SPONSRINGSMANUAL 2026/27 – ELITSERIEN HERR OCH DAM

Sponsringsmanualen är enligt tidigare beslut från klubbarna obligatorisk att följa när man spelar i Elitserien.

1. **Erbjudande**
   Grunden i ett framgångsrikt sponsorarbete är ett väl genomarbetat erbjudande till partners. Som klubb ska ni ha utvecklat ett tydligt och attraktivt partnererbjudande som bygger på företagens behov och era styrkor.

2. **Plan**
   Er klubb ska ha en nedskriven sponsringsstrategi/-plan. Denna ska innehålla kortsiktiga- och långsiktiga mål, samt tydliga utvecklingsområden (ex. utveckla paketering av vårt samhällsengagemang).

3. **Organisation**
   Ni har en person som ansvarar för arbetet med sponsring. Denna person bör få ersättning i form av arvode, lön eller faktura (om det är samarbete med externt företag).

4. **Kontaktperson**
   Alla partners har en uttalad kontaktperson i er klubb (bör dock inte vara samma för alla partners).

5. **Kontaktnivå**
   Efter genomförd försäljning så har ni minst en personlig kontakt med företaget under säsongen så att ni följer upp samarbetet och säkerställer att kunden är nöjd. Det kan vara ett fysiskt möte, ett telefonsamtal eller ett personlig mail. Detta gäller partners som investerar minst 10 000 SEK i er klubb.

6. **Säsongsrapport**
   Ni summerar de aktiviteter ni gör i klubben och för era partners i en rapport när säsongen är över. Detta innefattar bland annat en summering av er ungdomsverksamhet och era kommunikationskanaler. ***Denna rapport genomförs tillsammans med Svensk Elitbandy.***

7. **Kunddatabas sponsorer**
   Ni har ett CRM-system (Customer Relations Management) eller en excelfil med era företagskontakter som innehåller företagsnamn, kontaktperson, telefonnummer, emailadress, vad företaget köpt (detta år och tidigare) samt information om vilka andra behov de har så som rekrytering, bygga kännedom, stärka sin kundlojalitet etc.

8. **Kunddatabas publik**
   Information om er privatmålgrupp (publik, medlemmar etc.) i en kunddatabas (excelfil/CRM-system/biljettsystem eller motsvarande) med namn, telefon och emailadress.

9. **Affärsnätverk**
   Ni ser till att era partners träffas regelbundet (ni bestämmer själva frekvens) i organiserad form förutom matchtillfällena (ex. frukostträffar).

10. **Samhällsengagemang**
    Ni dokumenterar ert samhällsengagemang (barn- och ungdomsverksamhet, skridskokul, skolprojekt, integrationsprojekt etc.) med bilder, text och siffror och lyfter detta mot era partners. Ni har helst också en egen sponsorpaketering kring detta område.

11. **Mål och uppföljning**
    Ni väljer själva ut två större partners (eller fler om ni önskar) där ni tillsammans med partnerföretaget skriver ner minst ett mål med samarbetet. Ex. ”Vi ska etablera kontakt med fem nya företag i sponsorgruppen”. Ni hjälper sedan företaget att följa upp målet och om de inte uppnått det önskade målet bistår ni aktivt med att hjälpa företaget att uppnå detta mål.

Aktiviteter att uppfylla – avancerad nivå:

1. **Vi arbetar med att minska varumärkesbruset**
    Vi arbetar aktivt med att minska antalet sponsorlogotyper på dräkten (hjälm, byxor och tröja). Vi vill istället lyfta vår klubbs varumärke och färger.

2. **Samhällsengagemang**
    Vi paketerar vårt samhällsengagemang så att partners kan associeras med detta område på ett tydligt sätt. Vi lyfter in de Globala målen i vår verksamhetsutveckling och partnererbjudande.