸飲料	48,058	味丹食品	25,245
8	休旅車	48,041	臺灣太古可口可樂	25,066
9	金融機構服務	47,965	信義房屋	24,840
10	通訊網路服務	42,845	台灣惠氏	24,110

- 五、擬定贊助企劃書
  - 思考贊助對運動組織的貢獻，即贊助目標
- 六、選擇與接觸企業
  - 選擇愈接觸的企業需考慮形象及目標市場的契合度
  - 具有贊助經驗的企業
  - 接觸贊助商的方式
    - 主動接洽、透過合作企業介紹、贊助商或廣告公司主動接洽、委託運動行銷或廣告公司接洽、召開贊助說明會



- 七、處理被拒結果
  - 「買賣不成仁義在」
  - 瞭解原因日後調整
- 八、簽訂與執行贊助案
  - 簽約確認雙方權利義務
  - 確認工作
    - 確認函、協定書、合約
    - 口頭承諾



### 三、贊助企劃執行與結案

構面	說明
易達性 (accessibility)	贊助企業連繫贊助對象的容易程度
合作程度 (cooperative)	同意贊助企業提出要求的彈性
專業知識 (knowledgeable)	是否了解贊助商之需求
創意 (creativity)	提出促銷或聯合促銷的建議或概念
問題解決能力 (problem solving)	是否能夠提出解決問題的方法而非只是提出藉口
執行能力 (fulfillment)	是否具備實現對於贊助商承諾的能力
執法能力 (enforcement)	保障贊助商權益的能力


- 一、易達性
  - 強調雙方溝通管道的暢通情形
    - 雙方資料的提供或意見的交換
    - 溝通管道包含電子郵件、電話、即時通及會議
- 二、合作程度
  - 指的是能否配合贊助商的需求進行調整。
- 三、專業知識
  - 注重的是對企業的熟悉及提供更好的企劃。



- 四、創意
  - 能幫助贊助企業目的完成
- 五、問題解決能力
  - 贊助案愈到阻礙時提出解決方案的能力。
- 六、執行能力
  - 如何實現承諾，也就是企劃書上的權利義務
- 七、執法能力
  - 減少贊助商受狙擊行銷的方式。



狙擊型態	內容說明
成為賽會轉播贊助商	贊助負責轉播單位的賽會節目,在賽會節目的開始或結束後會出現類似「本節目由某贊助商提供」的畫面
購買賽會轉播期間的廣告時段	購買賽會轉播時段的廣告時間,並搭配與該賽會有關的畫面
贊助與會的單位	贊助部分與會的球隊或個人運動員,而非賽會本身
購買比賽場地附近的廣告看板	在比賽場地附近推出自身廣告
製作含有隱喻的相關廣告活動	利用運動相關的人事物作為廣告內容,並企圖造成消費者認為其就是贊助商
製造另一個話題	在相同時間與地點推出一個令人注意的活動
無特別意圖的狙擊活動	並非特定贊助活動所造成的狙擊活動,如場館本身既有的廣告與賽會贊助商造成衝突

- 
- 防止狙擊行銷的方式
    - 整合運動組織的贊助機會,要求提供獨佔權
    - 要求運動場淨空
    - 利用書面協議說明任何商標、文字、圖案的著作權或標誌商標權,並給予最大保護
    - 要求官方贊助商針對其贊助規劃適當的行銷活動,以降低其餘非官方贊助商推出促銷活動的機會
    - 教育參與賽會的球隊或個人運動員避免出席非贊助商舉辦的賽會相關活動
    - 針對狙擊活動的企業提出譴責
    - 商請合作媒體優先提供官方贊助商購買媒體時段或空間的機會

- 結案報告的內容主題

主題	說明
參與者或觀眾的資料	人數、人口統計變數、生活型態、消費習慣、贊助商知名度、消費者態度
現場曝光情況	廣告看板的照片、好報、公佈欄、攤位、計分版服裝上贊助商標誌,並就企劃書的承諾進行討論
樣品試用	說明使用試用品的人數,甚至是搜集電子郵件的數量或是基本資料
非現場的曝光情況	其它地區的活動照片
媒體曝光價值	平面媒體: 出示報導,發行份數及廣告價格等 電視媒體: 播出時間與日期,錄影,購買或交換廣告... 廣播電台: 廣告數量,宣傳時段,提及名稱等

- ### 問題與討論
- 尋求贊助過程中接洽潛在贊助企業的方式有哪些
  - 何謂狙擊行銷,說明可能的型態
  - 指出與贊助企業簽訂合作協議的型態
  - 提供運動贊助組織的結案報告應包含哪些
  - 請針對國內任一綜合型運動賽會探討其在尋求贊助時的賽會優勢及特色