

Olympisk Partnerskab

Dansk Svømmeunion
Eliteklubleder-netværket
12. November, 2016

“Sponsorarbejde”



Tendenser

- Kæmpe medieudbud
 - Mange tv-vinduer
 - Sportskanaler
 - Internettet
- = Færre seertal, mindre oplagstal, etc.
- = Værdien af traditionelle sponsorprodukter, bander, logo på tøj, etc.

Konsekvens, Sport One Danmark

- Ny strategi
- Sanering af produkter
 - Minus rettigheder til slutrunder, håndbold (solgt til Dansk Håndbold Forbund)
 - Ophør af agentvirksomhed
 - Winners Club indgår i nyt koncept
- Salg og markedsføring af idrættens/ejernes egen værdi





Olympisk partnerskab

Den olympiske ånd

Vore verdensklasseatleter arbejder målrettet for at præstere på den mest eksponerede scene i verden – **de olympiske lege**.

- De olympiske lege forbindes med værdier som "excellence", "performance", "respect" og "unity"
- OL-ringene kendes af 93% af verdens voksne befolkning
- 70% anser virksomheder som associeres med OL-ringene som markedsledere

Vi vil samarbejde med dedikerede partnere, der på samme vis som os, søger at være førende på deres felt.

Danmark mod resten af verden

Olympisk Partnerskab

Viden, kompetencer og ambitioner i særklasse



Branding



Kunderne



Medarbejderne



Ledelsen

Deloitte støtter det danske
potentiale ved OL 2016.



Deloitte.

Olympisk Partnerskab Branding

Bliv associeret med atleterne og de olympiske værdier.



Vær go' ved dig selv

Morten Jørgensen,
Landsholdsroer, Guldfireren

TEAM DANMARK



nyd det gode



Olympisk Partnerskab Branding

Bliv associeret med Team Danmark og organisationens aura af "excellence" og "performance".

TEAM DANMARK

VI KÆMPER FOR GULD TIL DANMARK



Olympisk Partnerskab

Branding og produktudvikling

Vi udvikler produkter og ydelser i særklasse sammen med vore partnere i samarbejde med Team Danmarks eksperter.

- Fødevarer
- Sundhedstiltag
- Big Data



Olympisk Partnerskab Kunderne

Mød atleterne og eksperterne.

Mærk intensiteten og ambitionerne.

Vi etablerer unikke oplevelser bag kulissen.

Events afvikles både hos partnerne og ved sportsarrangementer landet rundt og i udlandet.

Fra Sportsgalla i Herning til OL i Rio.

Del det med jeres kunder.



Olympisk partnerskab

Medarbejderne

Vi etablerer kampagner i særklasse med fokus på sund livsstil, mental robusthed og work-life balance.

Vores digitale platform - e-lympic – er rygraden i kampagnerne og vi inddrager kontakt til eksperter, samt afvikling af events – eksempelvis Cooking classes, hvor kantinepersonalet hos partnerne inspireres af både diætister og atleter.

Bilka

Case: Bilkachef om Guldkurven

DANSK SUPERMARKED LEDER TRAINEE FORLØB

Lad dit talent for ledelse folde sig ud

PROGRAM

Vinderakademiet

For ledere, der vil skabe en sund vinderkultur i virksomheden

TEAM DANMARK & Adecco

Olympisk partnerskab Ledelsen

Vi bringer eliteidrættens stærke fokus på high performance og talentudvikling i spil over for ledere og medarbejdere hos vore partnere.

Indlæg fra vore eksperter, landstrænere samt nuværende og tidligere top-atleter og udviklingsforløb *integreres* i ledelses - og uddannelsesforløb hos vore partnere.

- High Performance
- Talentudvikling
- Olympic Master Class

DONG Energy Talent Programmes

DONG Energy offers three talent development programmes to strengthen the talent pipeline and meet the future skill requirements of the business by developing high potential employees.

LEADER DEVELOPMENT - Our partnership with Team Danmark, putting an emphasis on high performance of talent.

TALENT PROGRAMME	PURPOSE	TEAM DANMARK ACTIVITIES
Columbus	Prepare high potential for 2 levels higher	<ul style="list-style-type: none"> 1.5 Hours talk: Achieve Psychological resilience Balance ambition and work life
Apolo	Prepare for director level within 3 years	<p>Team Event: Half day visit to Brandby</p> <ul style="list-style-type: none"> Max Training Sport Psychologist Nutritionist <p>Follow up Visit: 2 Hours Coach to continue on basis of being your best self</p>
Galaxy	Prepare for Executive level within 3 years	<p>Values Workshop</p> <p>3 Hours with Sports Psychologist</p> <p>Team Event: Half day visit to Brandby</p> <ul style="list-style-type: none"> Max Training Sport Psychologist Nutritionist <p>Follow up Visit: 2 Hours Sports Psychologist to continue on basis of being your best self</p> <p>Personal Leadership</p>

Sponsorarbejde, organisering

1. Opret et udvalg
2. Beskriv opgaven
3. Udarbejd et sponsorkoncept
4. Find en formand
5. Lad formanden samle nogle gode folk omkring sig
6. Skyd genveje til salg



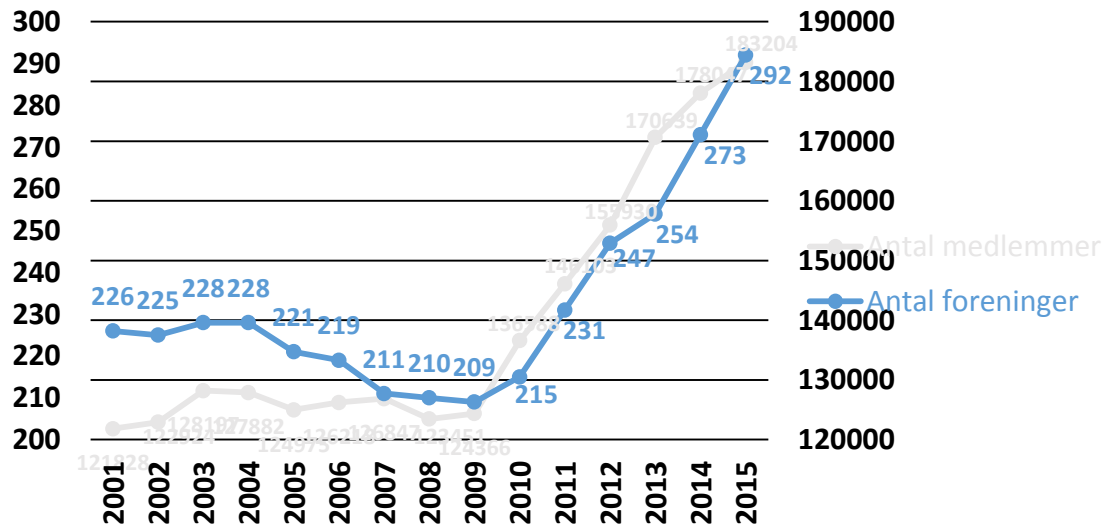
Sponsorkoncept, input

1. Forside
2. Svømning, generelt, kort (forslag følger)
3. Gentofte Svømmeklub, historie, medlemmer, organisering, aktiviteter, resultater
4. Ydelser, generelt
5. XX og Gentofte Svømmeklub.....
6. Levering af varen



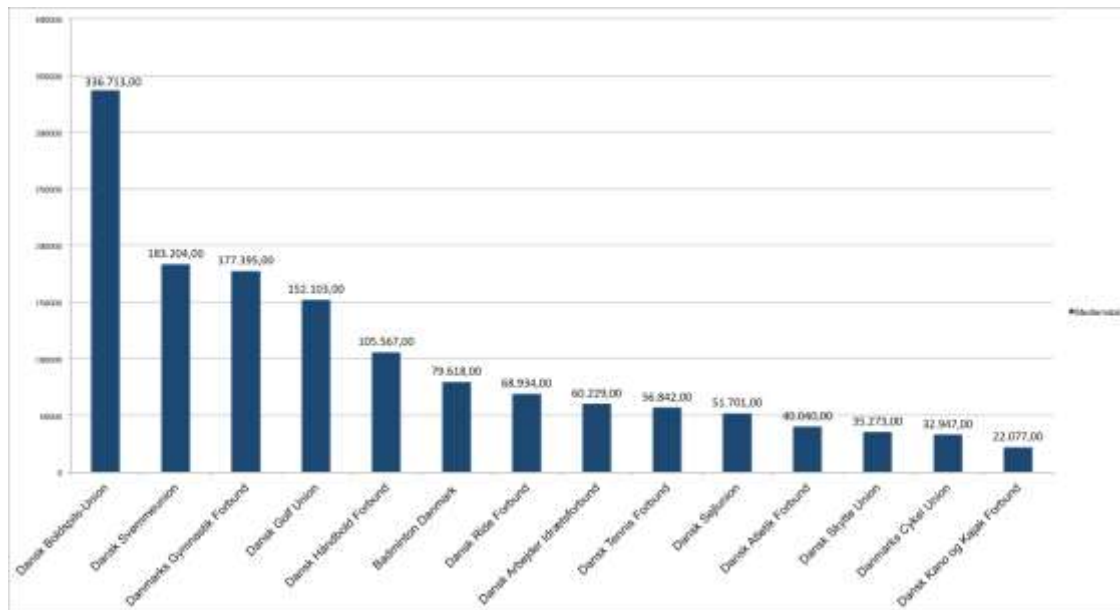
DANSK SVØMMEUNION

- er en del Danmarks Idrætsforbund (DIF) >1.900.000 medlemmer.
- er det næststørste specialforbund under DIF.
- har >292 medlemsklubber og >183.000 medlemmer.
- 4 sportslige sektioner (livredning, udspring, vandpolo, synkro).



DANSK SVØMMEUNION: - NÆSTSTØRSTE SPECIALFORBUND I DIF

15 største specialforbund i DIF



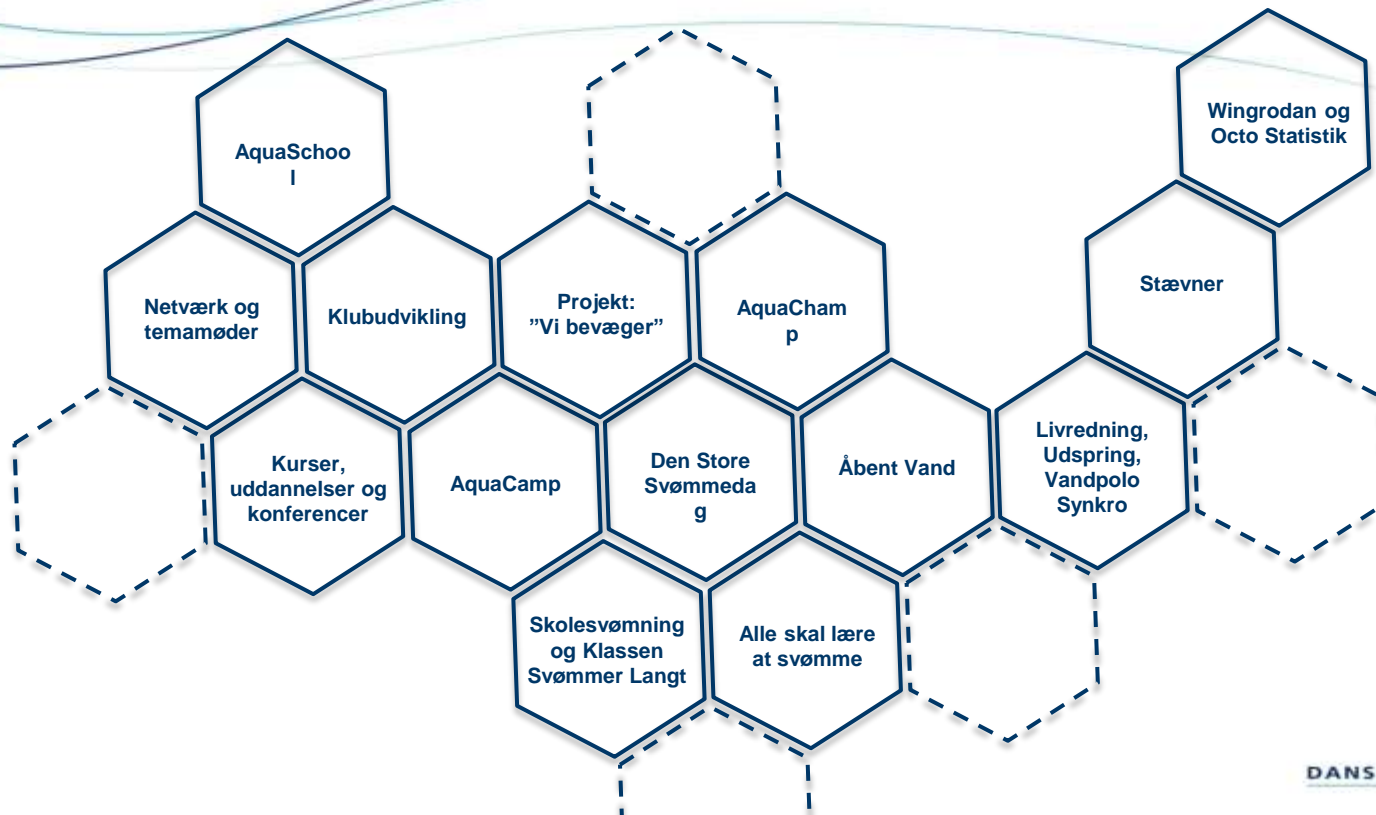
SPORTSLIG SUCCES

Medaljestatistik

OL, Rio, 2016: 1 guld, 1 bronze
EM langbane, London, 2016: 2 guld, 4 sølv, 1 bronze
VM langbane, Kazan, 2015: 2 sølv, 2 bronze
EM kortbane, Netanya, 2015: 3 sølv, 1 bronze
EM langbane, Berlin, 2014: 6 guld, 1 sølv, 2 bronze



UDSNIT AF SVØMs AKTIVITETER



Hvem sælge til?!

1. Svømning, generelt

1. Svømning og vand er udadskillelige.....(Aqua fresh)
2. Svømning er for hele familien
3. Vi svømmer langt.....OTA
4. Vi ved, hvad der skal til, når der skal præsteres på verdensklasseniveau.....
5. Vi lærer danskerne at svømme.... Sikkerhed/Falck/



DANSK SVØMMEUNION

Hvem sælge til?!

2. Udskil aktiviteter

1. Babysvømning.....børnemad/Stokke/Bleer
2. Ældresvømning.....ferie/fritid
3. De overvægtige..... Arla/Cheasy
4. Store Badedag.....Firma-/personalearrangement, inkl. grill, konkurrence beach party
5. Svømmeskoler.....lær at svømme i skoleferien
6. Maratonsvømning

Hvem sælge til?!

1. Modkøb
2. Virksomheder, der matcher
3. Personer med interesse og passion for svømning
4. Forældre (virksomheder, hvor de er ansatte). Selv købe, anbefale til chef eller deres netværk. Husk på at beløbene, der genereres, gavner deres børn
5. Tidligere svømmere/medlemmer, æresmedlemmer
6. Få taletid i den lokale Rotary-klub, etc. = Præsenter konceptet



**Skab et
netværk!**

