|  |  |
| --- | --- |
| **C.02 ADVISEUR SPONSORING II** Functiefamilie: commercie | |
| **Context**  De functie is gepositioneerd binnen een sportbond die zich inzet voor (plm. 120) aangesloten verenigingen en (top)sporters (plm. 35.000) op het gebied van accommodatie, opleiding, promotie van de sport en sportontwikkeling (breedtesport). Daarnaast behartigt ze de belangen van de topsport ten behoeve van uitzendingen naar EK’s, WK’s en Olympische spelen. Binnen de bond zijn, naast een bestuur, ongeveer 15 medewerkers op het bondsbureau actief, aangevuld met veel vrijwilligers in commissies en werkgroepen.  De adviseur sponsoring is verantwoordelijk voor het genereren van middelen door sponsoring en commerciële samenwerkingen met partners. De adviseur sponsoring II is verantwoordelijk voor het werven en behouden van sponsors/partners voor de eigen organisatie, aangesloten (individuele) sporters en georganiseerde activiteiten. Grote sponsorcontracten worden door de directeur afgesloten en beheerd, voor contracten met kleine en middelgrote sponsoren voert de adviseur sponsoring II zelf de onderhandelingen en stelt hij, na goedkeuring, de contracten vast. | |
| **Doel**  Het werven en behouden van (kleine en middelgrote) sponsoren voor de eigen organisatie, aansloten (individuele) sporters en georganiseerde activiteiten. | |
| **Rapportagestructuur**  Direct leidinggevende: directeur  Geeft leiding aan: niet van toepassing | |
| **Resultaat/bijdrage** | **Resultaatindicatoren** |
| **1. Ontwikkeling sponsorplan**  Aansluitend op vastgestelde doelstellingen is uitwerking gegeven aan een sponsorplan dat als leidraad dient bij het werven en behouden van sponsoren. | - aansluitend op sponsorbeleid, doelstellingen, wensen en behoeften;  - onderbouwing, haalbaarheid plannen;  - acceptatie van plannen. |
| **2. Uitvoering marktonderzoek**  Naar aanleiding van uitgevoerd marktonderzoek is er inzicht in potentiële sponsoren dat de basis vormt voor acquisitie. | - juistheid en volledigheid analyse;  - inzicht in potentiële sponsoren. |
| **3. Acquisitie**  Aan de hand van uitkomsten van het marktonderzoek zijn potentiële sponsoren benaderd en op basis van informatievoorziening, proposities en creatie van win-win-situaties bewilligd om te sponsoren. | - aansluitend op sponsorplan, markonderzoek;  - aansprekendheid, effectiviteit van communicatie. |
| **4. Vaststelling sponsorcontracten**  Met nieuwe en bestaande sponsoren zijn (nieuwe) sponsorcontracten vastgesteld waarin afspraken zijn opgenomen over de vorm en omvang van sponsoring. | - realisatie conform sponsorplan, doelstellingen (omzet nieuwe/bestaande klanten);  - conform richtlijnen;  - beschikbaarheid, terugvindbaarheid contracten. |
| **5. Relatiebeheer**  Relaties met (potentiële) sponsoren zijn effectief onderhouden door het bezoeken c.q. uitnodigen van (potentiële) sponsoren en het evalueren van de uitvoering van verplichtingen zoals vastgelegd in de contracten. | - aard en frequentie contact;  - tevredenheid, levensduur sponsors. |
| **6. Organisatie sponsorbijeenkomsten**  Aansluitend op doelstellingen is bijgedragen aan de organisatie van bijeenkomsten en evenementen voor sponsoren/partners. | * bijdragen conform verwachting; * tijdigheid. |
| **Bezwarende werkomstandigheden**  - Geen bijzondere. | |