

Sponsorenbetreuung

Sponsorenverteiler: Digitales Datenmanagement sichert Sponsoring-Know-how des Vereins!

In einem Sponsorenverteiler sollten alle wichtigen Informationen von Unterstützern (bestehende und potenzielle) aufgenommen werden, die für die [Sponsorenakquisition](#) und [Sponsorenbetreuung](#) relevant sind.

Zu den wichtigen Informationen eines Sponsorenverteilers gehören:

- Name der Firma
- Unternehmensanschrift
- Internetadresse
- Ansprechpartner/in
- Position des Ansprechpartners im Unternehmen (z.B. Geschäftsführer/in, Sponsoringleiter/in)
- Telefonnummer (Festnetz und Mobil) und E-Mail-Adresse der Kontaktperson
- Geburtstag von wichtigen Unternehmensvertretern (z.B. Geschäftsführer/in, Sponsoringleiter/in)
- Hobbys/Interessen von wichtigen Unternehmensvertretern (Geschäftsführer/in etc.)
- Sonstiges: Wichtige Telefon- und Gesprächsnotizen, Korrespondenz, Sponsoringzusagen und Gründe für Absagen, Werbeaussagen, Produkte/Dienstleistungen, Unternehmens-/Sponsoringzielgruppen, Sponsoringziele des Sponsors, sonstige Sponsoringaktivitäten des Unternehmens, wichtige Termine, wie z.B. Vertragslaufzeit und Optionen für Vertragsverlängerungen)

Die Informationen sollten in einem digitalen Dokumentenmanagementsystem erfasst werden. In ihm erfolgt eine einheitliche Datenerfassung und -speicherung. Das Sponsoring-Wissen des Sportvereins wird in dem zentralen digitalen System archiviert und geht dadurch nicht verloren.

Auf die gespeicherten Daten sollten alle für den Sponsoringbereich verantwortlichen Vereinsmitarbeiter Zugriff haben. Alle relevanten Sponsoreneinformationen (s.o.) müssen abrufbar sein.

Ein zentrales digitales Archiv (Datenbank) ist vor allem dann ein perfektes Hilfsmittel, wenn die Sponsorenakquisition und -betreuung gleichzeitig von mehreren Personen abgewickelt bzw. von einer neuen Person übernommen wird. Die jeweilige Person kann sich unkompliziert einen umfassenden Überblick verschaffen, mit welchen Unternehmen der Sportverein in Kontakt steht oder stand und wie

die Qualität des Kontakts aussieht.

Wichtig ist, dass der digitale Sponsorenverteiler fortlaufend gepflegt wird. Alle für die Sponsorenakquisition und -betreuung wichtigen Informationen sind kontinuierlich zu erfassen. Somit wird sichergestellt, dass für jedes einzelne Unternehmen eine stets abrufbare „Kontakthistorie“ vorliegt.