

Specifika sportovního marketingu,
marketingová komunikace a komunikační mix,
Corporate Identity

Propagace a média (np2285)

Michal Jilka

Struktura seminářů

Datum	Téma
22.2.	Představení a seznámení s obsahem předmětu
1.3.	Specifika sportovního marketingu, marketingová komunikace a komunikační mix, Corporate Identity
8.3.	Mediální plánování a Public relations, Brand Awareness
15.3.	Digitální marketing ve sportovním prostředí
22.3.	Digitální marketing ve sportovním prostředí
29.3.	PRE proces – audit, cíle, strategie a plány
5.4.	Příprava projektů
12.4.	Příprava projektů
19.4.	Prezentace projektů (nejpozdější odevzdání 15.4.)
26.4.	Prezentace projektů (nejpozdější odevzdání 22.4.)

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 marketingové 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/2oherCU>

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

Hele co máme! 😊 Vybavte se i Vy!

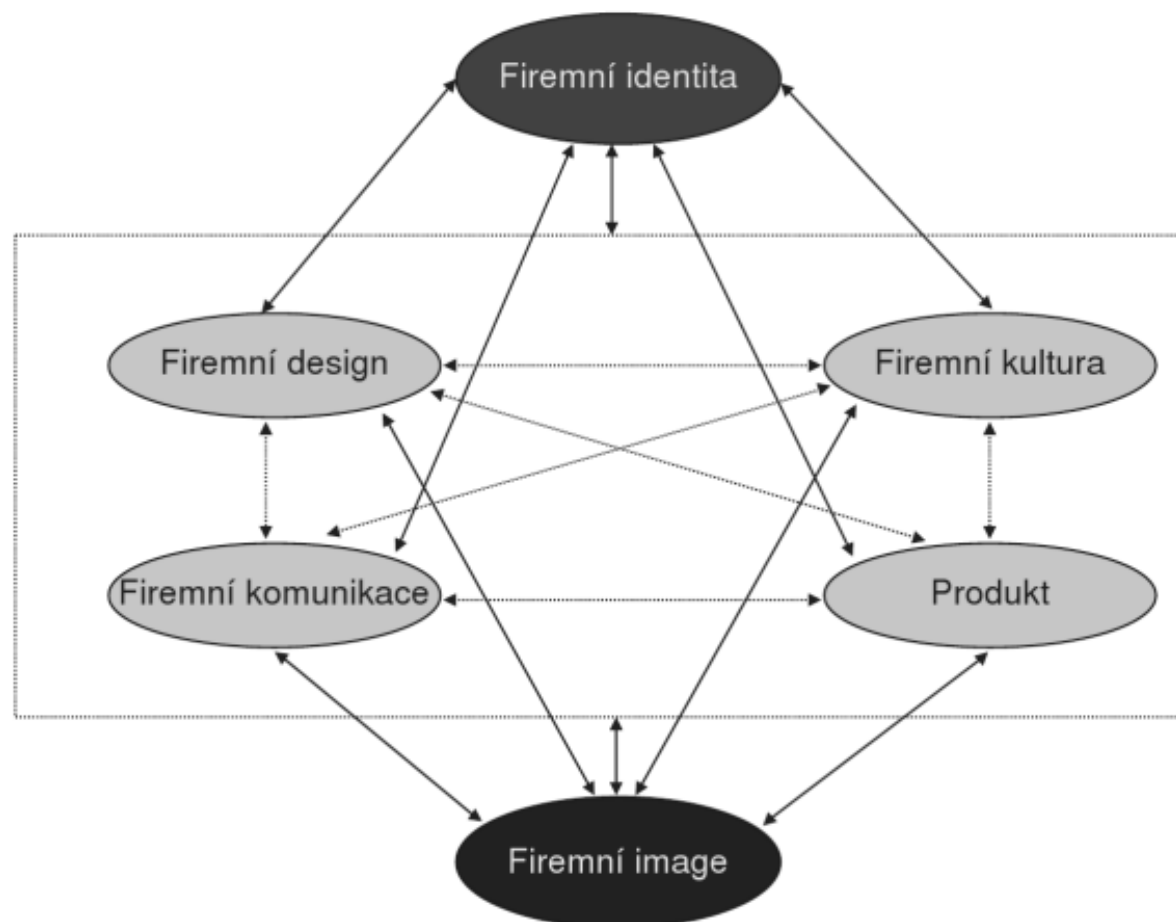


BiathlonNMNM.cz
Už jen dny odpočítáváme do startu 3. kola Světového poháru v Novém Městě na Moravě. Chystáte se na Vysočinu a chcete tam přijet už vybavení? Nebo naopak budete sledovat dění v NMNM u televizní obrazovky? V obou nebo i dalších...
BIATHLONNMNM.CZ

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)
- 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

Corporate communications (Vysekalová & Mikeš, 2009)

- Všechny komunikační prostředky jakožto komplex chování, kterými firma o sobě něco sděluje – komunikace s vnitřním i vnějším prostředím
- Hlavním cílem je budování pozitivních dlouhodobých postojů k organizaci

Corporate culture (Vysekalová & Mikeš, 2009)

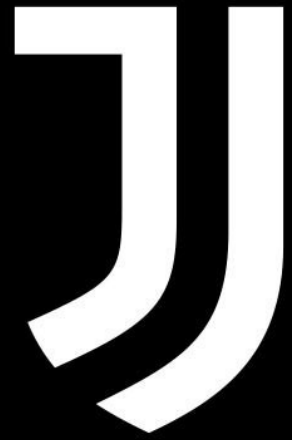
- Vyjadřuje charakter organizace, celkovou atmosféru, chování pracovníků, vzorce chování, myšlení, sdílené hodnoty atd.

Značka vs. brand

ZNAČKA = jméno, symbol, barva, design a jejich kombinace pro takovou identifikaci výrobků nebo služeb, která je bude odlišovat od zboží a služeb konkurentů.

BRAND = nese v sobě schopnost odlišit „své“ výrobky od ostatních. Je s výrobkem/službou pevně spjatý, je jedinečný, zapamatovatelný a srozumitelný. Zákazníci jsou za „logo“ ochotni více zaplatit.

JUVENTUS



1905



1921



1929



1931



1940



1971



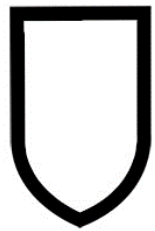
1979



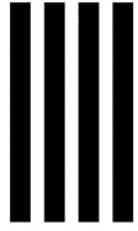
1990



2004



+



+

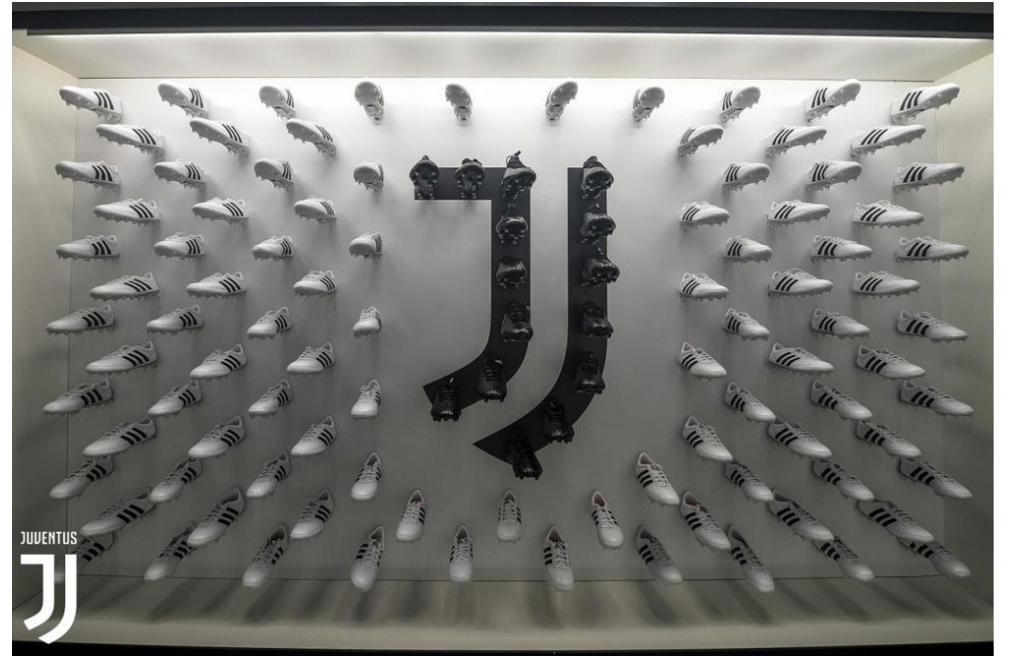


=



JUVENTUS

**BLACK AND
WHITE AND MORE**



Hummel Open Game

- 2. největší florbalový turnaj v České republice
- hraný po celém Brně – 15 hal, 17 hřišť
- letos v červnu 12. ročník – všechny ročníky červnový termín
- 1. ročník jako Diadora Open Game, od 2. ročníku Hummel Open Game






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




Filip KEJÍK (CZE)

o Hummel Open Game

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

BRNO 10. ROČNÍK
OPENGAME
2016

Vyberte kategorii

Vyberte tým

OK

Created by Back2flash.com

BRNO 2016
OPENGAME

16.-19.6./23.-26.6.







Hodnota značky 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 značky 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 značky 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
 - 12. ročník
 - Každoroční nárůst počtu týmů i hráčů – vyšší důvěra

Cena (Čáslavová, 2009)

- Může výrazně ovlivnit chování zákazníka
- Cena sportovních služeb i výrobků
- Cena za transfery hráčů
- Startovné, členské příspěvky, vstupy na utkání, náklady na dopravu, náklady na sportovní vybavení...
- Cenotvorba za pomoci marketingových nástrojů – balení, značka, distribuce, propagace...
- Role sponzoringu

Umístění/Distribuce (Čáslavová, 2009)

- Aneb jak dostat produkt/službu ke klientovi/zákazníkovi
- Výběr vhodného distribučního kanálu vč. nákladů na to spojených
- Hmotný produkt vs. Nehmotný produkt (služba)
- Sportovní konkurence v daném městě nebo v oblasti
- Tradice konkrétních sportů v daném místě
- Úzká návaznost na marketingovou komunikaci

Lidé

- Všechny úrovně – předseda, místopředseda, pokladník, správce...
- HR a recruitment
- Firemní kultura, hodnoty, postoje, názory
- Dobrovolníci – v malých klubech často funkcionáři i trenéři

Procesy

- Nastavení komunikace uvnitř klubu napříč managementem
- Nastavení komunikace vůči partnerům a sponzorům
(<https://www.facebook.com/goal/videos/10156254671098598/>)
- Nastavení externí komunikace k fanouškům
- CRM procesy (customer relationship management) – aktivní tvorba udržování dlouhodobě významných vztahů se zákazníky

WIN TWO HOSPITALITY TICKETS

CLICK HERE



Manchester United has an important message for you:

The law is changing, so everyone must opt-in again to continue to receive emails from Manchester United.

Opt-in (or out) by **31st January 2018** and you could win a hospitality package for two people at a Man Utd game (T&Cs).

Our email subscribers are the first to know about:

- New player signings
- Amazing competitions
- Club news
- Ticket availability
- Plus occasional great offers from official sponsors and partners

CLICK HERE TO OPT-IN >

Manchester City



13:17

How we line-up today!
Presented by HAYS
Worldwide

City XI | Ederson, Walker,
Danilo, Kompany (C),
Otamendi, Fernandinho,
Gündogan, De Bruyne,
Bernardo, Sterling, Agüero

Subs | Bravo, Laporte,
Adarabioyo, Zinchenko, Yaya
Touré, Diaz



☰ | Napište zprávu...



Materiálové prostředí

- Veškeré vybavení klubu pro sportovní účely
- Vybavení klubu, které využívá zákazník/fanoušek
 - Pohodlí
 - Bezpečnost na stadionu
 - Umístění výtahů
 - WC
 - Výběr občerstvení



Úkol na příští týden

- Projít si specifika marketingového a komunikačního mixu u vašich týmů/akcí
- Projít si jejich corporate identity + grafické vyjadřování vč. konkrétních případů
- Vypracovat tiskovou zprávu k vašemu projektu