



MARKEDSPLAN



NORGES
BASKETBALL
FORBUND

Markedsplan

En markedsplan er klubbens beskrivelse av hvordan klubben skal organisere og videreutvikle sitt markedsarbeid. Planen kan ta for seg diverse aspekter innen visjon, strategi og produkter. Planen kan også ta for seg hvordan lagene i klubben selv kan markedsføre seg ovenfor lokale samarbeidspartnere. Planen bør i tillegg oppsummere og liste opp produkter som klubben har tilgjengelig som sponsorobjekt for det lokale eller nasjonale næringslivet.

Mål

Beskrivelse av klubbens mål innenfor sponsorarbeid og sitt markedsarbeid. Klubben bør unngå å bruke tall som mål, og heller prioritere hvordan og hvem klubben kan tiltrekke mulige samarbeidspartnere til klubben.

Produkter

Beskrivelse og en liste over alle mulige produkter som klubben kan tilby en samarbeidspartner. De forskjellige produktene bør spesifiseres nærmere med målgruppe, profil og hvilken type samarbeidspartner som kunne passet.

Markedsføringskanaler

Beskrivelse av klubbens forskjellige kanaler hvor de kan markedsføre sine samarbeidspartnere

- Sosiale medier
- Arenareklame
- Lokale medier
- Stands for markedsføring og salg

Strategi

Beskrivelse av hvordan klubben har tenkt å oppnå sine mål innenfor markedsarbeidet og tiltrekke seg lokale sponsorer.

Visjon og verdier

Beskrivelse av klubbens visjon og verdier som bør gå som en rød tråd gjennom hele markedsplanen. Klubbens visjon bør være tydelig og klar slik at man kan spesifisere og målrettet kontakte det lokale markedet med felles verdier og visjoner.

Oppfølging av partnere

Beskrivelse av hvordan klubben har tenkt å følge opp sine samarbeidspartnere på en løpende basis og systematisk måte.

Organisering, roller og ansvar

Beskrivelse av hvem i klubben som er ansvarlig for de forskjellige punktene ovenfor og hvordan arbeidet skal struktureres.