

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه
اسمان مراجعه کنید.

موضوع :

بازاریابی در ورزش بانوان و چالش ها

www.asebankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاهی
اسمان مراجعه کنید.

فهرست مطالب

- عنوان مقاله : بازاریابی در ورزش بانوان و چالش ها..... ۴
- چکیده مقاله: ۴
- واژه های کلیدی: ۵
- بازاریابی در ورزش بانوان و چالش ها ۶
- ☐ منبع چیست؟ ۷
- ☐ نیازها چیست و منابع آن کدام است؟ ۷
- ☐ منابع را از کجاها می توان پیدا کرد؟ ۸
- ☐ منابع مالی: ۸
- ☐ تأثیر مستقیم عوامل جانبی در بازاریابی ورزشی چیست؟ ۹
- ☐ تفاوت بازاریابی ورزشی از دیدگاه مدیریتی واجتماعی چیست ؟ ۱۰
- ☐ کمال مطلوب تلاش ها بازاریابی ورزشی چیست؟ ۱۰
- ☐ راه های جذب مخاطب چیست؟ ۱۰
- ☐ چه عوامل و نیروهایی در کار بازاریابی ورزشی دخالت دارند؟ ۱۱
- ☐ چگونگی رابطه بازاریابی و تکنولوژی ۱۲
- ☐ ضعف آموزش و نیروی متخصص ۱۳
- ☐ کار علمی و دید علمی چه اهمیتی دارند؟ ۱۳
- ☐ نقش رویداد های ورزشی برای جذب اسپانسر چیست ؟ ۱۴
- ☐ بیشترین درآمد ورزشی از کدام منبع تأمین می شود؟ ۱۴

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه
اسمان مراجعه کنید.

- چالش های بازاریابی ورزش بانوان چیست ؟ ۱۴
- ایده هایی چند و تجربیاتی از سازمان های ورزشی مختلف برای کسب در آمد ۱۸
- عوامل دیگری که باید در هنگام جستجوی منابع در آمد لحاظ شوند عبارتند از : ۱۹
- حمایت های مالی ۲۱
- زمینه کار ۲۲
- * برنامه ریزی ۲۲
- * بودجه و نقدینگی ۲۳
- * شناسایی نیاز های مالی ۲۳
- اگر از حمایت مالی بهره مند شوید چه چیزهایی به دست خواهد آمد ؟ ۲۴
- اگر از حمایت مالی بهره مند شوید چه چیزهایی به دست خواهد آمد ؟ ۲۴
- * پیشنهادهای آنها را بنویسید. ۲۴
- ارائه پیشنهاد های حمایت مالی ۲۶
- حفظ حمایت مالی ۲۶
- اعانات ۲۸
- اشارات مفید ۲۹
- نتیجه گیری ۳۲
- :: منابع برای مطالعه بیشتر ۳۳

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه‌های
آسمان مراجعه کنید.

عنوان مقاله : بازاریابی در ورزش بانوان و چالش ها

چکیده مقاله:

با شکل گیری بازیهای المپیک نوین فرصت های مناسبی برای پرداختن به ورزش های مدرن برای بانوان ایجاد شد. توسعه و گسترش سازمانهای ورزشی بین المللی ضرورت ایجاد جاذبه و فرصت برای پرداختن بانوان را امری ملموس و ضروری ساخت. منشور بین المللی المپیک تأکید ویژه به ایجاد فرصت های مناسب ورزشی برای خانمها و آقایان دارد.

ورزش می تواند وسیله ای مؤثر برای قدرت بخشیدن به دختران و زنانی باشد که به دلیل جنسیتشان در فرهنگهای مختلف از مشارکت و لذت بردن از ثمرات جسمانی، روانی و اجتماعی ناشی از ورزش محروم شده اند. بی شک برای توسعه و گسترش ورزش بانوان نیاز به منابع مالی می باشد.

یکی از مهمترین مهارتهای مدیران ورزشی شناسایی منابعی است که به حل مشکلات ورزش کمک می کند. این منابع شامل منابع انسانی و منابع مالی، منابع لوازم کار، منابع تسهیلاتی می باشد. هر سازمان ورزشی برای پیشبرد برنامه ها و پروژه های خود نیاز به حمایت مالی دارد؛ بخش مهم این منابع از محل منابع دولتی تأمین می گردد. درآمدهای دیگری نیز از سوی سازمان های بین المللی و درآمدهای بازاریابی، حق عضویت ها، اعانات، قابل حصول است. در این مقاله به طور خلاصه مباحث اصلی تأثیرگذار بر بازاریابی را مورد بحث قرار می دهیم.

بازاریابها برنامه‌هایی را در عرصه ورزش طراحی می‌کنند که بتوانند در مخاطبان‌شان اثر بگذارند و تعامل دو جانبه را برقرار کنند. از دیدگاه اجتماعی، بازاریابی ابزاری است که به وسیله افراد و گروه‌ها و از طریق تولید، عرضه و مبادله محصولات و خدمات ارزشمند می‌توان به آن چه مورد نظر است دست پیدا کرد. باید برای ارزیابی تصویری دقیق و مطلوب در اذهان اقداماتی که واکنش مطلوبی را از طرف مخاطبان دارد، مورد هدف قرار داد.

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه
آسمان مراجعه کنید.**

در بازاریابی ورزشی هم برخی صاحب نظران برای دستیابی به هدف‌ها مواردی مثل محصول، مکان، قیمت، ترویج و تبلیغات را مطرح می‌کنند که باید مورد توجه قرار بگیرند. کسانی که می‌خواهند در این زمینه فعالیت کنند باید سیستم‌های ارتباطی هدف بخش را حتما مورد توجه قرار دهند تا مدیریت بازاریابی برای دستیابی به هدف بهترین راه حل را مورد استفاده قرار دهند. نبود مدیریت علمی، یکی از ضعف‌های بازاریابی در ایران است. بخش بازاریابی ضعیف که علت آن نبود مدیریت علمی و نداشتن تعامل جهانی و منطقه‌ای است. اسپانسرها با دریافت برنامه مدون و تقویم منظم ورزشی از سوی فدراسیون‌ها می‌توانند اقدامات خود را گسترش دهند. کار علمی و دید علمی مساله بسیار مهمی است که در دنیای امروز ورزش باید به آن توجه کرد.

نتیجه گیری: در این مقاله به بررسی و تحلیل راهکارهای موفقیت در بازاریابی و درآمدزایی در ورزش پرداخته شده است. با تصویر شفافی از برنامه ریزی درآمدزایی آشنا می شوید. در مورد روش های منتخب خود برای ادامه کار، گزینش بهتری انجام خواهید داد.

واژه های کلیدی:

بازاریابی، زنان ورزشکار، درآمدزایی، منابع مالی

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه اسما مراجعه کنید.

بازاریابی در ورزش بانوان و چالش ها

ابتدا لازم می دانم برگزاری چهارمین دوره بازی های همبستگی ورزش زنان مسلمان را به ریاست محترم فدراسیون سرکار خانم هاشمی رفسنجانی و همکاران محترم تبریک بگویم و برای شرکت کنندگان درکنگره علمی واین دوره از بازیها آرزوی موفقیت دارم.

ورزش زنان در سده اخیر متحول گردیده و دیدگاه سنتی تغییر یافته و فرصت های بیشتری برای ورزش زنان فراهم شده است. ورزش بانوان در گذشته های دور به شکل ورزش های سنتی و بازیهای محلی وجود داشته است. با شکل گیری بازیهای المپیک نوین فرصت های مناسبی برای پرداختن به ورزش های مدرن برای بانوان ایجاد شد توسعه و گسترش سازمانهای ورزشی بین المللی ضرورت ایجاد جاذبه و فرصت برای پرداختن بانوان، امری ملموس و ضروری ساخت منشور کمیته بین المللی المپیک تأکید ویژه به ایجاد فرصت های مناسب ورزشی برای خانمها و آقایان دارد. همچنین فدراسیون های بین المللی که بخواهند از سوی کمیته بین المللی المپیک به رسمیت شناخته شوند نیز موظف هستند اساسنامه خود را مطابق منشور المپیک تطبیق دهند و اصل عدم تبعیض نژادی و جنسی و مذهب را رعایت کنند تا فرصت های برابری برای همه افراد به وجود آید. ورزش در فرهنگ و تمدن ایرانی و اسلامی یک ابزار آموزشی مؤثر برای رشد و پیشرفت شخصیت فردی و اجتماعی است و عامل مؤثری برای کسب سلامتی جسمی و روحی بشمار می آید. ورزش می تواند وسیله ای مؤثر برای قدرت بخشیدن به دختران و زنانی باشد که به دلیل جنسیتشان در فرهنگهای مختلف از مشارکت و لذت بردن از ثمرات جسمانی و روانی و اجتماعی ناشی از ورزش محروم شده اند . برنامه های ورزشی می تواند با مقابله با تفکرات غلط درباره شایستگی زنان به کاهش تبعیض و گسترش نقش زنان کمک کند. ورزش یک مدرسه زندگی ایده آل را مهیا می کند. مهارت ها و ارزشهای آموخته شده از ورزش به ویژه برای دختران مهم بوده و به آنان که فرصتهای

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه اسما مراجعه کنید.

کمتری نسبت به پسران برای فعالیتهای اجتماعی خارج از خانه دارند اجازه می دهد که مهارت ها و ارزش ها را در سطحی فراتر از خانواده ها فرا بگیرند. اطمینان از اینکه دختران دسترسی مساوی برای آموزش کیفی داشته باشند اساس توسعه محسوب می شود. زیرا توسعه پایدار مبنی بر توسعه انسان است . توسعه پایدار نیاز به آن دارد که بتوان برای تمامی اعضاء جامعه فرصتهای بیشتر و شرایط لازم برای زندگی سالم، طولانی تر و پر محتواتر را فراهم نمود. دراین راستا برنامه های ورزشی در جهت تأمین اهداف توسعه پایدار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و ثبات محیطی کمک می کند. بی شک برای توسعه و گسترش ورزش بانوان نیاز به منابع مالی می باشد.

منبع چیست؟

منبع عبارت از کمک یا حمایتی است که ما برای به دست آوردن چیزی از آن استفاده می کنیم. یکی از مهمترین مهارتهای مدیران ورزشی شناسایی منابعی است که به حل مشکلات ورزش کمک می کند. برای این کار لازم است نیاز ملی و منابع مورد نیاز سازمان ورزشی خود را فهرست نماییم.

نیازها چیست و منابع آن کدام است؟

نیازها و منابع شامل انسانی و مالی، لوازم کار و تسهیلات می باشد. منابع انسانی را برای نقش های مختلف مدیریت، سازماندهی، امور مالی، کارمند، ورزشکار، مربی، متخصص می توان از بین منابع ورزشی و علاقمندان جذب کرد. این منابع انسانی را برای کارآمد شدن سازمان ورزشی خود بایستی شناسایی کرد.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه‌های
اسمان مراجعه کنید.

منابع را از کجاها می توان پیدا کرد؟

مدارس، دانشگاهها، مؤسسات عمومی دولتی و غیردولتی از مکانهایی است که می توانند به ما در تأمین منابع موردنیاز انسانی کمک کنند. نیروهای داوطلب امروزه در ورزش دنیا کمک های بسیار مهمی را به توسعه و پیشرفت ورزش می کنند. چگونگی انتخاب، داشت و نگهداشت و حفظ نیروهای داوطلب بسیار مهم است.

منابع مالی:

هر سازمان ورزشی برای پیشبرد برنامه ها و پروژه های خودنیاز به حمایت مالی دارد؛ این حمایت ها موجب می شود تا سازمان ورزشی به آرمانهایش نایل شود. بخش مهم این منابع از محل منابع دولتی تأمین می گردد. درآمدهای دیگری نیز از سوی سازمان های بین المللی و درآمدهای بازاریابی، حق عضویت ها، اعانات، قابل حصول است.

امروزه بسیاری از سازمان های ورزشی برای تأمین منابع مالی موردنیاز خود به سوی شرکت هایی می روند که علاقمند هستند به صورت داوطلبانه و برای تبلیغ نام شرکت خودشان به ورزش کمک کنند. برای مراجعه به شرکت های حامی مالی برنامه های ورزشی، لازم است فهرست راهنمای زیر را برای جمع آوری غیرمستقیم کمک ها مدنظر قراردهیم:

- ☐ دلیل ارزشمندی برای این کار تعیین شده باشد.
- ☐ مدیر پروژه مشخص شده باشد.
- ☐ داوطلبان به تناسب برگزیده شده باشند.
- ☐ کمیته ها و رؤسای آنها (هرجاکه لازم باشد) تعیین شده باشند.
- ☐ برنامه های مقدماتی تبلیغات تدوین شده باشد.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاهی اسمان مراجعه کنید.

- ☐ هدف مالی برای این پروژه جمع آوری کمک مشخص شده باشد.
- ☐ برنامه هزینه کردن کمک های جمع آوری شده تدوین شده باشد.
- ☐ منابع مالی و انسانی شما تعیین شده باشد.
- ☐ بودجه پروژه تنظیم شده باشد.
- ☐ بازار موردنظر شما مشخص شده باشد.
- ☐ اینکه چه برنامه ای می خواهد اجرا شود و چه کارهایی ارائه می شود، مشخص شده باشد.
- ☐ زمان اجرای پروژه معین شده باشد.
- ☐ برنامه ارزشیابی و جمع بندی امور تدوین شده باشد.
- ☐ برنامه تقدیر از کسانی که کمک کرده اند تا کارهای شما به موفقیت بینجامد.
- ☐ برنامه جلسه ای برای ارزشیابی کل کار جمع آوری کمک ها تدوین شده باشد.
- ☐ مراسم اختتامیه ای برای تشکر از کارکنان به خاطر زحماتشان پیش بینی شده باشد.

تأثیر مستقیم عوامل جانبی در بازاریابی ورزشی چیست؟

زمینه های مختلفی اعم از عرضه کالا، خدمات، تجربه، رویداد ورزشی، شخص ورزشکار، سازمان، اطلاعات و دیدگاه خلاق در حیطه گستره بازاریابی ورزشی وجود دارد.

بازاریاب ها برنامه هایی را در عرصه ورزش طراحی می کنند که بتوانند در مخاطبان شان اثر بگذارند و تعامل دو جانبه را برقرار کنند. دیدگاه های گسترش یافته بازاریاب ها باعث می شود که در ارایه محصولات به مهارت هایی دست یابند و تقاضاهای پرکششی را ایجاد کنند و یا با تقاضاهای رو به کاهش مقابله کنند.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه‌های
اسمان مراجعه کنید.

تفاوت بازاریابی ورزشی از دیدگاه مدیریتی و اجتماعی چیست ؟

از دیدگاه اجتماعی، بازاریابی ابزاری است که به وسیله افراد و گروه‌ها و از طریق تولید، عرضه و مبادله محصولات و خدمات ارزشمند می‌توان به آن چه که مورد نظر است دست پیدا کرد.
از دیدگاه مدیریتی در واقع هنر عرضه محصولات، خدمات، شناخت و درک مشتری است.

کمال مطلوب تلاش‌ها بازاریابی ورزشی چیست؟

این است که به جذب هرچه بیشتر مخاطب و مشتری بینجامد و برای رویدادهای ورزشی خریدار و اسپانسر جذب کنیم.

یکی از شیوه‌های این کار ایجاد نام تجاری برای رویداد یا سازمان ورزشی است زیرا آرم رویداد یا سازمان ورزشی مثل پنج حلقه المپیک جلب مشتری و حامیان مالی می‌کند.

راه‌های جذب مخاطب چیست؟

برای ارایه تصویری دقیق و مطلوب در اذهان، اقداماتی که واکنش مطلوبی را از طرف مخاطبان دارد، باید مورد هدف قرار داد.

تبلیغات از طریق روزنامه، مجله، تلویزیون، اینترنت، پست، تابلوی اعلانات، خبرنامه، لوح فشرده و نوع لباس ورزشکار که در بسیاری از رسانه‌ها به عنوان کانال‌های بازاریابی مطرح می‌شوند. استفاده از این کانال‌ها تأثیر بسیار مثبتی در بازاریابی ورزشی دارد.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاهی اسمان مراجعه کنید.

چه عوامل و نیروهایی در کار بازاریابی ورزشی دخالت دارند؟

به طور کلی محیط از بخش‌های گسترده‌ای تشکیل می‌شود که بازاریابی ورزشی یکی از آنها است. در بازاریابی ورزشی هم برخی صاحب نظران مک کارتی آمیزه بازاریابی (Marketing Mix) را چهار p یا ابزار اصلی: محصول (Product)، مکان (place)، قیمت (price)، ترویج و تبلیغات (promotion) را مطرح می‌کنند که باید مورد توجه قرار گیرند.

برخی از صاحب نظران دیگر (رابرت لوتربورن) در مقابل چهار p، چهار c را طرح می‌کند که عبارت است از:

راه حل مورد نظر مشتری (customer solution)، هزینه مشتری (customer cost)، راحتی (convenience) و ارتباط (communication) کسانی که می‌خواهند در این زمینه فعالیت کنند باید سیستم‌های ارتباطی هدفمند را حتما مورد توجه قرار دهند تا مدیریت بازاریابی برای دستیابی به هدف بهترین راه حل را مورد استفاده قرار دهد.

چهار P: چهار C:

محصول راه حل مورد نظر مشتری

قیمت هزینه مشتری

مکان راحتی

ترویج سیستم ارتباطی

در کار بازاریابی ورزشی، افراد مختلفی حضور دارند، از جمله نیروها و عواملی که ارائه خدمات می‌کنند، شرکت‌های عرضه کننده مواد اولیه بخش ارتباطات و گروه عرضه کننده و واسطه‌ها.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه ایسمان مراجعه کنید.

شایان ذکر است بازاریابی ورزشی ایران از قابلیت های زیادی برخوردار است اما هنوز به سطح مورد نظر نرسیده است. جامعه ۷۰ میلیونی ایران نیازهای مختلفی دارد مثل البسه ورزشی، محصولات ورزشی، آمادگی جسمانی برای گروه های سنی مختلف و اوقات فراغت که بازار بزرگی برای بخش ورزش محسوب می شود و باید به آن توجه کرد. چیزی که به ذهن می رسد این مساله است که ما برای برخی رویدادها و اعزام تیم ها دچار مشکل هستیم اما بازاریابی بخش وسیع تری است که ما هنوز به شاخص های مورد نظر نرسیده ایم و باید کار گسترده ای را انجام دهیم که این کار نیازمند نیروهای متخصص، شرکت های تخصصی و بازار کار است.

چگونگی رابطه بازاریابی و تکنولوژی

تکنولوژی و ارائه کیفیت مطلوب محصول یا خدمت نقش مهمی در بازاریابی دارد، تا زمانی که نیاز به ابزارها درک نشود بازاریابی موفق ارائه نخواهد شد. شرکت های بزرگ تولیدی و خدماتی تلاش می کنند خود را به تکنولوژی روز و ارائه کیفیت برتر مجهز کنند، از اینرو شرکت های بزرگ تولیدی مانند: Nike , addidas , puma Techno Gym, و... با ارائه کیفیت مطلوب و استانداردهای بین المللی بازارهای جهانی را تسخیر کرده اند.

و بسیاری از شرکت های تولیدی تخصصی در دنیا شکل گرفته است این شرکت ها در رشته های مختلف ورزشی وسایل و تجهیزات مدرنی ابداع و ارائه می کنند. اگر ما بخواهیم در سطح جهانی مطرح شویم باید دانش خود را بالا ببریم. کشور ژاپن با استفاده از دانش خود با فدراسیون های بین المللی وارد مذاکره شده تا تشک های کشتی و ورزش های رزمی را به صورت استاندارد تهیه کند و با این کار یک پروژه بلند مدت را در دست خود گرفت. ما هم باید مثل ژاپن دانش فنی خود را بالا ببریم تا تولیدمان افزایش پیدا

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه‌های
آسمان مراجعه کنید.

کند و وارد بازار جهانی شویم. البته در این زمینه ها توفیقاتی نیز داشته ایم. (تولید تشک های جودو و
تکواندو)

ضعف آموزش و نیروی متخصص

ضعف آموزش، نبود نیروی متخصص و مدیریت علمی و نداشتن تعامل جهانی و منطقه‌ای از مشکلات
اصلی علم بازاریابی ورزشی است به همین خاطر کشور ما فاصله زیادی با کشورهای غربی دارد؛ ما پتانسیل
بہتر شدن را داریم و کشورمان از نظر نیروی بالقوه مالی و انسانی غنی است .

کار علمی و دید علمی چه اهمیتی دارند؟

کار علمی و دید علمی مساله بسیار مهمی است که در دنیای امروز ورزش باید به آن توجه کرد. از طرف
دیگر مدیریت علمی، انگیزه، برنامه‌ریزی صحیح و تقویم مدون با هماهنگی کنفدراسیون آسیا و
فدراسیون‌های جهانی باعث می‌شود که بتوانیم در بازاریابی ورزشی موفق عمل کنیم. باید اندیشه مدیریتی
خود را عوض کنیم. رونق بازاریابی ورزشی به نفع ورزشکاران است، موضوع حضور اسپانسرها بسیار مهم
است، چرا که هم از نظر مالی برای ورزشکار مناسب است و هم تبلیغی برای شرکت حامی مالی می‌شود.
در کشور ما بحث بازاریابی ورزشی خیلی با کشورهای پیشرفته فرق می‌کند. در ایران این مساله هنوز جا
نیفتاده و بین همه ورزشکاران رواج ندارد.

پخش مسابقات ورزشی بازتاب بسیاری دارد. وقتی یک اسپانسر پولی خرج می‌کند انتظار دارد این مبلغ
بازگشتی هم داشته باشد. این موضوع باعث می‌شود که ورزشکاران عامل محرکی برای فعالیت‌های ورزشی
داشته باشند.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه ایسمان مراجعه کنید.

نقش رویداد های ورزشی برای جذب اسپانسر چیست ؟

ما باید برنامه زمان بندی مدونی داشته باشیم. فدراسیون یا سازمان ورزشی موظف به ارایه برنامه هستند، مطمئن باشید اسپانسر ها با دریافت برنامه مدون و تقویم منظم ورزشی از سوی سازمان یا فدراسیون ها می توانند اقدامات خود را گسترش دهند، به همین دلیل به سازمان های ورزشی و فدراسیون های قوی تری نیاز داریم.

بیشترین درآمد ورزشی از کدام منبع تأمین می شود؟

در حال حاضر بیشترین درآمد در کشورهای اروپایی از جذب اسپانسر ها است، حتی بازیکنانی که از لحاظ فنی در سطح بالایی نباشند به خاطر مسایل بازاریابی حداقل ۲۰ دقیقه در زمین بازی می کنند. برای مثال تمام بازی های تیم رئال مادرید پیش فروش می شود و تبلیغات سرسام آوری نیز انجام می شود. در کشور ما این موضوع زیاد مورد توجه نیست، چون اسپانسر های مطرح با سفر به ایران درمی یابند کمتر بامسئول کاردان و متخصصی روبرو می شوند.

در درجه اول باید مدیران با برنامه باشند. مهمترین درآمد ورزش از پخش تلویزیونی بازی ها است که متأسفانه ورزش از این امکان و برنامه کمتر برخوردار می شود.

برای تقویت بخش بازاریابی ورزش باید تیم های پایه را هم تقویت کرد تا بازیکنان آینده سازی را پرورش دهند و از این طریق هم تیم ها کسب درآمد کنند و علاوه بر این لباس، پلاکارد، پرچم و تیم ها هم به فروش برسد.

چالش های بازاریابی ورزش بانوان چیست ؟

چالش های بازاریابی ورزش بانوان و تامین منابع مالی جهت فعالیت های ورزشی بانوان همانند مشکلات و چالش های سایر بخش ها و سازمان های ورزشی است به علاوه در این زمینه مشکلات پخش تلویزیونی

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاهي
اسمان مراجعه کنید.**

بیشتری وجود دارد اما به نظر میرسد مشکل برنامه ریزی، هدف گذاری، نبود تقویم مشخص، اقدام به موقع، ارائه دلیل ارزشمندی برای جذب حامیان مالی، تعیین مدیر و عوامل اجرایی واجد شرایط، تدوین برنامه تبلیغات تقدیر از حامیان و... از مسائل اصلی باشد.

به هر حال بسیاری از باشگاه ها و سازمان های ورزشی بدون کمک مالی قادر به ادامه حیات نیستند. برای تضمین آینده ای روشن و موفق برای باشگاه و یا سازمان ورزشی خود باید "زبان درآمدزایی" را دانست، بیشتر باشگاه ها نیاز به یافتن منابع مالی اضافه دارند و با شرایط دشواری روبرو هستند. رقابت برای پول از هر زمان دیگری فشرده تر شده است. دیگر نمی توان تنها به امید سرازیر شدن پول و کمک های دولت نشست. باشگاه ها یا سازمان های ورزشی باید به تدوین سیاست درآمدزایی خود بپردازند، سیاستی در جهت متقاعد کردن تامین کنندگان منابع مالی یعنی مردم، حمایت کنندگان مالی (اسپانسر ها) و موسساتی که پول های اهدایی را هدایت می کنند. آنها باید بدانند که سازمان شما سازمانی کارآمد و با ارزش است که از منابع مالی خود عاقلانه بهره برداری می نماید. در این راستا باید باشگاه و یا رویداد را همانند یک کالای تولیدی به علاقمند عرضه نمود. بایستی توجه داشت، درآمدزایی هنر جذب درآمد مورد نیاز برای پروژه های خاص یا فعالیت های یک سازمان ورزشی است. قبل از برداشتن اولین قدم در جهت درآمدزایی باید محل مصرف هر مبلغی روشن شود لازم است هدف یا فعالیت مشخصی را در نظر داشت. اعضای سازمان ورزشی در صورتی که ندانند برای چه هدفی کار می کنند علاقه ای، به تخصیص وقت آزاد خود نخواهد داشت، حامیان مالی صرفاً به خاطر آنکه شما می گوئید به پول بیشتری نیاز دارید کمک مالی نخواهند کرد.

بنابراین، لازم است اعلام کنید که برای چه مقصود خاصی به پول نیاز دارید- برای تجهیز باشگاه، ساختن مهد کودک، خرید لباس فرم، اعزام به خارج از کشور یا به منظور تلاش در راه موفقیت در مسابقات خاص، لازم است افراد را مجاب کنید که دلیل شما ارزشمند است.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه اسما مراجعه کنید.

با دقت خلاصه مواردی را که برای آنها نیاز به سرمایه گذاری دارید فهرست کنید در اینصورت به سازمان ورزشی خود نیز کمک کرده اید تا اهم برنامه های خود را مشخص کند و برنامه های درآمدزایی خود را حول همان محور تدوین کند .

اگر قصد داشته باشید در رقابت های بین المللی خارج از کشور شرکت کنید ، به چندین میلیون تومان اعتبار نیاز دارید که باید در جستجوی شرکا و حمایت کنندگان مالی (اسپانسرها) باشید و لذا باید آماده باشید تا جزییات پیشنهادات های خود را تنظیم کنید.

اگر فقط بخواهید برای تیم ورزشی زیر هشت سال خود لباس فرم بخرید ، بهترین کار آن خواهد بود که از یکی از تجار محلی کمک بخواهید و یا والدین بازیکنان را در جایی گرد هم آورید تا به حراج وسایل دست دوم یا امثال آن اقدام کنند.

□ برای کسب منابع مالی چه راهبردهایی را دنبال کنیم؟

۱- تعیین اهداف

مقاصدی را هدف قرار دهید که به شما کمک کند تا به کار جان تازه ای بخشیده و آن را با قوت بیشتر انجام داده و موجب تسهیل در نزدیکی به اعضای جامعه شود.

۲- تهیه طرح هایی با دامنه وسیع

چگونه می خواهید به اهداف خود دست یابید؟

چگونه می توانید به سازمان یا باشگاه خود در دراز مدت کمک کنید؟

۳- تهیه برنامه و بودجه مورد نیاز

چقدر پول احتیاج خواهید داشت ؟

۴- ارزیابی منابعی که در اختیار دارید؟

(انسانی ، اموال ، پول ، تعهدات)

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه اسما مراجعه کنید.

۵- توسعه استراتژی

چگونه به کسب درآمد های لازمه خواهید پرداخت ؟

مجموعه ای از این اقدام ها را در دوره های زمانی مناسب انجام دهید.

جذب درآمد یا درآمد زایان

جذب کننده درآمد، فرد و یا کمیتته ای است که تصمیم می گیرد چگونه درآمدها، برای طرح ها و

برنامه های مختلف جمع آوری شوند. به منظور انجام چنین امری باید بدانند:

۱ - چگونه مردم را درباره عملکرد و فواید سازمان یا باشگاه شما آگاهی دهند.

۲ - چگونه گروه های بالقوه اعانه دهنده را شناسایی کنند.

۳ - چگونه در سریع ترین شکل ممکن پاسخ بگیرند.

عوامل دخیل در کسب درآمد موفق

با چند اقدام ساده می توانند کمک کنند تا چالش درآمدزایی به آسانی و موفقیت به انجام برسد.

۱ - فشار بار کار را تقسیم کنید.

۲ - سعی نکنید از خودتان قهرمان بسازید و همه کارها را شخصا انجام دهید.

۳ - کار را بردوش معدودی از افراد همیشگی نیندازید.

۴ - اطمینان حاصل نمایید که افراد دست اندرکاران این چالش، درک صحیحی از پروژه داشته و متعهد

به انجام آن هستند .

۵ - شیوه هایی از درآمدزایی را انتخاب کنید که با آنچه می خواهید انجام دهید مرتبط باشد.

۶ - زمان ، پول و تلاش خود را صرف پروژه هایی نکنید که بزرگنما و فراترازمنابع باشگاه باشند و یا

احتمال سوددهی نداشته باشند و یا آنقدر کوچک باشند که به مقصود مطلوب نرسند.

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه
اسمان مراجعه کنید.**

۷ - از اشتباهات دیگران سرمشق بگیرید. بدون اینکه در نظر بگیرید مرتکب چه اشتباهی می شوید ، بدانید کسی قبل از شما مرتکب آن شده است.

۸ - در مورد طرح ها و پروژه ها تفحص کنید و به ارزیابی " آنچه جواب می دهد در برابر آنچه جواب نمی دهد " بپردازید.

۹ - بودجه برای درآمد هزینه ها و منافع، اطمینان حاصل کنید که کلیه مخارج پروژه در بودجه لحاظ شده است.

۱۰- درآمدزایی را به صورت کاری مفرح در آورید. این امر باید یک چالش باشد، نه کاری سخت و طاقت فرسا.

۱۱- با دیگر باشگاه ها و یا گروه ها ادغام شوید تا منافع مربوطه نظیر نیروی انسانی ، تسهیلات و رموز کار را با استفاده از موردهای مشابه به حداکثر برسانید.

۱۲- درآمدزایی را به صورتی در آورید که اعضای باشگاه را به یکدیگر بیشتر پیوند دهد نه اینکه صرفاً بر پول سازی متمرکز باشد.

۱۳- براساس برنامه زمانبندی شده کار کنید.

به یاد داشته باشید که کار سخت اجر خود را دارد.

درآمدزایی معنایی فرا تر از پول به دست آوردن دارد. مثال هایی برای نشان دادن درآمدزایی اموری است نظیر پرکردن بطری ها ، تمیز کردن خودروها و فروش تنقلات .

ایده هایی چند و تجربیاتی از سازمان های ورزشی مختلف برای کسب در آمد

۱- برگزاری جشنواره های فرهنگی و هنری

۲- مهمانی های ساندویچ خوری

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه اسما مراجعه کنید.

۳- ملاقات با مشاهیر

۴- ترتیب برنامه نمایش فیلم و فروش بلیط

۵- برگزاری مسابقات جذاب

۶- اهدای یادبود

۷- فروش دفترچه تلفن

۸- مسابقه خدمات نظافت (پاک سازی محیط , شستشوی اتومبیل...)

۹- مراسم قرعه کشی و بخت آزمایی

۱۰- قایق سواری و اتومبیل رانی

۱۱- راهپیمایی با حمایت مالی سازمان ها و نهاد ها

تنها محدودیت ممکن برای برخی از روشهایی که یک باشگاه یا سازمان ورزش می تواند درآمدزایی کند تصورات ذهنی مسئولان آن است.

دراین خصوص سازمان ورزشی موفق است که دامنه ای از گزینه های متنوع و ممکن را برای درآمدزایی طراحی و برای هریک از آنها به نحو خاص برنامه ریزی و آنها را سازمان دهی کند. بدون آگاهی برای کمک به برنامه موردنیاز و عدم قطعیت درباره علل آن، عموم مردم را از مشارکت سرمایه هایشان مایوس می کند.

هنگامی که دست اندرکاران امر درآمدزایی را آگاه می کنید، تأکید کنید که حاصل و منافع تلاش آنها برای افراد جامعه و اهدا کنندگان و باشگاه تا کجاست .

عوامل دیگری که باید در هنگام جستجوی منابع درآمد لحاظ شوند عبارتند از :

۱- اعانه دهندگان بالقوه خود را بشناسید:

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاهی
اسمان مراجعه کنید.**

✱ مخاطبان مشتاق – اعضای شما

✱ افرادی که به صورت غیر مستقیم با باشگاه ارتباط دارند- خانواده های دوستان

✱ جامعه – شهروندان ، همشهری ها ، هموطنان

✱ از طریق سپرده گذاری های انسان دوستانه

۲- بدانید که اعانه دهندگان بالقوه در کجا قابل دسترس هستند.

۳- دلیلی برای ترغیب پاسخ مثبت "پرداخت کننده داشته باشید و برای قانع کردن افراد به دادن اعانات
براین دلایل بیشتر تأکید کنید.

۴- یک تیم از داوطلبان آموزش دیده در اختیار داشته باشید.

۵- درانتظارات و توقعات خود واقع نگر باشید . تنها در حدود ۱۰٪ جامعه میل و گرایش به دادن اعانات
برای فعالیت های در آمدزایی آن سازمان یا باشگاه دارند.

۶- همیشه آمادگی در خواست داشته باشید. اگر درخواست نکنید و نخواهید، چیزی دریافت نخواهید
کرد.

۷- به تشریک مساعی و طرح ریزی در عملیات خود بپردازید.

۸- اگر نیازمند مبلغی قابل توجه هستید ، شاید ارزش کمی صبر داشته باشد، تا معدودی از اعانه دهندگان
عمده را ، حتی الامکان از طریق حمایت کنندگان مالی بیابید و اگر می کوشید میلیونها تومان درآمد
برای سازمان خود داشته باشید هرگز به کم بسنده نکنید. چرا که اعضای شما قبل از اینکه کار شما به
نتیجه برسد بازنشسته شده اند.

۹- از شرایط قانونی خود برای کسب درآمد و کمک برای باشگاه یا سازمان خود آگاه باشید.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه اسمان مراجعه کنید.

حمایت های مالی

حمایت مالی معامله ای تجاری و دو طرفه است به نحوی که طرفین قرارداد از آن منتفع شوند . به عبارت دیگر ، توافق یا معاهده ای است که شرایط آن کاملاً ویژه بوده و به هردو طرف باید بها داده شود. امروزه دیگر برای هیچ باشگاه یا سازمانی پذیرفته نیست که به سراغ شرکتی رفته و برای موردی بدون آن که سودی در قبال آن داشته باشد ، تقاضایی بکند. اگر هم چنین تلاشی بکنید فوراً در خروجی رابه شما نشان خواهند داد.

همواره صدها گروه و فرد در جستجوی مبالغ حاصله از حمایت های مالی در هر زمان ممکن هستند . بنابراین، درخواست های بسیار متعددی برای حمایت های مالی از حمایت کنندگان مالی بالقوه وجود دارد.

چنانچه پیشنهاد خود را به صورت از پیش آماده و رسمی ارائه کنید ، اقبال شما در حفظ حمایت کنندگان مالی بهتر خواهد بود.

عموماً یک باشگاه در جستجوی محل هزینه تجهیزات یا کالاهای خاص و منابع است. در عوض حمایت کننده مالی انتظار شراکت و یا در معرض گذاردن نام و نشان خود را دارد تا به تبلیغ نام و مارک تجاری ترغیب مردم به خرید محصولات آنان بینجامد.

اغلب هزینه ای که صرف حمایت مالی می شود از محل تبلیغات یا بودجه روابط عمومی است. بنابراین ، آماده باشید تا حمایت کننده را قانع کند که هزینه برای درج علامت شرکت بر روی پیراهن های ورزشکاران شما بهتر از پول خرج کردن برای تبلیغات در روزنامه های محلی ، رادیو و تلویزیون است.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه اسما مراجعه کنید.

زمینه کار

پیش از راه اندازی طرح جذب حامیان مالی، عاقلانه است تا کلیه اعضای باشگاه را گرد هم آورده و درباره مسیرهای انتخابی بحث کنیم. این امر دو مزیت دارد:

- ۱- همه باشگاه را در اجرای برنامه حمایت مالی درگیر می کند .
 - ۲- به مسئولان فرصت می دهد تا توضیح دهند اصولا چرا به این پول ها نیاز است.
 - ۳- برای مسئولان ، این زمینه مطمئن و ارزشمندی است. اعضا باید ترغیب شوند تا آنجا که می خواهند سؤال های پیچیده بپرسند.
 - ۴- به هر حال این از کارهایی است که حمایت کنندگان مالی بالقوه خواهند کرد. اگر در متقاعد کردن اعضای خود ناموفق باشید در مواجهه با حمایت کنندگان مالی بالقوه نیز جای امیدی نخواهد بود.
 - ۵- در مرحله بعد، جمع را برای ایجاد جنبش های فکری به گروه های کوچک تقسیم کنید .
 - ۶- از آنها بخواهید با ایده های نو باز گردهم آیند.
 - ۷- به جای ائتلاف وقت با جزییات، به چشم انداز های بزرگتری بیندیشند.
 - ۸- اطمینان حاصل کنید که اعضا از نکات کلیدی ذیل پیش از تشکیل گروه آگاه هستند.
- شما می توانید فهرست زیر را برای ایشان تدارک ببینید:

*برنامه ریزی

باشگاه باید در مورد محصولی که می تواند به حمایت کننده مالی خود اعطا کند، شفاف باشد. چنانچه حق استفاده از نام در رویدادهای عمده (مانند یک تورنمنت) اعطا می شود، باید بتوانند حمایت کننده مالی نمونه هایی از رخدادهای پیشین که به خوبی اداره شده و پوشش رسانه ای و مواردی از این

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه اسمان مراجعه کنید.

قبیل را داشته است معرفی کنید، رویدادی که مدیریت ضعیف دارد تأثیر بدی بر حمایت کننده مالی خواهد داشت.

***بودجه و نقدینگی**

ارزیابی دقیق از درآمد و هزینه ها امری ضروری و حیاتی است .

***شناسایی نیاز های مالی**

بهترین راه کسب درآمد چیست ؟

اگر پاسخ دریافتن حمایت کنندگان مالی است به چه شکلی ؟

به عنوان مثال ، ممکن است برای گسترش فضای باشگاهی پول لازم داشته باشید. در این صورت ، شاید بهترین شکل دریافت حمایت مالی تامین مصالح ساختمانی به قیمت خرید باشد .

*عواید و فواید ممکن درمورد هر حمایت کننده مالی را بشناسید .

از اعضای باشگاه بخواهید در جلسات بعدی این مورد را در نظر بگیرند. بحث چنین موضوعاتی در این مرحله ممکن است توجه را از مواردی که در اولویت هستند منحرف نماید.

*ارزش حمایت مالی را برای حمایت کننده مالی مشخص کنید.

دقیق و روشن بگویید، باشگاه چه میزان تبلیغات را می تواند در اختیار حمایت مالی قرار دهد، تا توسعه یابد.

- حمایت مالی برای شرکت در رقابت های بین المللی، تبلیغاتی در سطح بین المللی دارد.

- حمایت مالی از لیگ سراسری تبلیغاتی در سطح ملی است.

- حمایت مالی از مسابقاتی در سطح شهرستان دایرة تبلیغاتی کوچک تری است.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه اسمان مراجعه کنید.

فروش مستقیم محصولات حمایت کنندگان مالی به اعضا را در نظر داشته باشید.

کالاهای تبلیغاتی که نام حمایت کننده بر آن درج شده باشد یا برنامه های باشگاه یا تجهیزات آن و همچنین ارزش پوشش رسانه ای تضمین شده همه اینها باید با دقت ارزش گذاری شوند.

*فوائد حمایت مالی را برای باشگاه مشخص نمایید.

اگر از حمایت مالی بهره مند شوید چه چیزهایی به دست خواهد آمد ؟

*حمایت کننده مالی بالقوه را شناسایی کنید.

اگر از حمایت مالی بهره مند شوید چه چیزهایی به دست خواهد آمد ؟

*درمورد اینکه آیا بیش از یک حمایت کننده مالی مورد نیاز است و یا اینکه یک حمایت کننده مالی عمده و یا چند مورد جزئی را باید جستجو کرد به مباحثه بنشینید.

اگر تنها یک مورد انتخاب شده است ، باید بدانند که این حمایت کننده به دلایل ویژه ای انتخاب شده و تعیین زود هنگام سهم آنان موجب امتنان خواهد بود .

***پیشنها د ها را بنویسید.**

- ارائه پیشنهاد و پیگیری بسیار مهم است.

آماده سازی پیشنهاد برای حمایت مالی

پیشنهاد شما به یکی از صورت های زیر ارائه می شود:

• کتبی

• شفاهی همراه با پیشنهاد کتبی

• در قالب نوارویدئویی یا CD

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه
اسمان مراجعه کنید.**

اولین اقدام شما آن است که کسی را که باید پیشنهاد خود را به او ارسال کنید و نام و نشانی وی را به درستی ثبت کنید . تعیین قرار ملاقاتی برای اینکه پیشنهادتان را شخصاً عرضه نمایید.
از ضوابط تأمین حمایت مالی شرکت آگاهی پیدا کنید.

- قصد ایشان از حمایت مالی چیست؟

- چه هنگام به تقسیم بودجه و اختصاص پول برای حمایت مالی اقدام می کنند؟

هنگامی که کلیه مراحل آماده سازی تکمیل شد، اطمینان حاصل کنید که پیشنهاد شما تمام اطلاعات زیر را دربردارد :

۱- آنچه می خواهید

۲- فواید و عواید حمایت کننده مالی

۳- فواید حاصله برای باشگاه

۴- آنچه شما اعطا خواهید کرد

۵- جزئیات برنامه

۶- سابقه بودجه

۷- اهداف آتی باشگاه

۸- اطلاعات دیگری نظیر گزارش سالیانه ، اظهار نامه مالی، جزوات حاوی آمار جمعیتی مخاطبین پیش بینی شده شما ، پوشش مطبوعاتی و غیره را نیز براین فهرست بیفزایید.

۹- برخی شرکت ها می خواهند ابتدا پیشنهاد را بدانند و بعداً به جزئیات بپردازند.

۱۰- برخی دیگر دوست دارند براساس آنچه پیشنهاد شده عمل کنند . از هر کدام از این شیوه ها قبل از مرتب کردن اطلاعات خود طی تماس با حمایت کنندگان مالی بالقوه آگاه شوید.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه‌های
اسمان مراجعه کنید.

ارائه پیشنهاد های حمایت مالی

- ۱- همیشه پیشنهاد های خود را تایپ کنید.
 - ۲- مراقب طرح و ترتیب موارد باشید.
 - ۳- اطلاعات خود را درست و دقیق معرفی کنید.
 - ۴- هنگامی که پیشنهاد های خود را ارائه می کنید کاملاً آماده باشید.
 - ۵- اطلاعات تکمیلی مرتبط برای پشتیبانی از پیشنهاد خود را در دسترس داشته باشید .
 - ۶- به یاد داشته باشید شما باید پیشنهاد خود را پیش تر به خوبی ارائه کنید و در ذهن داشته باشید که بودجه تجاری برای سپرده های حمایت مالی سالانه ارائه می شود.
- توجه:
- شرکت ها نمی خواهند ساعت ها وقت خود را صرف خواندن پیشنهاد های شما در تلاش برای یافتن آنچه شما می خواهید و یا آنچه اعطا خواهید کرد ، بکنند .
 - بسیاری از شرکت های شاخص دست کم شش مورد پیشنهاد در هفته دریافت می کنند.

حفظ حمایت مالی

- ۱- اکنون تکالیف خود را انجام داده اید و کاملاً آماده اید . با این حال هنوز ممکن است پیشنهاد شما رد شود.
- ۲- واقع نگر باشید. رقابت های زیادی برای جلب پول حمایت کنندگان مالی وجود دارد و ممکن است سازمانی دیگر به مراتب بهتر از شما با خواست های ویژه آن شرکت مطابقت داشته باشد.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاهی
اسمان مراجعه کنید.

۳- با پشتکار و ثبات قدم موفق خواهید بود.

۴- اطمینان حاصل کنید که به کلیه حمایت کنندگان مالی که از پیشنهاد شما امتناع ورزیده اند ، نامه
تشکر از صرف وقت ایشان ارسال کنید.

۵- اینکه ممکن است در موفقیت های دیگر با هم همکاری کنید .

۶- نهایتا از حمایت کنندگان مالی حفاظت کنید. به آنها ضربه نزنید .

۷- مراقب حمایت کنندگان مالی خود باشید برای اطمینان کسی را از باشگاه خود، به مراقبت از حمایت
کنندگان مالی بگمارید تا اطلاعات آنان رابه روز نگهدارد و از ایشان برای رخدادهای و یا مراسم مختلف
دیگر دعوت به عمل آورد.

۸- مستنداتی از کلیه انعکاس های رسانه ای برای ارائه به ایشان داشته باشید .

۹- ممکن است تصمیم بگیرند تا درکنار شما برای ادامه حیات مالی باشگاه در دیگرزمینه ها باقی بمانند.

۱۰- حمایت مالی نوعی معامله تجاری است و شرکت می خواهد سود بیشتری را درقبال سرمایه
گذاری خود به دست بیاورد. درادامه کاربه دنبال مسیرهای بیشتری برای توسعه حمایت مالی خود باشید

۱۱- همیشه سپاسگزاری ها ، دعوت های شخصی، رخدادهای ویژه یادواره ها ، عکس و پوشش رسانه ای
را در ذهن خود نگه دارید.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه اسمان مراجعه کنید.

اعانات

اعانات و یارانه های دولت محلی می تواند گروه ها و سازمان های ورزشی را یاری دهند. اعانات و یارانه های دولتی در دسترس بوده و سازمان های ملی می توانند از سازمان تربیت بدنی و سایر سازمان های دولتی تقاضای کمک داشته باشند. برخی از مواد و تبصره های قانون بودجه و برنامه توسعه اقتصادی و اجتماعی جمهوری اسلامی ایران در این زمینه تسهیلاتی را فراهم نموده است و هزینه های ورزشی و کمک های دولتی را به عنوان هزینه های قابل قبول محسوب می کند. مانند:

- تبصره ب ماده ۱۱۷ قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی کشور

- طرح ۴۹ قانون بودجه برنامه چهارم مبنی بر کمک به باشگاه های خصوصی.

با ایجاد ارتباط مؤثر با شوراهای محلی، شهرداری ها و تربیت بدنی خود از بهترین شیوه عمل برای تأمین منابع و پیگیری امور ورزشی مطلع خواهید شد.

اصول ارائه تقاضانامه برای اعانات

اگر چه معیارهای ویژه ای برای اشکال مختلف تأمین بودجه وجود دارد، لازم است همه تقاضانامه های اعانات، نوع مشابهی از اطلاعات را در بر داشته باشند و کلیه اطلاعات مورد درخواست نیز باید درج شود.

۱- اطلاعات تماس.

۲- شرح برنامه / پروژه یا طرح.

۳- توصیف مختصری از درخواست نامه سازمانی.

۴- بودجه برنامه / پروژه .

۵- میزان کمک مورد درخواست .

۶- کلیه منابع دیگری که برای تأمین بودجه پروژه در نظر گرفته شده است .

۷- چگونگی تأمین ملاک های لازم برای دریافت اعانات توسط سازمان در خواست کننده.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه اسمان مراجعه کنید.

۸- ضمانتی برآنکه برنامه جریان خواهد داشت و پول های دریافتی به مصرف اهدافی که برای آن پول داده شده خواهد رسید.

۹- رونوشتی از آخرین گزارش سالانه و رونوشت حساب های حسابرسی شده.

اشارات مفید

- ☐ برای کلیه منابع بودجه خود تقویم سالانه ای تهیه ببینید که روز خاتمه آن مشخص باشد.
- ☐ به تکمیل فرم های تقاضا نامه پیش از رسیدن به واپسین روزها اقدام کنید.
- ☐ تقاضا نامه های دیر هنگام معمولاً منظور نمی شوند.
- ☐ تقاضانامه خود رابه بهترین شیوه از پیش تهیه کنید .
- ☐ بیشتر سپرده گذاری ها و بخش های مربوطه دارای مشاورینی هستند که می توانید با آنها هر گونه مسئله ای را مطرح کنید.
- در پایان توجه شما را به ارائه سی پیشنهاد سازنده جلب می نماید که امیدوار است در برنامه ریزی شما برای تأمین منابع مالی مثمر ثمر واقع شود.

۳۰ پیشنهاد سازنده برای ارائه خدمات به حمایت کنندگان مالی وکسب امتیاز مالی
عنوان سی پیشنهاد برای ارائه خدمات به حمایت کنندگان مالی و کسب امتیاز مالی ایشان درنسخه تابستان ۱۹۹۴ مجله مدیران انجمن استرالیایی ورزش ، تحت عنوان شبکه ورزش به چاپ رسیده. این مقاله شامل پیشنهاد های مکرری برای حفظ و مراقبت از حمایت کنندگان مالی است :

- ۱- در پیشنهاد های خود به حمایت کنندگان مالی واقع نگر باشید .به آنچه قول می دهید عمل کنید .
- ۲- درنامه تشکر خود هر آنچه موافق به انجام آن هستید درج نمایید . مطمئن باشید انجام خواهد شد .

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه ایسمان مراجعه کنید.

۳- حمایت کنندگان مالی شما در حال تجارت است ، کمک کنید تجارت وی موفقیت آمیز باشد . بالاخص چنانچه می خواهید حمایت مالی آنها را در سال های آتی نیز داشته باشید.

۴- برای خدمات رسانی به حمایت کنندگان مالی خود این پیشنهاد ها را بیازمایید :

- اسم حمایت کننده مالی خود را همانند نام تیم استفاده کنید.

- از تیم خود عکس بگیرید و آن را قاب گرفته تقدیم حمایت کننده مالی کنید .

- از تیم خود درحالی که ازمحصولات حمایت کننده مالی اش استفاده می کند (قاب و جوائز) عکس بگیرید .

- اعلامیه مطبوعاتی با عکس سیاه و سفید را ترتیب دهید و آن را به جامعه روزنامه نگاران محلی واگذار کنید.

۵- به چاپ پرچم های پایه دار منقوش به نام حمایت کننده مالی ، برای نمایش در کلیه بازی ها اقدام نمایید.

۶- برای همه تیم حواله هایی چاپ کنید تا هنگام خرید محصولات حمایت کنندگان مالی تخفیف ویژه بگیرند.

۷- به یکباره و یا به فراخور حال (در مورد بلوز های تیم ها) پشت پیشخوان تجاری حمایت کننده مالی خود به ارائه خدمات بپردازید .

۸- از زیر شاخه های وابسته به حمایت کنندگان مالی خود حمایت کنید .

۹- کارهایی را به نفع موسسات خیریه مورد علاقه حمایت کننده مالی خود انجام دهید .

۱۰- بازی هایی را با کارکنان و دوستان شرکت حمایت کننده مالی خود ترتیب دهید و یا کلاس های مربیگری تشکیل داده و توصیه هایی را در مورد بازی ارائه کنید.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه اسمان مراجعه کنید.

۱۱- خانواده حمایت کنندگان مالی خود را به کلیه بازی ها / مسابقات دعوت کنید و از آنها میزبانی شایسته ای به عمل آورید .

۱۲- خوشه چین همت حمایت کننده مالی برای سازمان خود باشید!

۱۳- مطمئن شوید که نام حمایت کننده گان مالی شما در همه برنامه ها نمایان است .

۱۴- اجازه دهید حمایت کنندگان مالی شما از نتایج و چگونگی پیشرفت تیم شما آگاه باشد.

۱۵- همیشه کسی را داشته باشید که در هر بازی عکس بگیرد و بعد آنها را در آلبومی قرار داده و به عنوان هدیه روز تولد / کریسمس (سال نو) به حمایت کنندگان مالی خود بدهید.

۱۶- به درج آگهی تشکر در روزنامه های محلی خود اقدام نمایید.

۱۷- ایستگاهی در رادیو برای خود بگیرید.

۱۸- اسم حمایت کننده مالی خود را به عنوان نامی خوش یمن برای تیم خود قرار دهید .

۱۹- نسبت به چاپ برچسب خودرو با نام حمایت کننده مالی خود اقدام کنید.

۲۰- به نشر و گسترش متقابل تولیدات حمایت کنندگان مالی خود در مسابقات نهایی بپردازید.

۲۱- برای محصولات و تولیدات حمایت کننده مالی خود قرعه کشی هفتگی ترتیب دهید.

۲۲- به چاپ بن، برای تجارت حمایت کننده مالی خود اقدام کنید .

۲۳- درخبرنامه پایان سال نام حمایت کننده مالی خود را ذکر کنید .

۲۴- به تبلیغ و آگهی مشترک ، تقویم مسابقاتی خود ، همراه با تبلیغات حمایت کننده مالی خود اقدام کنید .

۲۵- تیم را مشخص کنید . به نمایش تصاویر اعضای تیم در اقلام تجاری حمایت کننده مالی خود بپردازد. هر کس بتواند اسم و تصاویر را با یکدیگر تطبیق دهد، برنده جایزه خواهد شد.

۲۶- از جانب تیم کارت تبریک تولد برای حمایت کنندگان مالی خود ارسال کنید .

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه اسمان مراجعه کنید.

۲۷- با به تن داشتن بلوزهای تیم ، در برگزاری نمایش های ورزشی یا مناسبت های مختلف در خیابان یا بازار محلی خود حضور یابید.

۲۸- گواهی ویژه با خطاطی نام حمایت کنندگان مالی ، به حمایت کنندگان مالی خود اهدا کنید.

۲۹- فردی را برای تهیه فیلم ویدئویی از یکی از رقابت های باشگاهی عمده خود بگمارید تا این موارد را به حمایت کنندگان مالی ارائه و هدیه کنید .

۳۰- رقابتی نو را در قالب رقابت های امدادی ترتیب دهید .

نتیجه گیری

اکنون باید تصویر شفاف تری از بسیاری از صورت های درآمدزایی در ذهن داشته باشید.

از این اطلاعات آگاهانه استفاده نمایید. در مورد آنچه باشگاه شما درمورد جلب درآمد می تواند به انجام برساند واقع نگر باشید.

در مورد روش های منتخب خود برای ادامه کارگزینش بهتری انجام دهید.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه
آسمان مراجعه کنید.

منابع برای مطالعه بیشتر

مبانی مدیریت بازاریابی-تجزیه و تحلیل و برنامه ریزی فیلیپ کاتلر ترجمه علی پارسایان انتشارات
ترمه ۱۳۸۳

نکات مفید و دستور العمل هایی برای افزایش درآمد فدراسیون ها هیئت ها، زورخانه ها یا باشگاه های
ورزشی، سید امیر حسینی- ماندانا رسولی انتشارات بامداد کتاب ۱۳۸۴
راهنمای مدیریت ورزشی انتشارات کمیته ملی المپیک سال ۱۳۸۰

Sven Hollensen, Marketing Management, A Relationship Approach Financial
Times Presentice Hall ۲۰۰۳

Eames, P., A. Guide to fund Raising , Shortland pudlications, Auckland,
N.Z., ۱۹۷۸.

Hillary Commission for Recreation and Sport , Club Administration
Manual, Wellington, N. Z., ۱۹۹۱

State Departments of Sport and Recreation.

Boafo, N., SACOSS. The grants book, ۳ rb edition, Jan ۱۹۹۰ .

Foley., C., J. Sparks. Fund Raising Made Easy- A practical handbook for
Australian fund raisers.

Australian Sports Commission., Australian Sports Foundation.

Gladstone Junior Basketball Association., Information Booklet ۱۹۹۴.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این مقاله با قیمت فقط دوهزار تومان به سایت فروشگاه
اسمان مراجعه کنید.

The assistance of the Hillary Commission, New Zealand, is acknowledged in the production of this booklet.