

Lista di controllo procedura di sponsoring (Associazione cantonale / sezione samaritana)

Sequenza	Spiegazione
<i>Competenza</i>	
1. Iniziativa, avvio del progetto, formulazione degli obiettivi <i>Comitato</i>	Lo sponsoring futuro viene promosso dal Comitato dell'associazione o della sezione. Esso nomina un gruppo di progetto ed elegge i membri. Il compito assegnato al gruppo di progetto viene formulato per iscritto:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obiettivo del progetto (cosa ci si aspetta dal gruppo di progetto? ► Progetto di sponsoring, contenuto principale) 2. Programma 3. Calendario 4. Event. budget di progetto
2. Elaborazione del progetto di sponsoring <i>Gruppo di progetto</i>	<p>Procedura di elaborazione del progetto di sponsoring:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esame delle direttive previste dai principali strumenti di gestione (statuti, dottrina direttrice, progetto di marketing, progetto finanziario) • Descrizione di tutte le attività dell'associazione risp. sezione, panoramica degli eventi/corsi in base al programma annuale • Valutazione di corsi, eventi, attività ecc. di grande effetto pubblicitario • Tavola sinottica dei gruppi di soci che possono essere raggiunti in modo diretto attraverso azioni ed inoltri mirati (ad es. mailing, giornale della Federazione). Uno sponsor potenziale divide spesso il contributo di sponsoring per il numero delle persone di detti gruppi di soci per verificare se vale la pena impegnarsi • Descrizione delle caratteristiche di questi gruppi di soci (consapevolezza della salute, età, attività, obiettivi ecc.) • Breve sintesi della situazione finanziaria della sezione ed informazioni relative a quali attività e prodotti devono essere finanziati con i fondi di sponsoring • Tipologie di sponsor da ricercare (ad es. sponsor principali, co-sponsor) Elencazione delle prestazioni, quali sono quelle attese? (ad es. somme di denaro, materiale, servizi) • Elencazione delle misure esistenti risp. future per la raccolta di fondi (ad es. club di sostegno, corsa sponsorizzata, lettere di offerta, serata della tombolata) • Elencazione dettagliata delle possibili (realistiche) controprestazioni per le varie categorie di sponsor • Verificare l'esclusività di settore (nella maggior parte dei casi è una condizione imposta dagli sponsor) • Elencazione delle aziende da escludere come sponsor (ad es. aziende che producono o distribuiscono esclusivamente alcol o tabacco) • Rielaborazione dell'intero contenuto come 1^a bozza del

	progetto di sponsoring
3. Presentazione e discussione <i>Gruppo di progetto, Comitato, altri gruppi di soci</i>	Presentazione e discussione della bozza nel Comitato. Ascoltare event. altri gruppi di soci interessati, ad es. monitori di sezione, monitori di corsi, custodi del materiale Discussione nel Comitato e valutazione della presa di posizione di altri gruppi
4. Revisione del progetto di sponsoring <i>Gruppo di progetto</i>	Revisione sulla base delle informazioni previste al Punto 3. Perché il progetto abbia buone possibilità di trasposizione, è necessario ottenere il consenso sui punti essenziali. Rielaborare i contenuti controversi e presentarli al Comitato per una seconda discussione.
5. Approvazione del progetto di sponsoring <i>Comitato</i>	Il progetto di sponsoring viene approvato dal Comitato. Si sconsiglia l'approvazione del progetto di sponsoring attraverso l'Assemblea generale. Le identità essenziali dell'associazione risp. sezione che riguardano anche lo sponsoring, devono essere già contenute nella dottrina direttrice approvata da tale commissione. Scioglimento del gruppo di progetto (event. ulteriore coinvolgimento per altri passi previsti al Punto 6).
6. Contatti con potenziali partner di sponsoring <i>Comitato</i>	Altri passi: Redigere l'elenco di quelle aziende che soddisfano le direttive secondo il progetto di sponsoring e si addicono come partner e figure popolari della sezione. Redigere la documentazione di sponsoring (cartellina). Stabilire la strategia per l'acquisizione di partner di sponsoring (chi prende contatto con chi, chi negozia, chi decide). All'occorrenza coinvolgere i soci di sezione che conoscono potenziali partner di sponsoring e possono procurare i relativi contatti.
7. Visita presso un futuro partner di sponsoring <i>Responsabile Sponsoring</i>	InformateVi prima in merito alle aziende selezionate (Internet) e alle persone competenti nel settore Marketing/sponsoring. Cercate assolutamente di esprimere le Vostre richieste al livello massimo (direzione, amministrazione, capo sponsoring o marketing). Chiarite quanto tempo avete a disposizione e quante persone saranno presenti affinché tutti, presenti compresi, possano essere documentati. Definite le possibilità tecniche per la Vostra presentazione (videoproiettore, proiettore per diapositive, lavagna a fogli mobili, cartellina di presentazione). Adequate la presentazione

	<p>alla grandezza del gruppo.</p> <p>Concordate chi della sezione presenta cosa, chi prende posizione. Esponete le Vostre richieste con convinzione. Voi e la Vostra associazione/sezione avete qualcosa da offrire alle aziende, avete ponderato bene il prezzo e le Vostre condizioni. State trattando un affare, non state presentando una richiesta di offerta!</p>
<p>8. Il contratto di sponsoring <i>Responsabile Sponsoring</i></p>	<p>Complimenti! Avete suscitato l'interesse di un'azienda ed avete ottenuto una promessa verbale!</p> <p>Fissate per iscritto gli accordi conclusi e redigete la Vostra bozza di contratto di sponsoring (vedere modello di contratto di sponsoring, event. coinvolgere un giurista).</p> <p>Fate discutere ed approvare il contratto di sponsoring dal Comitato prima della sottoscrizione.</p> <p>Reagite rapidamente, dimostrando così il Vostro interesse e la Vostra professionalità.</p>
<p>9. «Cura» degli sponsor <i>Responsabile Sponsoring</i></p>	<p>L'imperativo supremo è l'adempimento delle prestazioni concordate contrattualmente!</p> <p>In caso di variazioni, informate immediatamente il partner di sponsoring. Proponete soluzioni risp. alternative.</p> <p>Curate regolarmente il contatto con il partner di sponsoring. In caso di contratti pluriennali, almeno una volta l'anno è necessario prevedere una riunione di valutazione comune.</p>
Fonte: Swiss Olympic	