

Tài trợ (to fund) là một công cụ của chiêu thức mà các tổ chức, doanh nghiệp thường sử dụng, theo đó doanh nghiệp/tổ chức đang hoạt động khoản đầu tư giá bán ngay tức thì cho một sản phẩm hoặc tổ chức xã hội. Hoạt động tài trợ làm cho công chúng biết và hiểu rõ về doanh nghiệp, làm thay đổi thái độ của công chúng với doanh nghiệp. Tài trợ là một công cụ hiệu quả. Tài trợ cho các giải thi đấu thể thao là hoạt động thường thấy. Samsung electric là nhà tài trợ chính cho giải Taekwondo tuyển chọn vận động viên khu vực châu Á tham gia Olympic Bắc Kinh 2008. Gillette luôn sử dụng tài trợ thể thao như một công cụ quảng bá thương hiệu hiệu quả nhất cho mình, với hợp đồng tài trợ đầu tiên của công trình truyền thu phát trên radio giải US World Series năm 1939. Ngày nay, mối quan hệ giữa Gillette và thể thao vẫn rất bền chặt với các hợp đồng tài trợ tiếp tục đóng vai trò chủ chốt trong chiến lược truyền thông của Gillette. Việc tài trợ cho chương trình bóng đá trên kênh Sky Sport năm 2004 với tên Gillette Soccer Saturday cùng với việc tài trợ cho World Cup sử dụng tiếp tục giúp Gillette trở thành nhà tài trợ thể thao lâu đời. Không thể thiếu hoạt động tài trợ với các thương hiệu khác.