

# Accès à un groupe cible lucratif

## Pourquoi les sponsors misent-ils sur la SPTA?

600 enseignants de tennis actifs diplômés dispensent chaque jour des cours dans 900 clubs et centres de Suisse et sont en contact régulier avec quelque 600 000 joueurs de tennis – un groupe cible lucratif pour de nombreuses entreprises. Miser sur l'association professionnelle des meilleurs professeurs et enseignants de tennis (SPTA), c'est opter pour un réseau important de diffuseurs et donc pour un marketing d'influence direct auprès des personnes. TEXTE: PREDRAG JURISIC. PHOTO: MÀD

Que ce soit sur YouTube, sur Instagram ou sur Facebook, le marketing d'influence est actuellement très à la mode chez la plupart des responsables marketing. Tandis que les influenceurs des réseaux sociaux n'ont que de rares contacts avec leurs fans, la SPTA propose un réseau de diffuseurs qui connaissent très bien leurs fans car ils les voient souvent. Une situation idéale pour une application directe du marketing d'influence.

### Ce que les équipementiers font depuis longtemps

Faire des enseignants de tennis des diffuseurs ne date pas de la dernière pluie: les fabricants d'équipements de tennis pratiquent cela depuis longtemps en vendant leurs produits directement via les entraîneurs avec qui ils ont un contrat. L'intérêt des joueurs de tennis ne se limite cependant pas aux produits spécifiques au tennis, mais s'étend aussi à des produits et des services relevant du mode de vie, de la santé, de la forme physique ou de la mobilité.

La présence en personne ou via les médias des sponsors lors des nombreux événements de la SPTA permet de multiples contacts avec les enseignants de tennis, qui peuvent être non seulement des diffuseurs pour l'entreprise, mais également des clients directs.

### Réseautage du niveau régional au niveau international

Mis à part plus de 600 enseignants de tennis actifs (en tout, on compte 1600 enseignants de tennis diplômés en Suisse), la

SPTA dispose également d'un important réseau de partenaires aux niveaux national et international, dont Swiss Tennis, l'Office fédéral du sport, PTR et le DTB-Kongress à Berlin. Au niveau local et régional, la SPTA agit sur deux fronts: elle touche d'une part directement la base de ses membres via les organisations régionales, et, d'autre part, elle favorise l'échange avec les clubs et les centres via ses membres actifs en matière de contrats de travail et de coopération ainsi que de conseils en matière de marketing ou d'organisation.

### Ce que les sponsors disent jusqu'à présent

Les partenaires traditionnels tels que ACE Sports AG et Joseph Tennisplatzbau AG s'engage depuis plusieurs années déjà pour l'association professionnelle des meilleurs professeurs et enseignants de tennis (SPTA) et apprécient principalement deux choses. D'une part, les plateformes innovantes et vivantes que sont les événements tels que le Forum de tennis et les événements régionaux de la SPTA, lors desquels ils peuvent s'entretenir avec plus de 600 diffuseurs. D'autre part, la collaboration étroite et professionnelle avec la SPTA et les prestations de sponsoring bénéfiques avec un contrôle permanent et des retours chaque année.

### Aimeriez-vous aussi faire partie de nos sponsors?

Alors nous nous réjouissons de votre appel ou de votre e-mail: 041 639 53 47 / info@spta.ch. ●



**Bureau Swiss Professional Tennis Association**

c.p. 324, CH-6391 Engelberg  
Tél. 041 639 53 47, Fax 041 639 53 44  
E-Mail: meierhofer@spta.ch



## Ce que les sponsors de la SPTA reçoivent

La SPTA cherche à créer une situation où ses membres et ses partenaires sont tous gagnants et propose pour cela une multitude de possibilités pour être présent et faire de la publicité:

- Présence sur tous ses propres médias électroniques et imprimés (site internet, newsletter, e-mails, lettres, magazine de l'association Gazette);
- Annonces et contributions rédactionnelles (articles RP) dans le magazine de l'association Gazette, qui paraît deux fois par année.
- Stand de promotion gratuit au Forum de tennis suisse, qui accueille en moyenne 300 enseignants de tennis et entraîneurs.
- Présence lors des ateliers régionaux de la SPTA.
- Adresses pour les campagnes de marketing direct.