



## Att söka och ta kontakt med sponsorer för ditt språkcafé: tillvägagångssätt

Sponsorer har sina egna agendor. Försäkra dig om att du är med på deras. De behöver veta vad de får för pengarna eller bidragen de erbjuder. För det mesta söker de nya klienter (kommersiella sponsorer) medan en del är ute efter ett gott rykte (pr-sponsorer).

Redan från början måste du bestämma dig för vad du behöver en sponsor till (lokal, material, produkter som gör reklam för språket ifråga, fria kurser, vouchers som kan utgöra priser) så att du kan identifiera den bästa sponsorn för detta.

När du tar kontakt med en sponsor - ta personlig kontakt! (Brev eller e-post hjälper inte.) Han/hon kommer att vilja veta följande: Antal (tala inte om det verkliga antalet deltagare, utan om multiplikatoreffekter) samt vilka typer av publik.

Tabellen nedan hjälper dig att förbereda dig för att ta kontakt med en potentiell sponsor.

<p>1. Vilken typ av språkcafé tänker du på (språk, målgrupp, lokal, föreslagna aktiviteter/teman)</p>
<p>2. Vilken typ av sponsring söker du efter (penningbidrag, användning av lokal, gratis informationsspridning, mat och dryck...)</p>
<p>3. Hur tänker du närma dig din publik? Gör en lista på metoder och medel du planerar att använda, se informationsguiden för språkcaféer)</p>
<p>4. När planerar du att starta, t.ex. när går det första språkcaféet av stapeln och hur ofta tänker du fortsätta att arrangera det?</p>
<p>5. Vem kommer att vara ansvarig för det (dvs. vem kommer att vara huvudsaklig kontaktperson för sponsorn?)</p>
<p>6. Vilka kostnader förutser du (detta gäller bara om du kontaktar en sponsor för penningbidrag)?</p>
<p>7. Vilka fördelar kommer sponsorn att få (t.ex. att sponsorns namn och logo finns med i materialet/informationen, att en tjänst till allmänheten förmedlas, att nya studenter attraheras...)</p>

