



Bart Smarius, student Marketing Management, Universiteit Tilburg

In de sport worden sponsorkansen klassiek gemeten aan de hand van mediawaarde via traditionele kanalen, net zoals merken hun PR-waarde laten berekenen aan de hand van 'gratis' publiciteit. Underlined vroeg zich het volgende af: wat is nu de waarde van digitale interactie en publiciteit?

Het onderzoek van Bart Smarius geeft je inzicht in de houding die consumenten hebben ten aanzien van een sponsormerk. Hierbij zijn de volgers van bekende sporters (o.a. Sven Kramer en Edith Bosch) via sociale media ondervraagd. Er zitten opmerkelijk veel overeenkomsten tussen hoe merken in de moderne digitale wereld een verhaal kunnen bouwen en welk verhaal consumenten over hen vertellen.

Sponsoring via Sociale Media

**Onderzoek naar de attitude ten aanzien van de sponsor
bij
online volgers van de gesponsorde sporter**

5 juni, 2013

Underlined:Bart Smarius

© Copyright Underlined.

- *Het Probleem*
- *De Aanpak*
- *Resultaten van het Onderzoek*
- *Verschillen tussen Volgers vs. Niet-volgers*
- *Praktische Implicaties*

Today's **Agenda**

- Gebruik Sociale Media door bedrijven stijgt
- Consumenten overhalen door kortingen
- Koppeling van een merk aan een object (bv sporter) d.m.v. sponsoring

Adverte
n

Emotionele Relatie

Sponsorin
g

Commerciële Doelstelling

Altruïsme



Probleemaanduiding

- *Sponsoring is populair*
- *Nuttig voor het verstevigen Merk Imago*
- *Attitude belangrijk bij Merk Imago*
- *Sponsoring heeft media nodig*
- *Het nieuwe medium: Sociale Media*

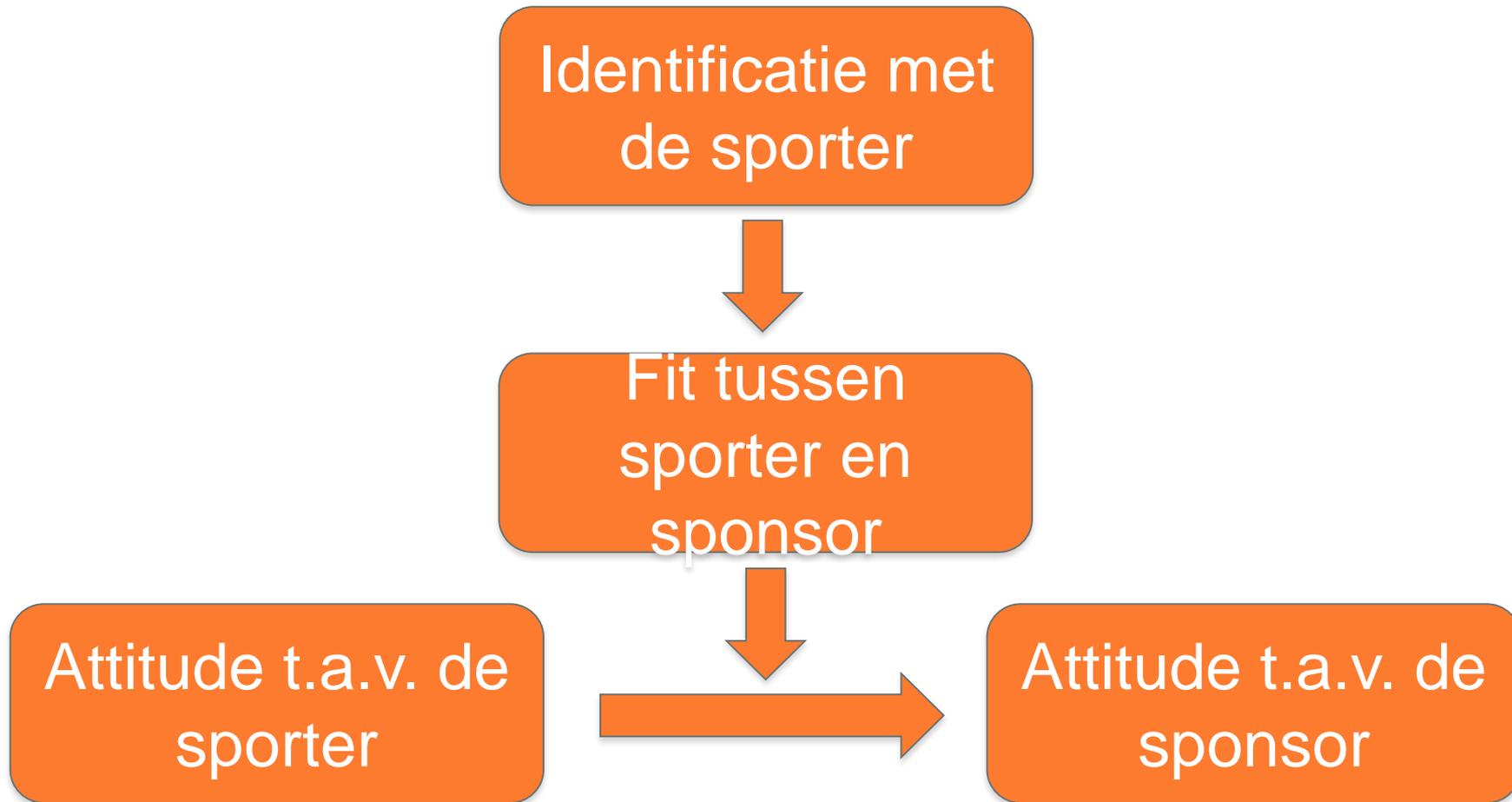


Probleemaanduiding

Wat is de attitude van online volgers van een sporter ten aanzien van de sponsor en welke rol spelen de attitude ten aanzien van de sporter, de fit en identificatie hierbij?

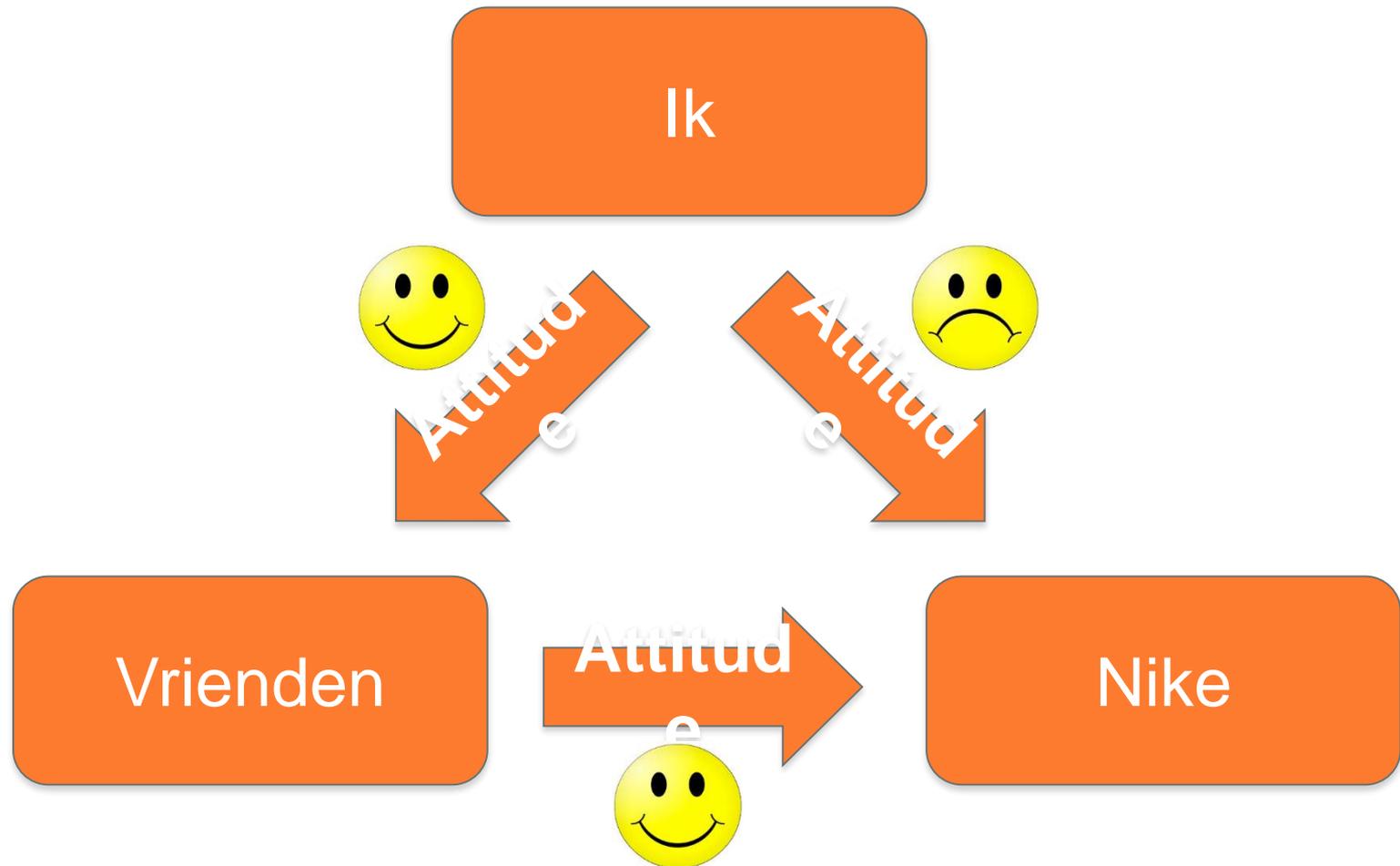


Probleemstelling



Visualisatie **Onderzoek**

Inconsistente Situatie



Literatuur: De Balance Theory

Consument



Literatuur: De Balance Theory

- *Sterke Fit wanneer sporter en merk goed samen gaan*
- *Zorg voor een sterke connectie*
 - *Verbind Sociale Media van sporter en merk*
 - *Gebruik van Reclamecampagne*



De Fit: **S**porter en **M**erk



De Fit: Sporter en Merk

- *Identificatie kan met sport, sporter, team etc.*
- *Consumenten die zich identificeren met een sporter:*
 - *Passen hun gedachten aan*
 - *Zien sneller de fit tussen sporter en sponsor*



Identificatie met Sporter

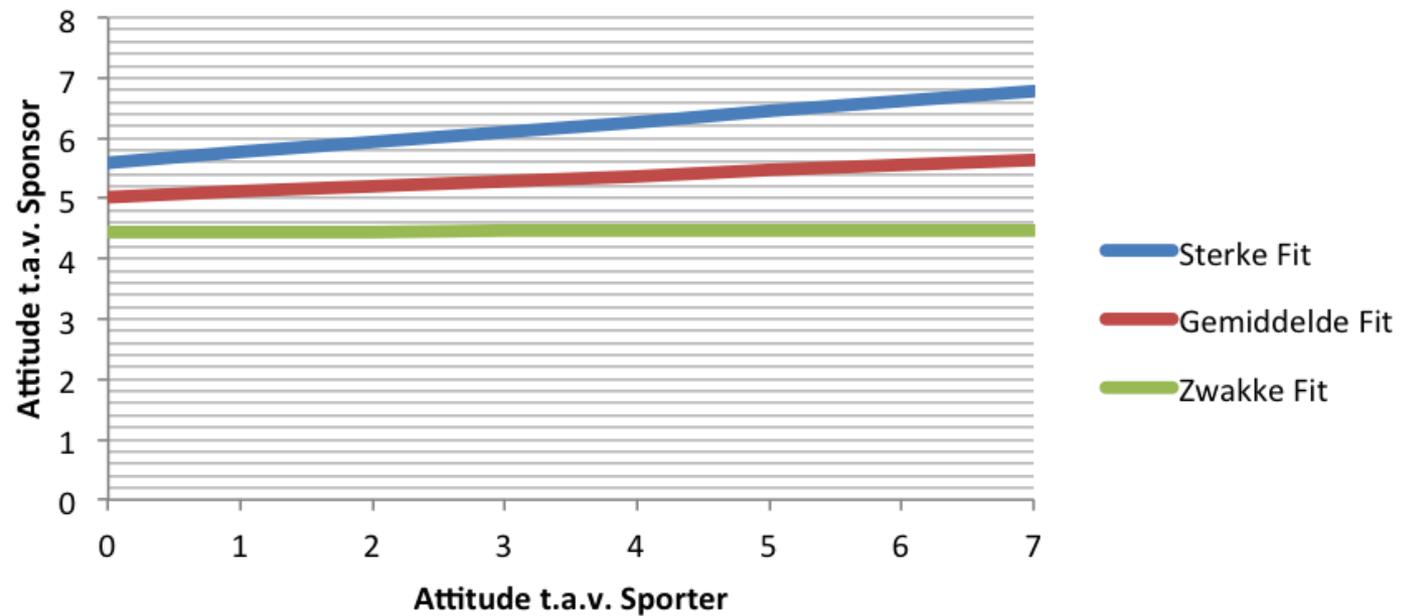
- ***Kwalitatief Vooronderzoek en Kwantitatief Hoofdonderzoek***
- ***Facebook en Twitteraccount van 10 bekende sporters gebruikt. (o. a. Sven Kramer, Naomi van As, Edith Bosch en Raymond van Barneveld)***



- ***1931 Respondenten (82% Volger vs. 18% Niet-volger)***

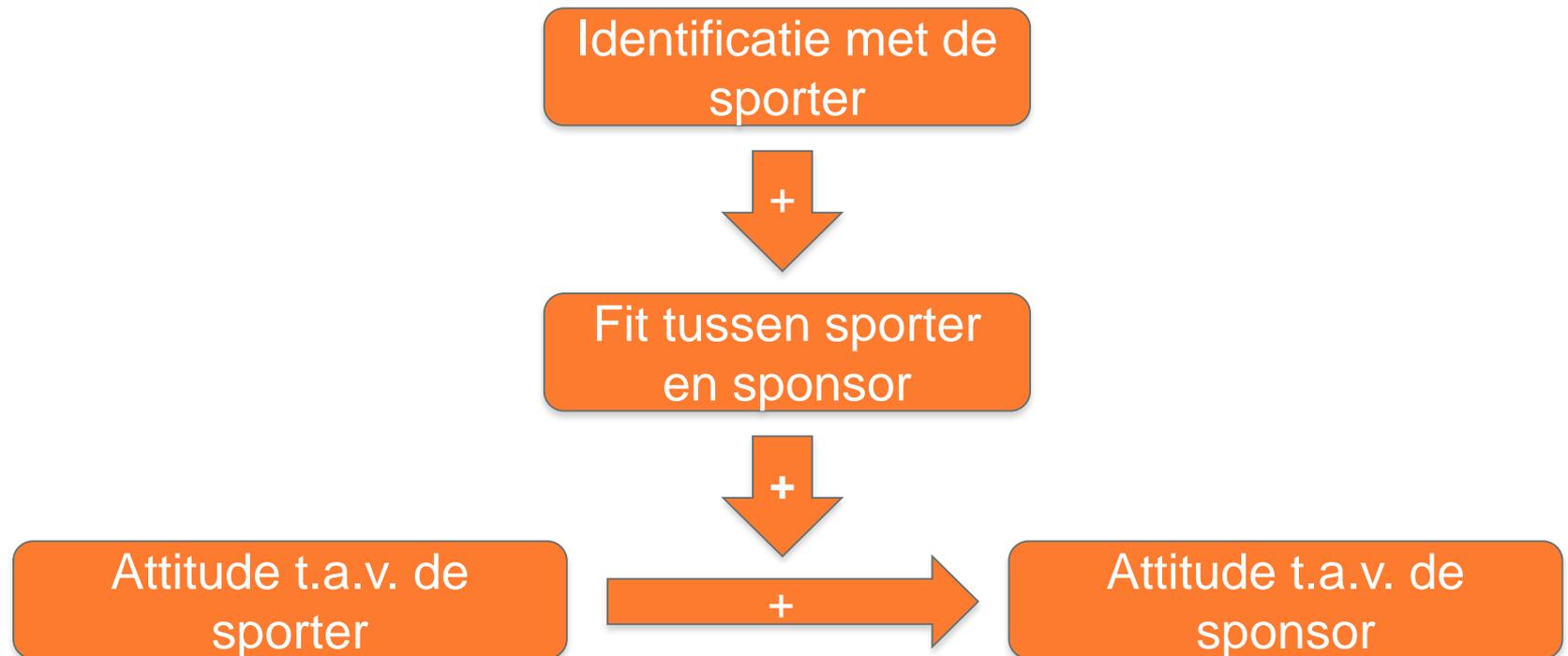
De Methode

- Attitude t.a.v. de sporter heeft een positief effect op de attitude t.a.v. het merk
- Effect is sterker voor individuen die vinden dat er een sterke fit is



De Resultaten

- *Identificatie met een sporter heeft een positief effect op het zien van de fit*



De Resultaten



	<i>Volger</i>	<i>Niet-Volger</i>
<i>Kan een sponsor noemen</i>	77%	55%
<i>Attitude t.a.v. de Sporter</i>	6,12	5,75
<i>Betrokkenheid bij de Sport</i>	5,48	4,66
<i>Betrokkenheid bij de Sporter</i>	4,95	4,50

Likert Schaal 1-7



Volgers vs. Niet-volgers

- *Online volgers voor bedrijven interessant! Volgers zijn:*
 - *Zeer positief over de sporter*
 - *Betrokken bij de sport*
 - *Betrokken bij de sporter*



Praktische Implicaties

- *Individuen die een sterke fit zien zijn waardevol*
- *Sterke connectie tussen sporter en merk cruciaal*

Wilson Tennis
zaterdag

Want to BE NEXT on Wilson Team & meet Roger Federer?
Now is your chance!!

<http://www.youtube.com/watch?v=xmdF1-qE4RA>

**BE NEXT
WITH WILSON &
MEET ROGER**

Go to www.wilson.com/benext

SWEEPSTAKES RUNS JUNE 1st - JULY 7th, 2013

NO PURCHASE NECESSARY. For Official Rules visit www.wilson.com/benext.

PUMA Running
30 april

What did you miss last week in Mumbai? Oh, just an urban stampede. <http://go.puma.com/urbanstampedemumbai>

Vind ik leuk · Reageren · Delen 48

Vind ik leuk · Reageren · Delen 88 2 2

- *Volgers zijn gemakkelijk bereikbaar*

Praktische Implicaties