



ERIKOISERÄ GAY JOE -OMENASIIDERIÄ
TULE JA MAISTA!

BONGAA PÄÄSISÄÄNKÄYNNILLÄ KASVOMAALAUSPISTE



Kuopion alueen urheiluakatemia:
Sports meets Business- seminaari 2020

 Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus

 Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto
Euroopan sosiaalirahasto

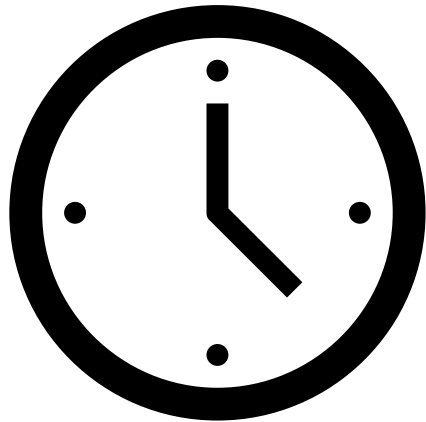
Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Tähän mennessä tapahtunut mm. seuraavaa...

- Järjestetty useita sponsorointiyhteistyön työpajoja urheiluakatemiaan urheilijoille. Näihin on osallistunut jo monia kymmeniä urheilijoita eri lajeista ja eri oppilaitoksista.
- Rakennettu yhteistyössä Savonia-AMK:n kanssa verkko-opintojakso ”Sponsorointi ja urheilijabrändin rakentaminen”.
- Sovittu yritysyhteistyömentoroinnista.
- Järjestetty Sports meets Business –seminaari 2019, joka kokosi yhteen 100 osallistujaa yrityksistä, urheilijoista sekä muista urheilun taustatoimijoista.

Ohjelma & aikataulu (suuntaa-antava):



Klo 13 -13.15

Tapahtuman avaus ja havaintoja modernista urheilusponsoroinnista (Arto Kuuluvainen)

Klo 13.15- 13.30

LähiTapiola & sponsorointiyhteistyö (Panu Myöhänen & Kaisa Kaján)

Klo 13.30- 13.50

Tuli ja liike -urheilubrändin syntyminen ja ideologia (JimiHeikkinen)

13.50 –14.45 Paneelikeskustelu: kokemuksia ja yritysten toiveita urheilusponsoroinnista

Osallistujat: Kaisa Kajan (LähiTapiola), Mikko Jalkanen (Asianajatoimisto Lukander Ruohola HTO Oy & KuPS), Teemu Huhtakangas (SiiPe), Joel Naukkarinen (urheilijoiden edustaja/UEF);
Moderaattorina Arto Kuuluvainen



Havaintoja kentältä



KOEAJOLLA NIKLAS APPELGRENIN KANSSA

Ässien hyökkääjä Niklas Appelgren kävi Porin Rinta-Joupissa koeajamassa Skoda Superbia.



KÄY KOEAJOLLA JA SAAT LIPUT ÄSSIEN OTTELUUN!

Rinta-Joupin Autoliike Oy
rinta-jouppi.com

Jätä tähän yhteystietosi, mikäli haluat koeajamaan Rinta-Joupin valikoimasta löytyvää autoa, niin otamme sinuun yhteyttä. Kymmenen ensimmäistä koeajolla käynyttä saavat lipun Ässien loppukauden kotiotteluun.

Haluan koeajolle *

kyllä

Mitä autoa haluaisit koeajaa? (ei pakollinen tieto)

Vastauksesi tulee tähän

* Etunimi

* Sukunimi

”Edelleenkään ei osata erottaa taktista ja strategista sponsorointia!”

- Sponsorointia/yhteistyötä on eri tasoista. Siksi esimerkiksi sponsoroinnin mitattavuus koetaan haastavaksi.
- Taktiseksi sponsoroinniksi voidaan kutsua nopeaa myyntiä hakevia sponsoroinnin aktivointeja. Käytännössä näitä voivat olla esimerkiksi myyntipisteet yhteistyökumppanin tapahtumissa, koeajot, tarjouskampanjat, some-kilpailut jne.

→ Sponsoroinnilla siis kerätään esimerkiksi myyntiliidejä tai haetaan suoraa kauppaa.



”Edelleenkään ei osata erottaa taktista ja strategista sponsorointia!”

- Strateginen sponsorointi taas tähtää enemmän yrityksen brändin rakennukseen. Ydinajatuksena tehdä yhteistyötä tahojen kanssa joiden brändissä on sellaisia ominaisuuksia joihin halutaan myös yritys liitettävän.

→ Jotta toimisi tehokkaasti, niin yrityksen ja seuran brändien tulisi sisältää yhteisiä elementtejä. Jos nämä eivät ole itsestäänselviä, niin ne täytyy kertoa kohderyhmille esimerkiksi tarinalla.

- Eivät sulje toisiaan pois. Päinvastoin; hyvässä konseptissa huomioidaan molemmat tasot!



”Yhteiskuntavastuu tulee linkittymään yhä vahvemmin sponsorointiin”

- Sponsorintiyhteistyöhön kuuluu liiketoiminnallisen hyödyn tavoittelu, määrätietoinen asenne sekä kumppanin bisneksen ymmärtäminen.
- Lisäksi vaikuttavaan sponsorointiin kuuluu usein tietynlainen idealismi, joka konkretisoidaan tuomalla mukaan hyvän tekemisen ulottuvuus (HUOM! Ei kuitenkaan hyväntekeväisyys sinänsä).
- Hyväntekeminen tuo oikein viestittynä yhteistyöhön tunneperäistä lisäarvoa → ainekset koskettaviin tarinoihin syntyvät tätä kautta.
- Myös urheilijoiden itsensä kantama yhteiskuntavastuu on kasvussa. Rakentaa samalla näiden henkilöbrändiä.

805 MILLION NAMES

The United Nations World Food Programme in collaboration
with Zlatan Ibrahimovic and Google.