



Μάρκετινγκ και Συμπεριφορά Πελατών Αναψυχής II

Αθλητική χορηγία: Στόχοι χορηγίας, οφέλη χορηγίας,
μειονεκτήματα χορηγίας, χορηγικά προγράμματα

Νικόλαος Θεοδωράκης
Επίκουρος Καθηγητής Τ.Ε.Φ.Α.Α. Σερρών, Α.Π.Θ.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.





Μάρκετινγκ και Συμπεριφορά Πελατών Αναψυχής II

Αθλητική χορηγία: Στόχοι χορηγίας, οφέλη χορηγίας, μειονεκτήματα χορηγίας, χορηγικά προγράμματα

Περιεχόμενα ενότητας

1. Αθλητική Χορηγία

- i. Στόχοι
- ii. Εφαρμογή
- iii. Οφέλη
- iv. Μειονεκτήματα

2. Χορηγικά προγράμματα

- i. Κατηγορίες χορηγών

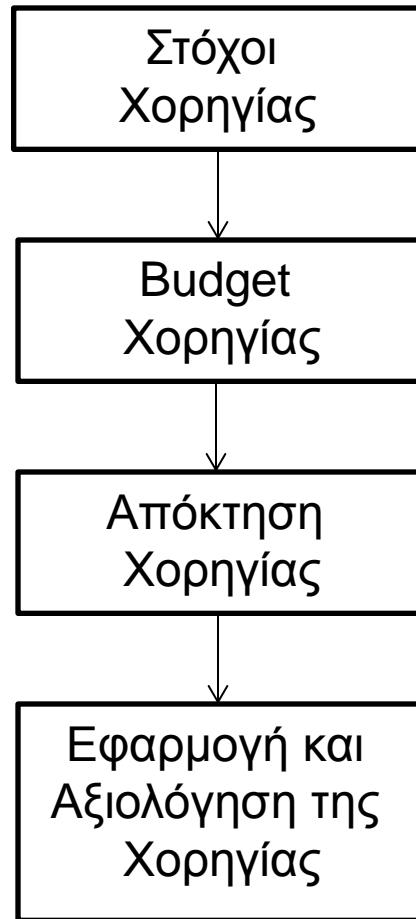


Σκοποί ενότητας

- Να γίνουν κατανοητοί στους φοιτητές οι στόχοι, τα οφέλη, καθώς και τα μειονεκτήματα της αθλητικής χορηγίας.
- Να οριστούν τα χορηγικά προγράμματα και οι κατηγορίες των χορηγών.



Διαδικασία Χορηγίας



Στόχοι Χορηγών

Απαραίτητο να είναι:

- Συγκεκριμένοι
- Μετρήσιμοι
- Επιτεύξιμοι
- Εντεταγμένοι σε κάποιο χρονοδιάγραμμα



Στόχοι Χορηγών

- Άμεσοι
 - Αύξηση πωλήσεων

- Έμμεσοι
 - Αυξημένες πωλήσεις
 - Αυξημένη αναγνωσιμότητα προϊόντος
 - Αυξημένη δημοσιότητα



Στόχοι Χορηγών

- Βελτίωση εικόνας (image) του προϊόντος και της εταιρείας
- Ενίσχυση της επωνυμίας του προϊόντος (brand name)
- Διείσδυση σε καινούργιες αγορές και νέες ομάδες στόχου



Στόχοι Χορηγών

- Αποκλειστικότητα στην προώθηση
- Φοροαπαλλαγές
- Δημιουργία κερδών από τα ΜΜΕ
- Εξασφάλιση του τίτλου ή των δικαιωμάτων ονομασίας



Στόχοι Χορηγών

- Δυνατότητα αλλαγής της στάσης του κοινού
- Συμμετοχή στα κοινά-καλός πολίτης
- Κίνητρο για το προσωπικό
- Αποκλεισμός ανταγωνιστών



Στόχοι Χορηγουμένων

- Λήψη κεφαλαίων
- Λήψη πόρων (αγαθά)
- Λήψη υπηρεσιών
- Αύξηση συνειδητοποίησης



Στόχοι Χορηγουμένων

- Προσδιορισμός της θέσης εμπορικών σημάτων
- Αύξηση αξιοπιστίας
- Δημιουργία ή βελτίωση εικόνας



Budget Χορηγίας

- Το ποσό που πληρώνει ο χορηγός ως αντάλλαγμα για τα δικαιώματα της χορηγίας
- Τα ποσά που δαπανούνται, ώστε να συσχετιστεί το όνομα του χορηγού με το άθλημα, την ομάδα, τον χώρο κ.τ.λ. (π.χ. logo, website)
- *Leverage costs*



Απόκτηση Χορηγίας

- Προσδιορισμός του σκοπού της χορηγίας- παγκόσμιες, διεθνείς, εθνικές, περιφερειακές και τοπικές αθλητικές διοργανώσεις
- Προσδιορισμός αθλητικής πλατφόρμας-φορέας και επίπεδο ανταγωνισμού



Εφαρμογή και Εκτίμηση της Χορηγίας

- Αναφορές σε δημοφιλή media
- Αναφορές χορηγών επικοινωνίας
- Στοιχεία πωλήσεων (πριν και μετά)
- Αλλαγή συμπεριφοράς (πριν και μετά)



Οφέλη Χορηγών

- Προβολή στην αγωνιστική εμφάνιση
- Προβολή στο γήπεδο
- Οπτικοακουστικά
- Προωθητικές ενέργειες



Οφέλη Χορηγών

- Προβολή στα ΜΜΕ
- Δημόσιες Σχέσεις
- Επιχειρηματική φιλοξενία
- Έρευνα και ανάπτυξη-δοκιμή νέου εξοπλισμού σε αθλητές



Οφέλη Χορηγών

- Ενίσχυση Θετικού και κοινωνικού profile
- Αντιμετώπιση επικρίσεων
- Εσωτερικά οφέλη για την εταιρεία



Οφέλη Χορηγουμένων

- Χρήματα
- Υπηρεσίες



Μειονεκτήματα Χορηγίας

- Έλλειψη ελέγχου της κάλυψης των ΜΜΕ.
- Δεν μπορεί να ελεγχθεί η απόδοση του Α.Ο. ή των αθλητών.
- Δεν ελέγχεται η δημοσιότητα.
- Το μήνυμα δεν ελέγχεται εύκολα.



Μειονεκτήματα Χορηγίας

- Πολλές φορές τα Μ.Μ.Ε δεν δείχνουν διάθεση να στηρίξουν τη χορηγία.
- Επιθετικό μάρκετινγκ (ambush marketing)
- Κορεσμός χορηγών



Χορηγικά Προγράμματα

- Χορηγός ονόματος
- Χορηγός φανέλας μπροστά
- Χορηγός γηπέδου
- Χορηγός Φιλοξενίας



Κατηγορίες Χορηγών

- Μέγας χορηγός
- Επίσημος χορηγός
- Επίσημος υποστηρικτής
- Επίσημος προμηθευτής
- Χορηγός επικοινωνίας



Βιβλιογραφία

- Mullin, B. J., Hardy. W. A. (2004). Αθλητικό Μάρκετινγκ. Εκδόσεις Πασχαλίδης. Αθήνα.
- Shilbury, D., Shayne, Q., Westerbeek, H., & Costa, G. (2007). Στρατηγικό Μάρκετινγκ του Αθλητισμού και της Αναψυχής. Εκδόσεις ΤΕΛΕΘΡΙΟΝ, Αθήνα.
- Αλεξανδρής, Κ. (2011). Αρχές Μάνατζμεντ και Μάρκετινγκ Οργανισμών Αθλητισμού και Αναψυχής. Εκδόσεις Χριστοδουλίδη, Θεσσαλονίκη.





Σας ευχαριστώ!

Νικόλαος Θεοδωράκης

Επίκουρος Καθηγητής Τ.Ε.Φ.Α.Α. Σερρών
Α.Π.Θ.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ





Τέλος Ενότητας

Επεξεργασία: Αλεξάνδρα Φουντούκη
Θεσσαλονίκη, Εαρινό Εξάμηνο 2012-2013



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

