

OFERTA SPONSORSKA



DLACZEGO WARTO?

WEDŁUG BADANIA "TRUST IN ADVERTISING" [NIELSEN, 2021] SPONSORING WYDARZEŃ SPORTOWYCH TO **TRZECI NAJWAŻEJSZY CZYNNIK**, KTÓRY BUDZI ZAUFANIE ODBIORCÓW. WAŻNIEJSZY NIŻ REKLAMA TELEWIZYJNA CZY ONLINE. JEDYNI 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%]

The background of the entire image is a photograph of ice hockey players on the ice. In the foreground, a player in a white jersey with red and blue accents is visible, wearing a black helmet and holding a hockey stick. The jersey has "ENERGY" and "GUPA OR" logos. In the background, other players and the arena's seating are visible. The text is overlaid on this image.

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 odpowiedzialności 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





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

PAKIET III

- reklama na bandzie [2m] i 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





PAKIET IV

- reklama na bandzie [2 x 2m] i 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

SPONSOR MECZU

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





DZIAŁANIA CUSTOM

- reklama na taflach
- 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 ;)



TO JAK?

#GRAMYRAZEM ?