

Optimisme overheerst

Relaties positief over partnership, ondanks onzekerheden door COVID-19



1 Redenen om partnership met BVO aan te gaan

HOOFD- & SHIRTPARTNERS



Landelijke naamsbekendheid verhogen	71%
Relatiemanagement & hospitality	54%
Trots om bij de club te horen	45%

ZAKELIJKE RELATIES



Het voetbal/plezier bij wedstrijden	70%
B2B contact met andere partners	59%
Relatiemanagement & hospitality	49%

2 Gemiddelde effecten van een B2C partnership:

(IN AANTAL CONSUMENTEN)



3 9 bewezen succesfactoren voor een succesvol partnership

(DIE STATISTISCH GEZIEN HET MEESTE BIJDAGEN AAN SUCCESVOL HOOFD- EN/ OF SHIRTPARTNERSHIP)

- De partner...**
- ...heeft een **langdurig partnership** met de club.
 - ...is **landelijk** opererend & zichtbaar.
 - ...heeft een **relevant product** voor het grootste deel van de doelgroep.
 - ...is actief binnen **B2C**.
 - ...heeft grote impact gemaakt bij **bekendmaking** partnership.
 - ...heeft toegang tot een **grote fanschare** van de club.
 - ...wordt partner van de **stadionnaam**.
 - ...zoekt de verbinding met de **regio**.
 - ...zet **aanvullende activiteiten** in en benut deze.

Onderzoeksgegevens

- Sponsoreffectmeting Eredivisieclubs:** Een uitgebreid onderzoek met 6.000+ respondenten, naar de effecten van de 18 shirtsponsors in de Eredivisie. Timing: oktober 2020
- KNVB Expertise:** Een online onderzoek naar de tevredenheid, betrokkenheid en loyaliteit van de sponsors én zakelijke relaties van BVO's in Nederland. In totaal hebben 27 BVO's deelgenomen en het onderzoek is ingevuld door 688 respondenten. Timing: oktober 2020

Belangrijkste conclusies

Het professionele voetbal is voor bedrijven een uniek en uiterst effectief platform om zakelijke doelstellingen te behalen. Shirtsponsors ervaren tastbare, positieve effecten van hun partnership met een Eredivisieclub. Zij kunnen uiteindelijk rekenen op een gemiddelde toename in naamsbekendheid van 722.000 mensen, wat zich uiteindelijk vertaalt in een toename 94.000 nieuwe klanten (B2C). Ook zakelijke partners waarderen hun relatie met de BVO, die zij gemiddeld een 8,0 geven. 57% van de zakelijke partners verwacht het contract aan het einde van het seizoen te zullen verlengen, tegenover slechts 4% die verwacht dit niet te zullen doen. 39% weet het nog niet en zal dit deels laten hangen van de ontwikkelingen rondom wedstrijdbezoek richting het nieuwe seizoen.

4 Impact COVID-19 op partnerships

Tevredenheid over de **extra inspanning** die de club geleverd heeft tijdens COVID-19:

79% is hier (zeer) tevreden over

Impact van COVID-19 op de **waardering en relatie** met de club:

74% onveranderd
17% zelfs verbeterd

5 Tevredenheid & loyaliteit partners t.a.v. het partnership



Partners die niet tevreden zijn over het contact met de accountmanager:

77% is zeer tevreden over het contact met de accountmanager

Zijn **4x vaker ontevreden** over relatie met de club.

Behalen in **93%** van de gevallen **niet of nauwelijks** hun commerciële doelen.

6 Algemene waardering partnership

PARTNERS & ZAKELIJKE RELATIES BEOORDELEN DIT GEMIDDELD MET EEN:



7 Verwachtingen t.a.v. partnerships voor komend seizoen



57% zegt 'ja' op de verwachting om het contract te verlengen. 39% weet het niet, 4% zegt nee.



64% geeft aan dat het budget voor het komend seizoen voor de club **gelijk blijft**. 16% zegt lager, 4% hoger en 15% weet het (nog) niet.



slechts 15% geeft aan dat corona een **negatieve impact** zal gaan hebben op de relatie met de club in de toekomst.