



MET DEZE TIPS EN IDEEËN HAAL JIJ SPONSORS BINNEN VOOR JE ONLINE EVENT

Het regelen van sponsoring voor een evenement is een uitdaging. Door je goed voor te bereiden kun je de potentiële sponsor een scherp voorstel doen dat naadloos aansluit op de doelen van de organisatie.

Photo by Mikael Blomkvist from Pexels



brengen. Zo komt gelijk je evenement nog eens goed onder in de spotlights. Win-win!

TIJDENS HET EVENEMENT:

- **Reclame-uitingen.** Dit is een klassiek idee, waar we allemaal wel bekend mee zijn. Ook online kun je dit inzetten. Denk aan banners, advertorials en logo's.
- **Gesponsorde talks en breakouts.** Net als fysieke evenementen, kun je ook sessies en paneldiscussies door sponsors laten verzorgen. Of creëer branded online break-out rooms.
- **Branded energizers.** Niet alleen sessies kun je laten sponsoren, energizers ook! Kies weer voor een branded setting of stuur vooraf producten op die aansluiten bij de energizer.
- **Goodieboxen.** Goodies zijn natuurlijk een bekende manier om sponsors in het zonnetje te zetten. Stuur een mooi brievenbuscadeau op of als je meerdere producten hebt, ga dan voor een goed gevulde goodiebox.

NA HET EVENEMENT:

- **Afterparty.** Organiseer voor VIP-gasten of eventueel voor iedereen een bijeenkomst na afloop van het evenement. Je kunt hiervoor ook een van de eerder genoemde ideeën gebruiken.
- **Aftercare mails.** Last but not least, stuur informatie over sponsors mee in mails. Als het goed is, stuur je sowieso nog wat mails na en zo sla je twee vliegen in één klap. Denk aan een winactie, een simpele logo of een aftermovie met beelden van sponsors.

VIER TIPS OM

SPONSOREN AAN TE TREKKEN

Met deze losse ideeën alleen kom je er misschien niet. Je moet zorgen dat jouw aanbod ontzettend interessant is voor de sponsors. Het gaat om meer dan alleen een logo laten zien. Je wilt het verhaal vertellen van een merk. Daarom is het ook belangrijk dat de sponsor aansluit bij jouw evenement. Om je hierbij te helpen hebben we daarom nog vier tips.

Tip 1: Realiseer je wat de waarde is van je evenement. Je hebt met jouw event zoveel waarde toe te voegen aan een merk. Omdat het online is, heb je enorm veel data en data is het nieuwe goud. Anders dan bij een offline evenement kun je bijvoorbeeld meten wat mensen precies bekijken en hoelang. Dat is waardevolle informatie voor een sponsor. Realiseer je dat!

Tip 2: Zorg voor een sponsorplan. Hierin beschrijf je voor jezelf hoeveel sponsoring je wilt binnenhalen, welke merken aansluiten en wat je die merken met jouw event precies kunt bieden.

Tip 3: Luister goed naar de sponsors en hun behoeftes. Voorkom dat je heel enthousiast jouw plannen vertelt aan de sponsor, zonder eerst goed te weten wat hun eigen doelen en behoeftes zijn. Daarom is het belangrijk om goed te luisteren. Waar lopen ze tegen aan? Wat zijn hun doelstellingen? Welke boodschap willen ze overbrengen? Ga echt in gesprek, zodat je het merk goed begrijpt en een passend voorstel kunt doen. Dit is vooral van belang voor als je grote sponsorbedragen wilt binnenhalen.

Tip 4: Verleng de zichtbaarheid. Zoals je in de lijst met acht ideeën al kon zien, hoeft sponsoring niet alleen tijdens het evenement plaats te vinden. Voor een sponsor is het heel waardevol als je het benadert als een campagne die al start voor het evenement en eindigt na het evenement.

We hopen dat je hiermee genoeg inspiratie hebt gekregen om mee aan de slag te gaan! Succes!

ACHT IDEEËN

Laten we beginnen met wat interessante ideeën, zodat je direct een goed beeld krijgt van wat er allemaal mogelijk is. We verdelen het in mogelijkheden die je voor, tijdens en na het evenement kunt inzetten.

VOOR HET EVENEMENT:

- **Social media posts.** Laat je volgers alvast kennismaken met de sponsors, geef een kijkje achter de schermen of geef iets weg.
- **Influencer marketing.** Je kunt influencers inzetten die een product of dienst van de sponsor onder de aandacht

Samira Salman en Melanie Westdijk zijn de oprichters van de Event Planner Academy. Via dit platform blijven organisatoren van zakelijke evenementen up-to-date van alle ontwikkelingen in de branche, kunnen zij werken aan hun skills en hun netwerk en innovatiekracht vergroten voor die succesvolle offline, online of hybride events. Kijk voor meer informatie op eventplanneracademy.nl.