

Sponsorship Support Service

- 戦略的スポンサーシップ支援サービス -

スポーツチーム・リーグにおけるスポンサーシップ事業の継続的な成長を実現

スポーツチーム・リーグにおけるスポンサーシップの課題

2020年の東京オリンピック・パラリンピックをはじめとしたゴールデンスポーツイヤーズに向けて、スポーツスポンサーシップに関心を持つ企業が増えており、チームやリーグにとって機会が拡大しています。その一方で、新規スポンサーの獲得に繋がられていない、チーム・リーグではコントロールできない理由からスポンサー離脱に至ってしまうなど、スポンサーシップ事業を継続的な成長エンジンにするためには課題のあるチーム・リーグも多くあると認識しています。

アビームコンサルティングの提供価値

アビームコンサルティングでは、豊富なプロジェクト経験からなる戦略策定・事業構想策定の考え方とスポーツインダストリーに関する知見に基づき、『戦略的スポンサーシップ支援サービス』を開発しました。各チームやリーグごとの状況を踏まえたスポンサーシップの獲得戦略を策定することで、スポンサー収益の継続的な成長を実現します。具体的には、貴社のアセットをベースにターゲットとすべきスポンサーシップのモデルを想定し、獲得戦略を策定したうえで、ハンズオンで支援を実施します。

サービス（スポンサーシップの整理学）の特徴

戦略的にスポンサーを獲得する上で、アビームコンサルティングでは、スポンサーシップモデルを「パトロンモデル」と「ビジネスアライアンスモデル」の2つに分類し、更にこれらに投資額の多寡を加えた四象限で整理しています。これらを活用することで、スポンサーシップ獲得に向けた戦略の大まかな方向性を決めることが可能です。

2つのスポンサーシップモデル



パトロン
モデル

- ✓ 応援・貢献を重視したスポンサーシップ
- ✓ 企業は長期的かつ間接的な効果を期待



ビジネス
アライアンス
モデル

- ✓ ビジネス活用を重視したスポンサーシップ
- ✓ 企業は短期的かつ直接的な効果を期待

スポンサーシップ四象限

		スポンサーシップモデル	
		パトロンモデル	ビジネスアライアンスモデル
投資額の多寡	高額	高額・パトロンモデル	高額・ビジネスアライアンスモデル
	少額	少額・パトロンモデル	少額・ビジネスアライアンスモデル

導入アプローチ

導入アプローチは、戦略仮説立案、ターゲットリストアップ、アプローチの3フェーズに分かれます。チーム・リーグの協力を頂きながら、机上での戦略作りから、実際の契約に向けたアポイント獲得やターゲットに対する提案活動までをハンズオンで提供します。

導入アプローチ

