

powered by



eSport
Summit

Wie sieht die richtige Sponsorenansprache aus?

Die durchschnittliche Mail

Hallo,

mein Name ist Youtuber. Könnt ihr mich sponsern?

Liebe Grüße

Ohne Arbeit keine Sponsoren

- Bereitet eure Präsentation vor:
 - Social Media Profile
 - Website
 - Twitch Kanal & OBS
- Nur mit einem durchdachten / seriösen Auftreten, erlangt man Vertrauen
- Überlegt euch, was ihr wann, wie oft und wie machen wollt

KPIs? Warum sind die wichtig und kann man das essen?

- Wer investiert, will wissen, was sie/er bekommt.
- Bereitet eure Kennzahlen vor:
 - Welche Reichweite generiert ihr?
 - Welche Kanäle nutzt ihr aktiv?
 - Wer ist eure Zielgruppe?
 - Wieviele erreicht ihr durchschnittlich?
 - Warum ist genau dieser Sponsor richtig für euch?

So sollte es aussehen

Sehr geehrte/r Frau/Herr Sponsor,

mein Name ist Youtuber,

seit 1 Jahr betreibe ich meinen Youtube Kanal „PogChamping for DansGames“. Das Kernthema sind Let's Play Videos zum sehr populären Videospiel „Half Life 3“. Innerhalb kürzester Zeit ist mein Kanal auf über 250.000 Abonennten gewachsen. Meine Community zeichnet sich durch besonders starkes Engagement aus und ist sehr treu.

Die KPIs meines Kanals in Kurzübersicht:

- Über 250.000 Follower
- Kernzielgruppe sind Männer im Alter von 18 – 25 Jahren
- Meine Follower kommen zum Großteil aus Österreich. Deutschland und die Schweiz sind die nächstgrößten Segmente.
- Meine Videos erreichen in den ersten 24 Stunden durchschnittlich 10.000 bis 25.000 Aufrufe. Über den gesamten Kanal liegt der Durchschnitt bei 120.000 Aufrufen pro Video.
- Ich veröffentliche täglich ein neues Video.

Um die nächsten Schritte für meinen Kanal zu machen und meine Community weiter auszubauen, würde ich gerne mit Ihnen über eine Kooperation sprechen.

Mit freundlichen Grüßen|

Was noch fehlt? Die richtigen Sponsoren

- Recherchiert Sponsoren, die zu euch passen

Gaming Kanal und Autowerkstatt – Nein

Gaming Kanal und Hardwarehersteller – Ja!

- Passende Sponsoren stärken die Glaubwürdigkeit und können langfristiger aufgebaut werden

Verkauft euch nicht unter eurem Wert

- „Was nichts kostet ist nichts wert.“
- Rabattcodes mit Umsatzbeteiligung sind zwar nett, aber nicht nachhaltig
- Findet heraus, was eure Leistung / eure KPIs wert sind
- Wer mit klaren Ideen in ein Gespräch rein geht, wirkt professioneller

Fazit

- Professionelles Auftreten
- Klare Vorstellungen zum eigenen Wert
- Definierte KPIs
- Die richtigen Sponsoren
- Aber: Macht euch auf Absagen gefasst.

Fragen?

Antworten!



*“Dabei sein. Nicht
verschlafen.”*

Website: www.esportsummit.at

FB-Event: www.facebook.com/esportsummit

Kontakt: alex@esportsummit.at | gabriel@esportsummit.at | philipp@esportsummit.at