

מכון ציגלמן

שיווק * אסטרטגיה * ליווי עסקי

הרצאה: שיתופי פעולה אסטרטגיים בספורט

מאת רו"ח אהוד ציגלמן



הנושא שעליו אדבר הוא שותפויות אסטרטגיות בספורט. נעסוק בשאלות: מהם השיקולים לקיום שותפות? מה צפוי לקרות לשותפויות בתקופת המיתון? מי הגורמים ברשות המקומית ובחברות המשתפים פעולה?

ישנם כמה שותפים אסטרטגיים בספורט: פילנתרופים, מוסדות תמיכה ציבוריים כמו מארגני הגרלות, דוגמת מפעל הפיס והמועצה להסדר הימורים בספורט, חברות עסקיות ברמה לאומית או ברמה אזורית, רשויות מקומיות ועמותות ספורט.

דוגמה לשיתופי פעולה של השותפים האפשריים:

- מפעל הפיס התומך בפעילות תרבות וספורט בהיקף של כמה מיליארדי שקל מדי שנה.
- חברות עסקיות הנותנות חסות כפעילות שיווקית (מיתוג), כאשר בעבור הצד המקבל זוהי תמיכה.
- הקמת מתקן ספורט. לדוגמה - סמי עופר שתרם כסף להקמת איצטדיון בחיפה, או מפעל הפיס שמקים מתקנים כל העת.
- להערכתנו נראה פחות הקמה של מתקנים חדשים בשנתיים הקרובות, מכיוון שכל התרומה יוצאת היום (כאשר קשה להוציא), בעוד התועלת מהפרסום נפרסת על כל השנים של קיום המתקן. בתקופה הקרובה יהיו פחות מצבים בהם יינתן הרבה כסף שהתועלת שלו תיפרס על הרבה שנים. בתחום זה מרגישים חזק את המיתון. להערכתנו, הפילנתרופים לא יתנו את הכסף, ולכן חבל על המאמץ שבפנייה אליהם.
- תמיכה בפעילות ספורט חד-פעמי. התמיכה היא בסדרי גודל של 5,000-100,000 שקל, המאפשרים את קיום האירוע.
- שיתוף פעולה בין רשויות. לדוגמה, בהקמה ובהפעלה של קבוצת ספורט משותפת לכמה רשויות. שיתוף הפעולה מאפשר הישגיות בקבוצת שחיינים, כשכל שחיין מתחרה ביותר שחיינים ברמה שלו; או כשהשחיין הוא חלק מצוות מתאפשר לכל ילד לזכות במדליה קבוצתית, וזה דוחף את כל הקבוצה. פעולות כאלה מדרבנות מאוד את הילדים. זהו סוג של שיתוף פעולה שיש להגדיל בזמן המיתון.

מגמות לאור המיתון:

- פילנתרופ: התועלת לפילנתרופ היא בעיקר כבוד. הוא נפגע משמעותית מהמיתון וזה פגע בשומנים שלו וזה הרבה פחות תמיכה. בדרך כלל הם סוגרים ברוזים.
- מוסדות תמיכה ציבוריים: המועצה להסדר הימורים בספורט (לוטו) כן ממשיכים לתמוך בדברים גדולים, מכיוון שהם מחויבים ציבורית לתרום. ההגרות כמעט שלא נפגעו במיתון. הם תומכים ברשויות ובאגודות.
- חברות ברמה לאומית: הן מקטינות מאוד את הוצאות הפרסום שלהן. מי שנפגע בהכנסות (יצרני מזון פחות נפגעו) צפוי שהפרסום שלו - מיקום שאתם (הרשויות והקבוצות) מצויים בו - יקטן משמעותית. אנו ממליצים שתביאו את זה בחשבון. תהיה לחברות פחות יכולת לתמוך בכס. החברות נוטות לתמוך בקבוצות, כי יש להם חשיפה יותר גדולה.
- חברות ברמה מקומית: אלה פועלות לתחזק את קשרי הקהילה כדי ליצור מוטיבציה לעובדים הקרובים אליהן, ולכן שיתופי פעולה אלה ייפגעו פחות.
- רשות מקומית אחרת: יש ברשות המקומית רשויות ספורט. רשויות הספורט המקומיות, שהן שותפות אסטרטגיות לרשויות אחרות ולעמותות, פועלות מכוח זה שהרשות המקומית גובה ארנונה, שאותה תפקידה להוציא ככספים לטובת הציבור ובכלל זה לתמוך באגודות.

המלצות:

- לאור המיתון נמליץ לכם לשקול הורדת לחץ מהפילנתרופים
- הגברת הלובינג
- מיפוי חברות אזוריות ובקשה לתמיכתן. חשוב מאוד לשמור איתן על קשר בקביעות. אל תצפו לפירות באופן מיידי, אך עבודה שיתופית מביאה בסופו של דבר את התשובה החיובית.
- הגדלה משמעותית של שיתופי פעולה אסטרטגיים עם רשויות מקומיות שכנות
- בקשה מקבוצות הספורט להתייעל כלכלית. הבקשה לגיטימית; להשיג בפחות כסף את אותו דבר.

הדרך להשגת שיתופי פעולה היא למנות אדם אחד ברשות האחראי להשגתם, לתקצב את פעילות השגת שיתוף הפעולה בסכום צנוע, למלא את ה'צנרת' בשיתופי פעולה אפשריים, למסחר את פעילות הספורט ולבנות כבר היום רשת קשרים לצורך קיום.

משא ומתן מקדים על שיתוף פעולה אסטרטגי עתידי: אם עושים מסחור של פעילות הספורט זה עוזר. צריך להגיע לחשיפה רבה ככל האפשר לפעילות הקבוצה, ולכן יש ליצור קשרים עם מי שאינם יכולים לתרום כרגע. זה מצריך כמובן זיהוי שלהם. מכיוון שקשר אישי הוא המפתח לעסקים (אם אין חברים אין עסקה; עסקים עושים עם חברים), יש לבנות את הקשר הזה. הקשר נבנה הרבה זמן - שנה לפחות - לפני שיתוף הפעולה עצמו.

לסיכום, שיתופי פעולה מקדמים משמעותית את פעילות הספורט ברשות המקומית.

רו"ח אהוד ציגלמן, הוא מנהל את מחלקת האסטרטגיה במכון ציגלמן ehud@ziegelman.co.il

זהו תמליל הרצאה שניתנה בפני מליאת כנס וינגייט-נתניה לספורט ב- 19 בפברואר 2009