

Sponzorske koristi, ki jih za vas omogoča

#GoBasket

Košarkarsko društvo Nova Gorica mladi



#GoBasket4kids
(ali GoBasket#kids)

#GoBasketAcademy
(ali GoBasket#academy)

#GoBasket4fun
(ali GoBasket#fun)

#GoBasket4business
(ali GoBasket#business)

Vse, kar šteje, je zadovoljstvo naših članov in vaših strank.

Naredili bomo vrhunski klub,
ki bo zgled košarkarskim kolektivom v Sloveniji in regiji.

Vabimo vas, da se nam pridružite na poti med najboljše.

Prehojena pot

Košarkarsko društvo Nova Gorica mladi je prostovoljno in nepridobitno društvo, ki že od leta 2011 skrbi za nadaljevanje bogate košarkarske tradicije na Goriškem. Delujemo v bazenu talentov in otrok z zagnanostjo, kar je največji potencial razvoja in rasti. Otroke vseh starosti navdušujemo za gibanje in šport in tako prispevamo k njihovem zdravemu razvoju ter osebni rasti.

Za najmlajše (od 4. leta starosti naprej) skrbimo v »Košarkarskem vrtcu«, starejše pa navdušujemo z našo »Šolo košarke« in »Mladinsko šolo« ter jih pripravljamo za igranje na najvišji ravni.

V navedenih programih trenutno redno vadi 400 otrok in mladostnikov, kar nas uvršča med največje športne kolektive na Goriškem in celotnem Primorskem.

Zaupanje v domače okolje

Verjamemo, da je v Novi Gorici in okolici mnogo talentov, ki želijo košarko trenirati in jo igrati na visoki ravni ter s ponosom predstavljati svoje mesto, regijo in državo.

Z domačim strokovnim kadrom, učinkovitim sodelovanjem s partnerji na Goriškem in širši čezmejni regiji ter s skrbnim načrtovanjem razvoja otrok ter mladostnikov bomo v Novi Gorici razvili center, ki bo temelj za razvoj novih reprezentantov, kot so Luka Ščuka, Sašo Ciani in Samo Vrabec.

Aktivno bomo sodelovali s sorodnimi klubi na italijanski strani, kar vključuje strokovno delo, tekmovalni del in iskanje skupnih finančnih virov.

Trenutna realnost ...

- Stabilno delovanje društva od 2011 naprej
- Zadovoljiva infrastruktura v Novi Gorici
- Glavna usmeritev v razvoj mladih košarkarjev
- Košarkarski vrtec (4–6 let), šola košarke (6–10 let) in mladinska šola (10–19 let)
- 400 otrok in mladostnikov pod strokovnim vodstvom
- 7 reprezentantov v mlajših kategorijah (U16, U18, U20)
- Košarkarski razvojni center za Goriško
- Domači strokovni trenerski kader
- Članska ekipa v 2. SKL – domači igralci

... s ciljem za 2028

- Finančno in organizacijsko najboljši športni kolektiv na severnem Primorskem
- Vrhunska infrastruktura v Novi Gorici in krajih, kjer društvo razvija mlade športnike
- Glavna usmeritev v razvoj mladih košarkarjev
- Regionalni košarkarski razvojni center s podporo KZS – Severna Primorska in širše
- #GoBasket (dodatni projekti)
 - projekt povezave košarkarskih zanesenjakov, nekdanjih igralcev, košarkarskih „ikon“ obeh strani meje pod koši (GoBasket4fun) v rekreativni ligi
 - izhodišče za strokovno, tekmovalno in poslovno sodelovanje z akterji v Furlaniji Julijski Krajini
 - projekt poslovne lige GoBasket4business
- 600 otrok in mladostnikov pod strokovnim vodstvom v regiji
- 10 do 15 reprezentantov v mlajših kategorijah (U14, U16, U18, U20)
- Najboljši strokovni trenerski kader za mladinsko košarko v Sloveniji
- Strateško partnerstvo z najboljšimi klubi v Sloveniji, regiji in širše
- Članska ekipa v 1. SKL – z jedrom domačih igralcev

Evolucija Košarkarskega društva Nova Gorica mladi

2018 - Državni
podprvaki U15



2014 - Napredovanje članske ekipe
v 3. SKL - Pridobljen status društva
v javnem pomenu



2013 - Postavitev celotnega
piramidalnega ustroja društva
za vadbo od 4. leta dalje do
članske ekipe - Prva uradna
tekma ekipe U16



2012 - Vzpostavitev
šole košarke ter
polnopravno
članstvo v KZS



2011 - Začetki
društva na temeljih
bogate košarkarske
preteklosti



2019 - U17 na zaključnem turnirju za naslov DP
- Pridobitev statusa nevladne organizacije v
javnem interesu na področju športa, v okviru
katerega pod strokovnim vodstvom vadi 400
otrok in mladostnikov
- Luka Ščuka 3. mesto na EP z reprezentanco U18



2020
- Državni prvaki U17 v
košarki 3x3
- Napredovanje članske
ekipe v 2. SKL



2021 - Državni
prvaki U17 v
košarki 3x3



2022 - Samo
Vrabec 7. mesto
na SP z
reprezentanco
U17



**2028 najboljši
mednarodni regionalni
razvojni center mladih
košarkarjev GoBasket!
(GoBasketAcademy ?)**

Društvo v številkah

12

let uspešnega delovanja

400

otrok in mladostnikov

2

igralca med najperspektivnejšimi v širši (ABA) regiji – Saša Ciani & Luka Ščuka, sedaj člana Cedevite Olimpije

Državni podprvaki

2018

(U15)

7

reprezentantov v mlajših selekcijah

Državni prvaki

2019

in 2020

(3x3 U17)

Od

4.-2.

SKL v petih sezonah

3

trenerji med reprezentančnimi akcijami

4

finalni turnirji mlajših kategorij (U15, U17, košarka 3x3)

KD Nova Gorica mladi v akciji



Vrednote, ki jih živi KD NOVA GORICA MLADI

Odgovornost, zaupanje, inovativnost, zanesljivost, strast, trdo delo, predanost, dobrodelnost, fair-play, skrb za okolje, iz katerega prihajamo, transparentno in vzdržno poslovanje so vrednote, ki jih živimo.

Poslanstvo

Vzgajamo marljive in prizadevne športnike, ki so vzor vrstnikom in širšemu okolju ter ponos družbe, v kateri delujemo. Mladim športnikom skozi vzgojno-trenažni proces zagotavljamo najboljše možno izhodišče za njihovo uspešno športno in osebno kariero v tesnem sodelovanju z lokalnim okoljem.

Vizija

V treh do petih letih vzpostaviti enega najstabilnejših in razvojnih športnih kolektivov v regiji z unikatno športno/poslovno zgodbo ter vrednostno pozicionirati KD NOVA GORICA MLADI kot simbol trajnostnih športnih in oblih vrednot za vse življenje.

Kje bomo v 2028

	2023	2028	razlika	razlika v %
Število otrok v košarkarski akademiji	400	600	200	50 %
Število trenerjev	8	16	8	100 %
Proračun kluba	150.000 €	300.000 €	150.000 €	100 %
Proračun mladinskega programa	100.000 €	200.000 €	100.000 €	100 %
Najvišji rang tekmovanja	2. SKL	1. SKL	1	100 %
Kapaciteta dvorane	1.000	1.000	0	0
Velikost baze članov/simpatizerjev	800	1600	800	100 %

Cilji kluba

(poslovni del)

- Učinkovitost organov kluba in s tem transparentnost poslovanja
- Defniranje proračuna kluba in realno investiranje – klub je reden plačnik svojih obveznosti
- Zagotovitev sponzorskih in marketinških virov, ki bodo omogočali večletno načrtovanje delovanja
- Izkoristiti potencial EPK 2025 v najširšem pomenu projekta
- Zagotavljanje lastnih virov financiranja s prodajo lastnega znanja
- Vzpostavitev načrtovanja in poročanja vsem ravnam sodelovanja (kontroling)
- Transparentno in proaktivno komuniciranje z zunanjimi in notranjimi javnostmi
- Vzpostavitev aktivnega članstva v klubu oz. programa zvestobe in koristi zanje v povezavi s sponzorskimi aktivnostmi
- Usmeritev virov financiranja v sedanost in prihodnost – zagon GoBasket projekta razvoja košarke na obeh straneh meje (obeh Goric in širše) tudi s pomočjo vključitve košarkarskih zanesenjakov, nekdanjih igralcev, poslovnih uspešnežev, košarkarskih „ikon“ obeh strani meje pod koši (GoBasket for fun) v rekreativni ligi brez meja

Cilji kluba

(športni del)

- Biti nosilni košarkarski klub v čezmejni regiji (GoBasket#NoBorders) – združenje obeh Goric se imenuje GoBasket
- Skrbeti za odkrivanje in razvoj mladih ter nadarjenih športnikov
- Razvijati lastne kadre – igralske in trenerske
- Strokovno delo v vseh kategorijah
- Redno uvrščanje mlajših kategorij v najvišje range tekmovanja doma in v tujini
- Organiziranje čezmejnih ligaških akcij, košarkarskih taborov in strokovnih srečanj
- Razvoj in vzgoja mladih igralcev pomembnejša od rezultatov ekip v mlajših selekcijah
- Lokalno/domače jedro nosilcev v članski ekipi
- Petletni cilj članske ekipe: uvrstitev v 1. SKL
- Povezati košarkarske zanesenjake, nekdanje igralce, košarkarske „ikone“ obeh strani meje pod koši (GoBasket4fun) v rekreativni ligi brez meja

Struktura prihodkov za naprej

Sponzorji in
donatorji



Medijske pravice v
sodelovanju s KZS in
regionalnim
tekmovanjem

Prodaja lastnega
znanja – mladinska
šola, vzgoja igralcev in
prodaja, ostalo znanje
za okolje

Športni del –
vstopnice, VIP, prodaja
na tekmah

Organizacija
mednarodnih
košarkarskih taborov

Navdušenci – klub
prijateljev –
#GoBasket for fun

Merchandising

Iskanje razpisnega
denarja

Navdušenci

Prodaja vstopnic

- Tekma kot zabava za vso družino in družbo
- Povabi prijatelja (druga vstopnica 30 % ceneje ipd.)
- Delo z mlado populacijo (osnovne in srednje šole, fakultete – posebni paketi vstopnic)
- Kvaliteten CRM, podatki, ki so uporabni tudi za sponzorje in partnerje

Prodaja lastne blagovne znamke

- Lastna trgovina, klubski kotički - sodelovanje z lokalnimi hoteli, restavracijami, klubi ipd.

Klub navijačev

- Lastna trgovina, klubski kotički - sodelovanje z lokalnimi hoteli, restavracijami, klubi ipd. Posebna spletna stran in družbena omrežja
- "Kartica" oz. aplikacija ugodnosti za člane Kluba navdušencev
- Navzkrižne promocijske akcije preko spletnih in družbenih strani kluba in partnerjev
- Povezovanje koristi lokalnih podjetnikov ter imetnikov letnih vstopnic (aktivacija lokalnega gospodarstva in navzkrižno povezovanje na prodajnem in promocijskem področju)

Kd
Nova Gorica
mladi

V ŽIVO

Članska ekipa - 2. SKL
Spletni prenosi vseh tekem na YT platformi KZS

Mlajše kategorije
Spletni prenosi tekem na YT platformi

Uradni izdelki in promocijski material

#GoBasket

- Dogovor s tehničnim sponzorjem oz. opremljevalcem za licenčno prodajo uradnih izdelkov po dobrih pogojih za klub (30 % licenčnine)
- Dogovor o uradnih (ne od opremljevalca) izdelkih, kjer se razvija lastna BZ kakovostnih izdelkov (zanesljivi dobavitelji ter dober price performance) - T-shirts, hoodie, polo majice, kape, šilt kape itd.)
...
- Vse naštetu ob potencialnem rebrandingu oz. modernizaciji loga ter CGP-ja kluba

Imamo generacijsko priložnost ustvariti lokalnega prvaka in košarkarsko zgodbo spremeniti v športno, poslovno, družbeno, evropsko prepoznavno zgodbo.

Dobrodošli v Novi Gorici!

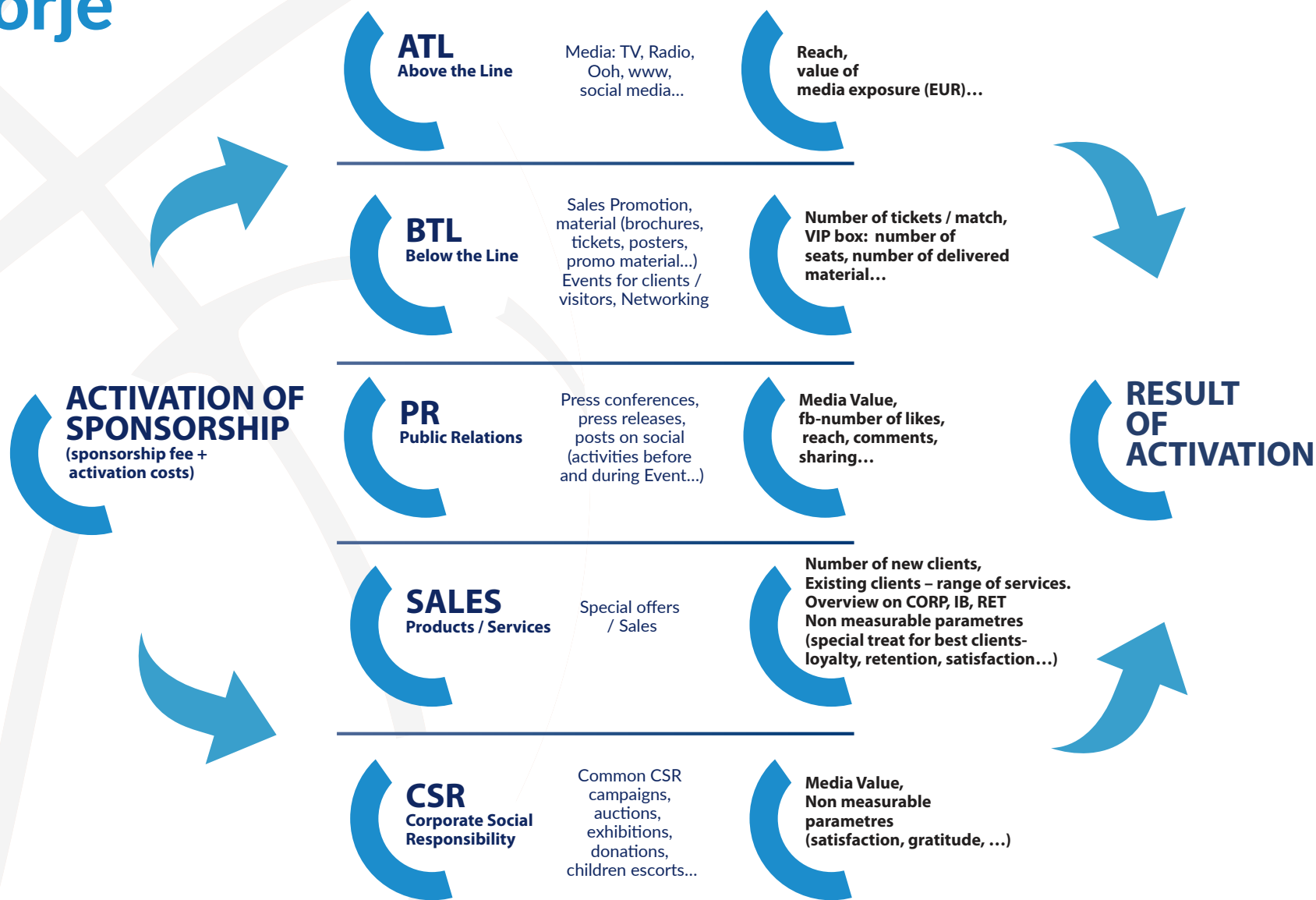
Vabim vas, da se nam na tej poti pridružite.

Marko Marcetič, predsednik

Koristi za sponzorje

#GoBasket

Koristi za sponzorje





**Pridobitev
medijskih
sponzorjev
– koristi za
klub in ostale
sponzorje projekta**

Medijski sponzorji

Projekt bo imel lokalno in nacionalno medijsko izpostavljenost, kar daje možnost pridobitve medijskih sponzorjev tako na oglasnem kot uredniškem področju.

Poiskali bomo medijske sponzorje na vsaj treh komunikacijskih kanalih:

- ekskluzivni radijski medijski sponzor,
- ekskluzivni spletni medijski sponzor in
- ekskluzivni časopisni medijski sponzor.

Medijski sponzor lahko poseduje tudi več komunikacijskih kanalov.

Uredniški del (ekskluzivno uredniško pokrivanje dogodka z intervjuji, posebnimi oddajami, izjavami s tekem ...)

Oglasni del (najave dogodka v oglasnih blokih, “prikolice” za večje sponzorje, logotipi sponzorjev ...)

Pridobitev nemedijskih sponzorjev

**– koristi za
sponzorje,**

**kupce vstopnic,
poslovne partnerje**

Nemedijski sponzorji za

ATL – oglasni prostor v okviru prostora medijskih sponzorjev, na vseh uradnih dokumentih, scenskih ozadjih, asociativnost blagovnih znamk – uradni telekomunikacijski operater, banka, zavarovalnica, pijača, plačilna kartica ipd.; uradne nagrade za udeležence, kupce vstopnic ipd.; digitalne kampanje, usmerjene v ciljne javnosti (FB, IG, TikTok, Twitter, Google, remarketing ...)

BTL – aktivacija na dogodkih (POS), mreženje, predstavitve sponzorjev, nagradne igre, pred tekmo, med tekmo ...

SALES – ekskluzivna prodaja storitev in izdelkov sponzorjev vsem deležnikom projekta po ekskluzivnih pogojih, posebne akcije za celotno skupnost

PR – kliping (klasični in web), tiskovne konference pri sponzorjih, članki – tako strokovni kot poljudni nasveti s strani članov kluba npr. www.medover.net in podobnih “nasvetnih” portalih

CSR – asociativnost kluba in sponzorskih družbenoodgovornih vsebin v odvisnosti od želja in možnosti sponzorjev, obiski akterjev kluba na sponzorskih srečanjih

Sponzorska piramida

Diamantni sponzor

Zlati sponzorji, tehnični sponzor (2 do 3)

Srebrni sponzorji (3 do 5)

Bronasti sponzorji oz. sponzorji dogodkov (5 do 7)

Ostali sponzorji (medijski, dobavitelji ipd.)

Zasledujemo branžno ekskluzivnost

ATL

Oglasne možnosti

Vidnost na in ob tekmah

Dres, ogrevalne majice, trenirke, oprema za prosti čas

Oglaševanje na tekmah (igrišče, LED displeji ob igrišču, LED displeji na obodu dvorane, predprostori dvorane – navijaške cone)

Nalepke na igrišču (ovrednotenje)

Izpostavljenost na oglasnem ozadju (tiskovne konference, intervjuji ipd.)

Oglasni prostor na TV (v okviru TV pravic - ovrednotenje)

Oglasni prostor v medijih – logo ob najavah aktivnosti, tekem, treningov, ostalih aktivnosti (v primeru oglaševanja, koriščenja oglasnega prostora medijskega sponzorja)

Koriščenje ikon kluba (igralcev, trenerjev itd.) za oglaševalske kampanje sponzorjev ter ostale ATL in digital aktivnosti

Oglaševanje preko digitalnih vsebin kluba (bannerji, mesečni/tedenski nasveti sponzorjev za vse, akcija tekme/tedna/meseca/sezone, poimenovana po sponzorju, najave tekem z izpostavitvijo sponzorjev tekem – tudi mlajše kategorije)

Nasveti strokovnega osebja kluba, podprti s strani sponzorja – powered by

BTL

Neoglasne možnosti

VIP Hospitality oz. dogodki na in ob tekmah, nagradne igre, presenečenja za obiskovalce

Izvedba Dneva košarke v Novi Gorici in Gorici – festival košarke, športa in zabave (ekshibicijska tekma AllStar, otroški turnir, košarkarska zabava itd. - dodatni zaslužek za klub), Sončkov dan

Behind the scenes, lucky seat, posebne nagrade na tekmah, ogledi treningov z aktivnim sodelovanjem nagrajencev, presenečenja za sponzorje s strani igralcev, obletnice ipd.

13. igralec – nagrajenec, ki nekaj dni aktivno sodeluje pri aktivnostih kluba (treningi in ena tekma – vse to posnamemo in delimo)

Nagradni obiski treningov za posebne nagrajence, zveste navijače, nagrajence, zaposlene, poslovne partnerje sponzorjev

Sodelovanje sponzorjev z njihovimi aktivacijami za pridobivanje novih kupcev, strank

Izkoriščanje baz podatkov (prodajne aktivnosti sponzorjev in kluba, direktni marketing ipd.)

Izkoriščanje programa zvestobe (dodatne koristi za privrženca kluba, stranke sponzorjev, ki so potencialne skupne stranke ipd.)

Udeležba na gostovanjih doma in v tujini

Mesto v UO kluba in soodločanje o prihodnosti kluba

CSR

Družbena odgovornost

Sodelovanje z eno lokalnih dobrotelnih ustanov na daljši rok - ustvarjanje skupnih zgodb, ki so lokalno in regionalno prepoznavne

Animacija otrok iz neurejenih družinskih okolij (mecenstvo igralcev oz. funkcionarjev kluba)

Klubski ambasadorji dobrotelne ustanove oz. otrok

Obiskovanje in organiziranje humanitarnih prireditev, iskanje mladih talentov, obiskovanje bolnišnic in ostalih ustanov, ki ljudem pomagajo v težkih situacijah

Organizacija brezplačne poletne šole košarke (sodelovanje s krovno organizacijo) za otroke, ki plačila ne zmorejo (nekaj mest znotraj običajnega projekta)

Sodelovanje pri drugih CSR projektih sponzorjev

Sodelovanje na dobrotelnih in drugih CSR prireditvah in projektih (klubskih in sponzorskih – povezava z ostalimi klubi v mestu in regiji)

Otroci spremljevalci na tekmah (ogled tekem za hendikepirane in socialno ogrožene otroke)

Te projekte podpiramo preko medijskega sponzorja/sponzorjev. Tedensko lansiramo informacije o projektu in zbranih sredstvih v medije, objavljamo na spletnih in družbenih mestih KD Nova Gorica mladi (spletna stran, Twitter, FB, IG itd.).

PR

aktivnosti v povezavi s sponzorji

Tiskovne konference pred začetkom sezone, ob pomembnih okrepitvah, pridobitvi novih sponzorjev ipd.

Aktivnosti na družbenih omrežjih (FB, Twitter, Instagram, TT itd.) z rednimi objavami oz. posti o dogajanju v klubu

Optimizacija spletne strani kluba na način, ki omogoča večje pojavljanje med uporabniki spleta – SEO analiza

Vključevanje preko kanala YouTube in objavljanje na kanalu s povezovanjem na vse ostale digitalne kanale

Sodelovanje z eno izmed kliping agencij, ki bi klubu omogočala ovrednotenje pojavljanja v medijih – po sezoni 2024/25

SALES

Prodajne aktivnosti v povezavi s sponzorji

Oblikovanje posebnih prodajnih ponudb sponzorskih storitev ali izdelkov in njihova mrežna prodaja znotraj baze kluba

Oblikovanje posebnih prodajnih ponudb klubskih storitev ali izdelkov in njihova mrežna prodaja znotraj baze kluba in sponzorskih strank

Prodaja artiklov tehničnega sponzorja z RVC v korist kluba

Program Povabi prijatelje na tekmo – znotraj sponzorske strukture aktivacija celotnega internega in eksternega potenciala sponzorjev

Oblikovanje posebnih linij izdelkov oz. storitev s cobrandingom #GoBasket

Pridobivanje novih sponzorjev z vzvodom moči (finančne, prodajne) obstoječih sponzorjev ter partnerjev kluba - prodajne koristi za sponzorje v obeh B2B in B2C segmentih

Vabimo vas, da postanete del
vrhunske ekipe kot sponzor projekta

#GoBasket

Pridružite se nam na razvojni poti.

Marko Marcetič, predsednik

Veseli bomo vašega odziva in predlogov.

Marketing in sponzorstva:

Marko Marcetič
markom@kdng-mladi.si
041 895 412

Disclaimer: It is acknowledged by the reader that information in this marketing proposal is in all respects confidential in nature, therefore reader agrees not to disclose it without the express written permission of the Agencija GIG. All proposed marketing activities, PR, communication strategies and other activities in this document are intellectual property of Agencija GIG, and will not be used, performed, or derived in any way by the Client, third-party agencies or individuals without the written permission of the Agencija GIG. All logos and trademarks are used and displayed for demonstration purposes only. All product names, logos, and brands are property of their respective owners. All used graphics in the offer are either owned by Agencija GIG, provided by The Client or from free Stock Photo Library (PexelsCom / PixabayCom / UnsplashCom / StockSnaplo) and are under CC0 License (Creative Commons - No Rights Reserved), if not stated otherwise. All proposed activities in the offer will be finalized and realised according to agreement with the Client and inside the budget scope, and are subject to change. Detailed plan of activities (e.g.: exact number of ads, ad positioning, targeted media, ad duration, number of ad placements, and all other activities) will be finalised after the market analysis and position strategy phase.

GIG INT d.o.o.,
Ljubljana, marec 2023