



Urheilumanageri-ilta 16.3.2015

Santasport Lapin Urheiluopistolla

Mitä on sponsorointi , markkinointiyhteistyö, tukeminen, managerointi? Mitä manageri tekee seura- ja yksilötasolla? Miten manageri kouluttaa itseään? Kuka on manageri ja kuka voi olla manageri? Millainen on hyvä manageri?

Näihin ja moniin muihin managerointiin liittyviin kysymyksiin saat vastauksen osallistumalla Suomen Urheilumanagerit ry:n järjestämään urheilumanageri-iltaan, joka on osa laajempaa aluekoulutuskiertuetta. Tilaisuus järjestetään Santasport Lapin Urheiluopiston Tiera -auditoriossa 16.3.2015 klo 18.00-21.00.

Keskeisiä asioita urheilumanageri-illassa ovat managerin eettisesti vastuullinen työ, urheilijan palveluammatti/harrastus, innostuminen asiaan ja yhtenä urheilijan avustajana toimiminen. Tässä koulutuksessa käsitellään erityisesti myös seuramanageroinnin erityispiirteitä. Tilaisuus on tarkoitettu kaikille urheilusta kiinnostuneille ja mahdollisesti alan töissä jo mukana oleville.

Kouluttajana toimii useiden huippu-urheilijoiden manageri Jukka Virtanen. Tilaisuus on maksuton.



Manageroinnin aluekoutuksen sisältö:

Mitä on sponsorointi, markkinointiyhteistyö, tukeminen, managerointi seura- ja yksilötasolla?

- Sponsorointi on osa kokonaisvaltaista markkinointia, joka luo lisäarvoa molemmille/kaikille osapuolille.
- Markkinointiyhteistyö on neutraalimpi (laajemmin hyväksytty) termi urheilijan ja yrityksen taloudelliselle yhteistyösopimukselle.
- Tukeminen on vastikkeetonta tukea urheilijalle, joka voi perustua esim. yhteiskuntavastuuseen, lajirakkauteen ja/tai tuttavuuteen. Ei tarvitse liittyä esim. logonäkyvyyttä tms.
- Managerointi on seuran/urheilijan edunvalvontaa, tukitoimintaa ja neuvontaa sekä markkinointiyhteistyösopimusten hyödyntämisen koordinoimista.

Kuka on manageri tai voi olla?

- Manageri on urheilijan tukihenkilö, tiimin vetäjä. Hän voi olla alan ammattilainen, seuran pj. sihteeri, taloudenhoitaja tai valmentaja. Hän voi olla äiti, isä, veli, sisko tai kummi. Hän voi olla pankinjohtaja, yritysjohtaja tai kirkkoherra tai kaikkien näiden koossapitäjä, GM eli General Manager.
- Manageri ei voi olla talouttaan paikkaava henkilö. Hän ei voi olla kokeilija vaan lähtökohtana tulee olla rakkaus urheiluun, koska käytännössä on usein kyse talkootyöstä.

- Pohjatiedon ja perustaidot managerin työstä saa Suomen Urheilumanagerit ry:n järjestämiltä kursseilta.

Mitä manageri tekee?

Manageri toimii urheilijan apuna kaikessa:

- Hankkii rahoitusta -> mahdollistaa harjoitusedellytykset
- Hoitaa mediayhteyksiä -> näkyvyys
- Järjestää tiedotustilaisuuksia -> julkisuuskuva
- Käy neuvotteluja perheen, valmentajien, lääkäreiden, seuran, lajiliiton ja OK:n kanssa urheilijan asioiden järjestämisestä -> joukkueenjohtaja GM
- Huolehtii verottajaan päin asioiden hoidosta tai ainakin, että ne asiat ovat kunnossa -> rahastot, yritys, tulot
- Toimii kuuntelijana ja harvemmin puhujana (omien murheiden aika on vasta suhteen pitkittyessä).

Millainen on hyvä manageri?

- Hyvä manageri muodostuu siitä, että tekee edellä kuvatut tehtävät hyvin => ansaitsee luottamuksen omalla toiminnallaan, ei puheillaan.
- Hyvä manageri on palveluammatti.
- Hyvä manageri muistaa aina, että ilman urheilijaa ei ole seuroja, liittoja, urheilumediaa eikä managereja.
- Hyvä manageri tuntee urheilijan lajin perusteet ja edellytykset.
- Hyvä manageri on sovittelija ja positiivinen => paineensietokyky
- Hyvä manageri on ahkera, koska työssä ei ole mitään ylärajaa. Rahallista korvausta ei ole usein kannattavaa suhteuttaa työn määrään vaan ajatella, mitä tekemisestä saa muuta ja "sijoittaa" tulevaisuuteen, mikäli urheilija alkaa menestyä.

Miten koulutat itseäsi?

- Managerikoulutusta tehdään Vierumäellä Suomen Urheilumanagerit ry:n kanssa yhteistyössä.
- Managerit ry. kouluttaa myös alueellisesti ja pyydettäessä.
- Itsensä kehittäminen on jatkuvaa ja tietoa joutuu hakemaan monista eri lähteistä. Liittojen puoleen kannattaa kääntyä, koska lajikohtaiset eroavuudet ovat joskus isoja.
- Markkinointikirjallisuus auttaa, vaikka itse manageroinnista onkin varsin vähän kirjallisuutta.
- Tekemisen ja työn kautta oppiminen -> teoria käytäntöön

Perhe, seura, lajiliitto, OK

- Urheilijan taustajoukkoihin liittyy uran mittaan uusia elementtejä. Verkoston säilyttäminen ja kasvattaminen ovat tärkeitä.
- Managerin tulee tuntee urheilijan taustajoukot ja urheilun organisaatiot. Nämä antavat mielellään tietoa itsestään, kun vaan heihin on yhteydessä. Yhteinen nimittäjä on kuitenkin urheilija.
- Managerin pitää myös ottaa huomioon eri tahojen intressit ja mitä he urheilijalle antavat ja mitä "ottavat" -> päätökset oikean kokoonpanon löytämiseksi voivat viedä aikaa ja olla myös kipeitä.

Yhteistyöyrittäjä, media, muut sidosryhmät

- **Urheilija tarvitsee rahaa.**
- Yhteistyöyrittäjä antaa yhä harvemmin rahaa vaan haluaa vastineita.
- Vastineissa kannattaa olla luova ja kuunnella yrityksen toiveita.
- Yrityksien lähestymisessä kannattaa pyrkiä henkilökohtaiseen yhteyteen = soitto ja tapaaminen. Joukkolähetys sähköpostilla ei ole varainhankintaa!
- Hinnoittelu on tärkeää ja apua saa esim. Managerit ry:ltä. Yhtä ainoaa oikeaa hintaa ei olekaan, mutta kokoluokka kylläkin.
- Yhteistyön hyödyntämisen koordinointi, jotta taso tekemisessä säilyy ja urheilija pystyy keskittymään tärkeimpään eli urheiluun.
- Hyödyntämisen aktivointi -> näkyvyyden kasvu -> tunnettuuden kasvu -> sopimusten arvonnousu
- **Media on itseään kunnioittava ja itsetietoinen.**
- Median kanssa ollaan yhteistyössä.
- Medialle voi esittää toiveita, muttei vaatimuksia.
- Mediaa palvellaan. Tietoa ei yleensä koskaan jaeta liikaa.
- Mediaa jakaantuu moneen osaan ja perussääntönä on, että urheilumerialle vastataan aina kun vaan voidaan. Muun median kanssa vedetään linjat urheilijan kanssa.
- Media muodostaa useimmiten (halusi tai ei) sponsoroinnin lisäarvon.
- Media on valtavassa murroksessa vrt. sähköinen/printtimedia. TV ja netti muokkaantuvat samaksi mediaksi tai siis jakelu yhdistyy jne.
- Median kanssa ei olla kavereita -> ovat ystävällisiä kun tarvitsevat itse jotain ja unohtavat palvelukset heti, kun ovat saaneet omat tarpeensa tyydyttyä.

Ystävä vai ammatti?

- Managerista tulee usein ystävä tai melkein perheen jäsen. Se ei saa olla kuitenkaan tavoite vaan seuraus.
- Managereiksi tulee yhä enemmän ammatinharjoittajia, joista voi tulla myös ystäviä.
- Kaikissa tapauksissa managerin tulee olla osana laajaa sidosryhmä- ja turvaverkkoa, joka kantaa urheilu-uran jälkeenkin.

Ilmoittaudu tilaisuuteen tästä linkistä:

<https://www.webropolsurveys.com/S/BC7A7C5D75A1350E.par>

Lisätiedot koulutukseen ja urheilumanagerointiin liittyen: jukka.virtanen@jukrat.fi, 0500 413682 ja [Suomen Urheilumanagerit ry:n nettisivu.](#)

Lapin Urheiluakatemia
0207984236
Hiihtomajantie 2
96400 ROVANIEMI



www.lapinurheiluakatemia.fi

Osoitelähde: Lapin Urheiluakatemia asiakasrekisteri
[Peru uutiskirje](#)