



**HC MASARYK  
UNIVERSITY**

**REPORT ZA SEZÓNU 2019/20**

# DĚKUJEME!

Vážení sponzoři,

tímto Vám chceme z celého srdce poděkovat, že jste se v uplynulé sezóně rozhodli podpořit tým HC Masaryk University. Díky Vám mohlo mnoho nadějných hokejistů skloubit své studium s činností v týmu a mnoho studentů z různých oborů mohlo čerpat cenné zkušenosti na praxích, které jsme jim nabízeli. V tomto marketingovém zhodnocení sezóny najdete přehled našich aktivit, pomocí kterých jsme budovali Brand HC Masaryk University a a tím jsme také pomohli v naplňování Vašich marketingových cílů. Na konci reportu najdete také přehled dalších možností spolupráce, pro případ, že byste chtěli naši partnerskou spolupráci rozšířit. V případě jakýchkoliv dotazů mě neváhejte kontaktovat.

Za tým HC MUNI zakladatel a manažer,

JOZEF NOVÁK



**ČLOVĚK NEMŮŽE BÝT SILNÝ, KDYŽ JE SÁM**  
(T.G. Masaryk)



# 1

## SEZÓNA 2019/2020

### ULLH

V sezóně 19/20 jsme se rozhodli opustit EUHL a spolu s dalšími týmy jsme se stali součástí nové Univerzitní ligy ledního hokeje (ULLH). Jedná se o převratnou událost pro celý univerzitní sport, příležitost pro velkou spoustu studentů a v neposlední řadě zdroj nekonečné zábavy při vzájemném soupeření škol.

ULLH získala podporu Českého svazu ledního hokeje a generálním partnerem se stala společnost Tipsport. Všechny zápasy tak bylo možné sledovat nejen na stadionu, ale také na exkluzivní platformě **TipsportTV**. Novinkou byly živé přenosy v **České televizi**, kde jsme si i my odehráli svou premiéru proti domácímu týmu BOO Ostrava.

Podle očekávání přinesla liga vyšší zájem ze strany fanoušků, který se odrazil i na vyšší návštěvnosti našich zápasů. Dlouhodobým cílem ligy je stát se třetí nejsilnější soutěží v České Republice a silným marketingovým hráčem na akademické půdě.



První zápas HC MUNI v univerzitní hokejové lize (ULLH)



## SPORTOVNÍ VÝSLEDKY

Masaryčce se první sezóna v ULLH vydařila. Mířili jsme na první příčku, avšak na první Engineers jsme po dvaceti zápasech ztratili 11 bodů. Předčasné ukončení soutěže kvůli COVID-19 nám neumožnilo se v play-off poprat o titul a museli jsme se tak spokojit s titulem vicemistrů soutěže.

Našim hráčům se v sezóně dařilo i po individuální stránce.

- **Jan Kalus** - Nejlepší nováček sezóny (14Z, 5G + 11A)
- **Matej Florek** - 4. v kanadském bodování (17z, 10G + 11A)
- **David Holub** - 93,6% úspěšnost zákroků; 1,80 průměr inkasovaných gólů na zápas

Historický moment nastal v druhé polovině sezony, kdy si mnozí naši hráči splnili sen a nastoupili proti Ostravě v přímém přenosu České televize.



#	TÝM	Z	V	VP	P	PP	VB	IB	B
1	Engineers Prague	20	17	0	2	1	96	32	52
<b>2</b>	<b>HC Masaryk University</b>	<b>20</b>	<b>11</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>78</b>	<b>50</b>	<b>41</b>
3	Black Dogs Budweis	20	11	0	8	1	78	70	34
4	Akademici Plzeň	20	8	1	8	2	57	67	28
5	UK Hockey Prague	20	8	1	11	0	67	66	26
6	HC Univerzita Palackého v Olomouci	20	8	0	10	1	60	78	25
7	BO Ostrava Vítkovice Steel	20	5	3	10	2	66	78	23
8	VUT Cavaliers Brno	20	1	2	16	1	40	101	8

# 2

## MARKETINGOVÉ ZHODNOCENÍ SEZÓN

Způsob komunikace (tón, cílová skupina, kanály) se proti minulému roku výrazně nezměnil. Letos jsme se však soustředili na vylepšení a zefektivnění komunikace tak, aby měla větší **dosah a zapojení**. Naše snahy byly vidět primárně ve dvou rovinách – v návštěvnosti na zápasech a v datech z online komunikace.

### NÁVŠTEVNOST

  
**10 600+**  
FANOUŠKŮ ZA POSLEDNÍ 2 SEZÓNY

  
**580** ▲ (+60%)  
PRŮMĚRNÁ NÁVŠTEVNOST

  
**4300+**  
FANOUŠKŮ NA ZÁPASE V DRFG ARÉNĚ



Historicky první televizní zápas Univerzitní hokejové ligy



Výroční zápas v DRFG aréně

## ONLINE

V **online prostoru** jsme pokračovali v komunikaci primárně na webu, Facebooku a Instagramu. Webové stránky se letos pod vedením ULLH sjednotily – mají přehledný, moderní vzhled s možností propagace týmu přímo na hlavní stránce ligy.

### Facebook

Dosah

83,258

+19 446\*

Zájem

41,367

+17 504

Zhlédnutí

21,592

+15 418

Počet příspěvku

201

+57

### Instagram

Dosah

32,402

-1 655

Interakce

12,820

+2 408

Zobrazení

314,267

+35 499

### Web

Celková návštěvnost

35,000+

Návštevnost sekce HC MUNI

7,000+

\* Porovnání s ligovým průměrem





Pop-up párty

## OFFLINE

V off-line komunikaci jsme pokračovali v osvědčených pop-up party na kolejích, na které jsme zvali top mladé DJ z Brna a dávali studentům vědět jak o našem týmu, tak i o našich partnerech. Na těchto akcích se nám daří zábavnou a nenásilnou formou šířit brand awarness a získávat nové fanoušky. Krom toho sme pokračovali v již osvědčených PR aktivitách, které sme ale rožšířili o pár novinek

### 100L Krve pre Masarykovu univerzitu

HC MUNI chodí darovat krev pravidelně každý rok. Letos mělo ale darování i speciální symboliku. V rámci oslav 100 výročí založení, vydala Masarykova univerzita výzvu k darování krve se symbolickým názvem 100 litrů krve pro MU. Do této akce se zapojili všichni hráči našeho týmu + několik členů realizačního týmu.

### Podpora nadačního fondu Emil

V přestávkovém programu jednoho z nejsledovanějších zápasů proti Engineers Prague jsme dali prostor handicapovaným krasobruslařům z nadačního fondu Emil, který pomáhá handicapovaným dětem překonávat vlastní bariéry pomocí sportu. Kromě tohoto skvělého představení jsme nadační fond podpořili i dobrovolnou prací na vánočních trzích, kde jsme pomáhali s čepováním punče.



HC MUNI při darování krve





Návštěva HC MUNI v dečkom domove

### Návštěva dětského domova

Mezi stálé aktivity řadíme i návštěvu dětského domova v Brně. Dětem nejen zpestříme den hrou a aktivitami, ale vždy jim také přineseme věci, které potřebují.

### Bruslení s Erasmáky

Novinka této sezóny, kde se intenzivně snažíme pracovat opět se studenty ze zahraničí. Letos jsme v Brně “pod Joštem” uspořádali veřejné bruslení pro Erasmáky, které jednotliví členové týmu učili bruslit – zúčastnilo se téměř 40 zahraničních studentů.

### Plyšáková bouře

Populární aktivita, která se v důsledku COVID-19 zrušila den před uskutečněním. Projekt spočívá v tom, že po prvním gólu zápasu fanoušci házejí plyšáky na led. Plyšáci poté putují do dětských nemocnic jako podpora dětem. Projekt, do kterého se zapojila i ligová Plzeň, je populární ve světě i doma a HC MUNI bude určitě projekt realizovat v následující sezóně.

### Sázíme góly, sázíme stromy

Za každý gól, který v jsme v poslední sezóně vstřelili, vysadíme spolu s našimi fanoušky 10 stromů. V rámci akce budeme komunikovat vliv odlesňování na změny klimatu a nepřímý vliv na hokej v budoucnosti.

# 4

## SEZÓNA 2020/21

Pevně věříme v to, že situace z jara se nezopakuje a sezónu 2020/21 odehrajeme řádně. V závislosti na Vašem marketingovém cíli dokážeme upravit podmínky aktuální spolupráce a udělat ji tak efektivnější.

### BRAND AWARENESS

- Reklama na hráčské výstroji
- Fanouškovské dresy
- Injektáž v přímém přenosu na TipsportTV
- Branding speciálních derby zápasů
- Banner/sponzorská plachta
- Audiospot

### BRAND IMAGE

- Plyšáková bouře
- Sázíme góly, sázíme stromy
- Nadační fond Emil
- Darování krve



**DĚKUJEME ZA SPOLUPRÁCI A TĚŠÍME SE NA DALŠÍ!**