



Sponsoring. Wir satteln das Trojanische Pferd.


Sponsoring hat sich in Deutschland als Marketinginstrument etabliert. Rund 3,5 Milliarden Euro investiert die Wirtschaft jährlich in sechs Bereiche, wobei auf den Sport mehr als 50 % entfallen. Medien- und Programmsponsoring folgen mit einem knappen Drittel. Den Rest erhalten Kultur-, Sozio-, Umwelt- und Wissenschaftssponsoring. Seriöse Studien prognostizieren für die nächsten Jahre einen wachsenden Stellenwert des Sponsorings.

 **CMC – Agentur für Kommunikations-Management begleitet Sie und Ihr Sponsoring dank ausgeprägter Erfahrungen bei internationalen Großprojekten mit systematischer Konzeptionsarbeit. Gleichzeitig sind wir spezialisierter Lotse, Trendscout & Sparringspartner im Medienwandel.**

Messbarer multimedialer Erfolg.


 Da Sponsoring auf Leistungsaustausch basiert und seine Botschaft ohne direkte Produktpenetration in eine andere Handlung eingebettet ist, gilt es im Vergleich zur klassischen Werbung als Trojanisches Pferd. Um dieses Pferd zu satteln, entwickeln oder optimieren wir Ihr Sponsoring-Konzept praxisorientiert in vier Etappen und bringen es zum messbaren multimedialen Erfolg. Als Ergebnis steht die effektive Integration in Ihren Marketing-Mix inklusive der Synergien mit klassischer Werbung, Public Relations oder Event Marketing.

Immer vernetzt.


 Besonders wichtig ist uns: Neben den klassischen Maßnahmen des Sponsorings werden die digitalen Bereiche der Kommunikation bis hin zu Online-PR und Social Media ebenso berücksichtigt wie die stationäre, mobile und digitale Nutzung aller Plattformen, Medien und Anwendungen. Spezielle Möglichkeiten bietet Open In-

novation. Hier bezieht die Maßnahmen-gestaltung des Sponsorings die Zielgruppen aktiv ein.

Individuelle Betreuung.

 Was unterscheidet CMC von anderen Agenturen? Klare Antwort: Ein CMC-Kunde erhält alles aus einer Hand. Deshalb gibt es für jeden Kunden einen festen, persönlichen Ansprechpartner. Damit erfüllen wir auch den selbstverständlichen Wunsch nach individueller Betreuung und umfassender Beratung. Beides ist in jeder Zusammenarbeit enthalten. Unabhängig vom Volumen eines Vertrages oder der Marktstellung des Kunden.

Teamwork steht im Vordergrund.

 Und wie geht CMC die Zusammenarbeit praktisch an? CMC erarbeitet alle Konzepte und Maßnahmen gemeinsam mit seinen Kunden. Dabei werden in verschiedenen thematisch gegliederten Checklisten zunächst alle Einzelpositionen des bisherigen und des zukünftigen Sponsorings dokumentiert, abgefragt, bewertet, gefiltert und miteinander koordiniert. Anschließend werden gemeinsam die einzusetzenden Maßnahmen und die Gestaltung festgelegt. Dann geht es in die Umsetzung.

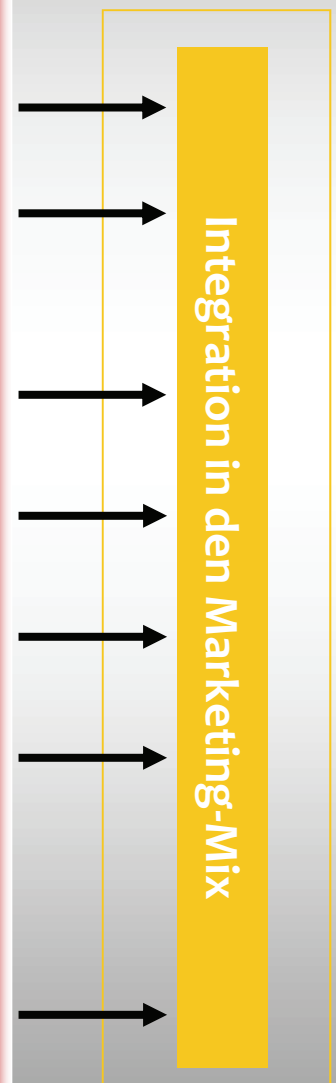
„Let’s communicate!“

->

Portfolio.

CMC ist
Lotse, Trendscout &
Sparringspartner im
Medienwandel.

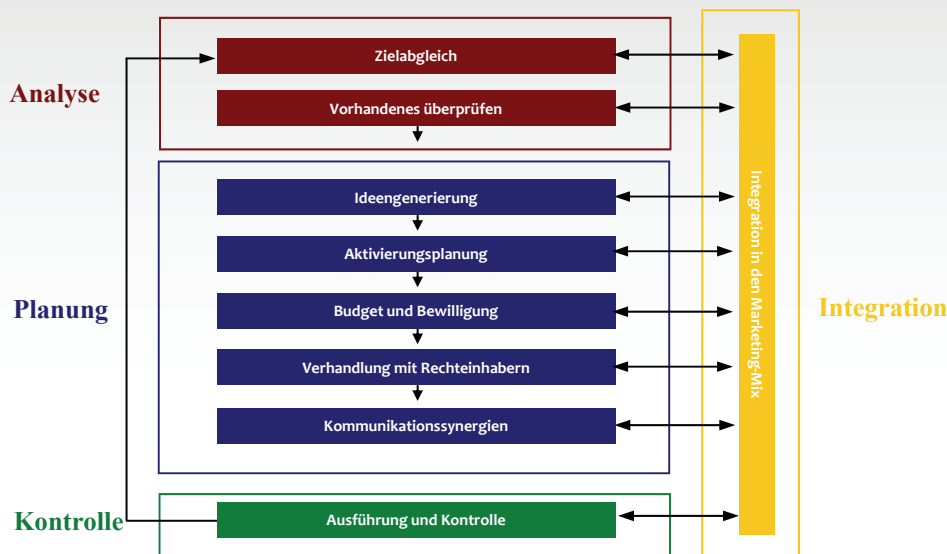
cmc-mediapromotion.de



„Sponsorings zählen auch in den kommenden Jahren zu den besonderen Herausforderungen der Kommunikation. Wir wollen je nach Aufgabenstellung Abverkauf, Unternehmensimage oder Markenbewusstsein unserer Kunden mit messbaren Ergebnissen fördern.“

(Michael Oberdieck, CMC-Inhaber)

Das Sponsoringkonzept



Sponsoring hat sich in Deutschland als Marketinginstrument etabliert.

Rund 3,5 Milliarden Euro investiert die Wirtschaft jährlich in sechs Bereiche, wobei auf den Sport mehr als 50% entfallen.

Wie teuer ist die Zusammenarbeit mit CMC?

☺ Unsere Kalkulation für die Erarbeitung eines Sponsoring-Konzeptes und des daraus resultierenden Maßnahmenkatalogs beginnt bei fünf Tagessätzen. Resultieren aus der Konzepterarbeitung Folgeaufträge im Tagesgeschäft, garantieren wir attraktive Rabatte.

Hat CMC spezielle Erfahrungen bei Sponsorings?

☺ Zum Beispiel diese: Im Rahmen der Fußball-WM 2006 hat CMC bei der kommunikativen Maßnahmenrealisierung eines der Topsponsoren inklusive prämierter Projekte mitgewirkt.

Was umfasst der Leistungskatalog von CMC?

☺ Neben der Konzeption bieten wir mehrere hundert Instrumente und Maßnahmen der Kommunikation below the line. Selbstverständlich ist für uns auch die Eigenproduktion aller Contents in Wort und Ton.

CMC.
Agentur für Kommunikations-
Management
Florastr. 94
D-40822 Mettmann

CMC Hotlines.
Fon: +49 (0)2104 - 1 42 82 20
Fax: +49 (0)2104 - 1 42 82 29
Fax: +49 (0)2104 - 1 42 82 38

CMC Online.
eMail:
info@cmc-mediapromotion.de
Internet:
www.cmc-mediapromotion.de

Weitere Publikationen:

- Unternehmensbroschüre
- Agenturprofil/Flyer
- Public Relations/Flyer
- Interne Kommunikation/Flyer
- Kommunikation/Flyer