

Propagace a média (nk2285)

Michal Jilka

Požadavky na splnění předmětu

- Vypracování závěrečného projektu
- Zkouška

Závěrečný projekt

- Vypracování samostatně
- Nahrání projektu do odevzdávárny (30. 4.)

- Téma: Propagace vybraného sportovního klubu/akce
 - Analýza současného stavu
 - Analýza konkurence a postoje veřejnosti
 - Stanovení strategických cílů a stanovení cílů pro komunikaci a public relations
 - Vypracování mediálního plánu
 - Vypracování tiskové zprávy

Struktura seminářů

Datum	Téma
3.3.	Představení a seznámení s obsahem předmětu Specifika sportovního marketingu, marketingová komunikace a komunikační mix Corporate Identity
17.3.	Mediální plánování a public relations Digitální marketing ve sportovním prostředí
21.4.	PRE proces

Teď něco o vás?

Specifika sportovního marketingu

The 7 Ps of Service Marketing



Kar (2010)

Sportovní produkt (Čáslavová, 2009)

- Sportovní hra
- Přitažlivost sportovních hvězd
- Výbava a výstroj, merchandising
- Novinky a nápady
- Místo
- Personál a proces
- Vstupenky a tiskové materiály
- Elektronické produkty
- Organizace



Cíle marketingová komunikace (Přikrylová & Jahodová, 2010)

- Poskytnout informaci
- Vytvořit a stimulovat poptávku
- Odlišit produkt
- Zdůraznit užitek a hodnotu produktu
- Stabilizovat obrat
- Vybudovat a pěstovat značku
- Posílit firemní image

<http://bit.ly/2mHBDaj>

 **Biathlon NMNM**
Zveřejnil(a) Jan Skřička (??) · 7. prosinec 2016 · 🌐

Hele co máme! 😊 Vybavte se i Vy!



BiathlonNMNM.cz
Už jen dny odpočítáváme do startu 3. kola Světového poháru v Novém Městě na Moravě. Chystáte se na Vysočinu a chcete tam přijet už vybavení? Nebo naopak budete sledovat dění v NMNM u televizní obrazovky? V obou nebo i dalších...
BIATHLONNMNM.CZ

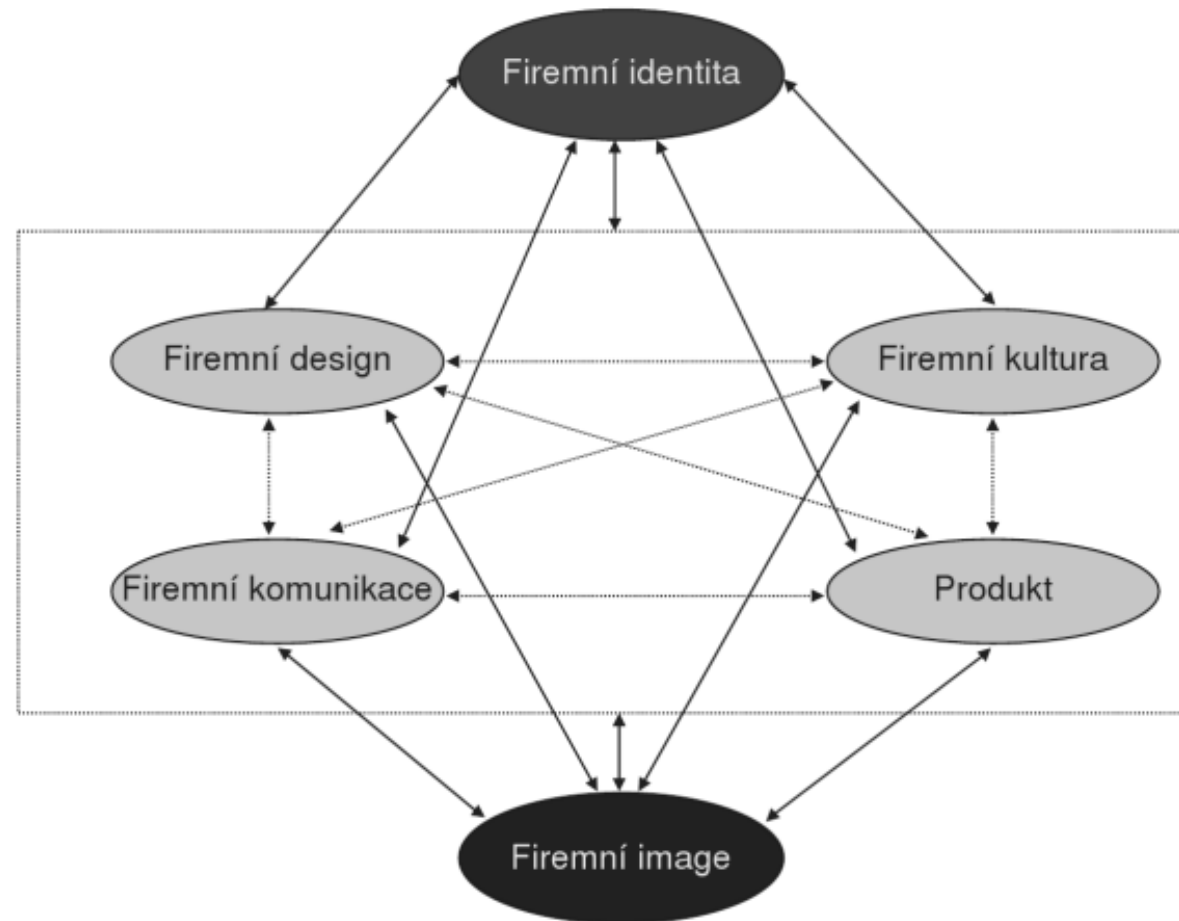
Komunikační mix (Vaštíková, 2008)

- Reklama (dresy, oděvy, start. čísla, mantinely, nářadí, náčiní, tabule, panely)
- Podpora prodeje (snížení cen, programy pro věrné zákazníky, kupóny)
- Osobní prodej
- Direct marketing (e-mailing, telemarketing, SMS marketing, katalogy)
- Event marketing (program pro zákazníky – sport, umění, gastro, dětské)

Komunikační mix (Vaštíková, 2008)

- Guerilla marketing (netradiční využívání mark. prostředků, maximální efekt za minimum nákladů)
- Virální marketing (sociální sítě, pošta, mobilní telefon)
- Product placement
- Public relations
- Internetová komunikace

Corporate identity (Vysekalová & Mikeš, 2009)



Corporate design (Black, 1994; Clow & Baack, 2008; Svoboda, 2009; Voráček, 2012; Vysekalová & Mikeš, 2009)

- Název organizace
- Logo a jeho zkratka (písmo + typografie)
- Emblém nebo symbol
- Uniformy a oblečení
- Firemní produkty a jejich grafika
- Interiér, označení budov, fanshopů
- Tiskoviny
- Fotografie, videa
- Webové stránky, online prezentace



hummel



BRNO 10. ROČNÍK
OPENGAME
2016
16. 6. - 19. 6. / 23. 6. - 26. 6.

SH Univerzity Obrany
CESA VUT
SH Hattrick Brno
Tatran Bohunice
TJ Tesla Brno
TJ SKKP Brno
TJ Start Brno
VSŠ Veterinární
ISŠ Automobilní
Univerzitní Campus
ZŠ Čejkovická



hummel



BRNO 10. ROČNÍK
OPENGAME
2016



hummel



BRNO 10. ROČNÍK
OPENGAME
2016

Filip KEJÍK (CZE)

o Hummel Open Game

„Open Game je pro mě poznávání lidí hlavně po večerech a mimo hřiště.“





A screenshot of a Facebook event page for the Hummel OpenGame floorball tournament. The page has a red background with a silhouette of a castle. On the left, there is a white box containing the event logo: "hummel BRNO 10. ROČNÍK OPENGAME 2016". To the right of the logo, the event title is "HUMMEL OPEN GAME - floorball tournament" and the category is "Sportovní událost". Below the title, there are three buttons: "Kontaktujte nás", "Tohle se mi líbí", and "Zpráva". At the bottom, there is a navigation bar with tabs: "Timeline", "Informace", "Fotky", "To se mi líbí", and "Další".

Hodnota Hummel Open Game z pohledu „zákazníka“

- Povědomí
 - Přední mládežnické týmy hrající nejvyšší soutěže.
 - Týmy ze zahraničí – Švédsko, Švýcarsko, Lotyšsko, Maďarsko aj.
 - Dospělý turnaj navštěvují hráči elitních superligových týmů, vč. hráčů/trenérů, kteří dříve působili v reprezentacích (Billy Nilson, Johan Von Der Pahlen, Martin Koutný, Martin Tokoš,...).
 - 2016 – 324 týmů, okolo 5,5 tis. hráčů + realizační týmy a fanoušci



Hodnota Hummel Open Game z pohledu „zákazníka“

- Dodatečné služby
 - Shot and Save – soutěž střelců a brankářů
 - Bohatý doprovodný program – koupaliště Riviéra, Technické muzeum, Vida Park, vila Tugendhat, Jungle Park, minigolf, památky (labyrint, Stará radnice)
- Kvalita
 - Vnímána především hráči, trenéry a fanoušky – přímá zpětná vazba
 - Kvalitní zápasy – především ve vyřazovací fázi turnaje
 - Haly, pořadatelská služba, doprovodný program...

Hodnota Hummel Open Game z pohledu „zákazníka“

- Odlišnost
 - Dětský turnaj vnímán prestižněji.
 - Dospělý turnaj je více o zábavě, uvolnění, setkání se s přáteli (hlavně po večerech 😊), odreagování před začátkem letní přípravy.
 - Medaile – kvalitní odlité kovové medaile s logem turnaje (účastníky turnaje velmi ceněné)
 - Foto/video soutěž
- Dlouhodobá perspektiva
 - 10. ročník
 - Každoroční nárůst počtu týmů i hráčů – vyšší důvěra

10 věcí, které tě dostanou do repre

Vystoupení Petra Slavíka na TEDeX Talks

<https://www.youtube.com/watch?v=KQTMGOMh7yw>