

# Marketing sportovních klubů a akcí (np2435)

Michal Jilka

# Struktura seminářů

Datum	Téma
20.9.	Seznámení s obsahem a náplní předmětu, požadavky na splnění
27.9.	Marketingový mix 7P, Double Diamond
4.10.	Společná příprava kampaně 1 – my a náš zákazník (analýzy, cílové skupiny, insighty) (WS)
11.10.	Společná příprava kampaně 2 – customer journey (WS)
18.10.	Společná příprava kampaně 3 – cíle a očekávání
25.10.	Společná příprava komunikační strategie
1.11.	Společné dokončení komunikační strategie, zanesení do redakčního plánu
8.11.	Vlastní dokončení projektů
15.11.	Vlastní dokončení projektů
22.11.	Vlastní dokončení projektů
29.11.	Prezentace projektů
6.12.	Prezentace projektů
13.12.	Prezentace projektů

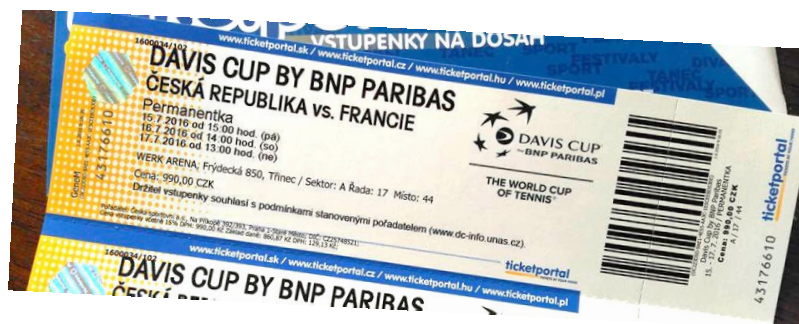
# The 7 Ps of Service Marketing



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!

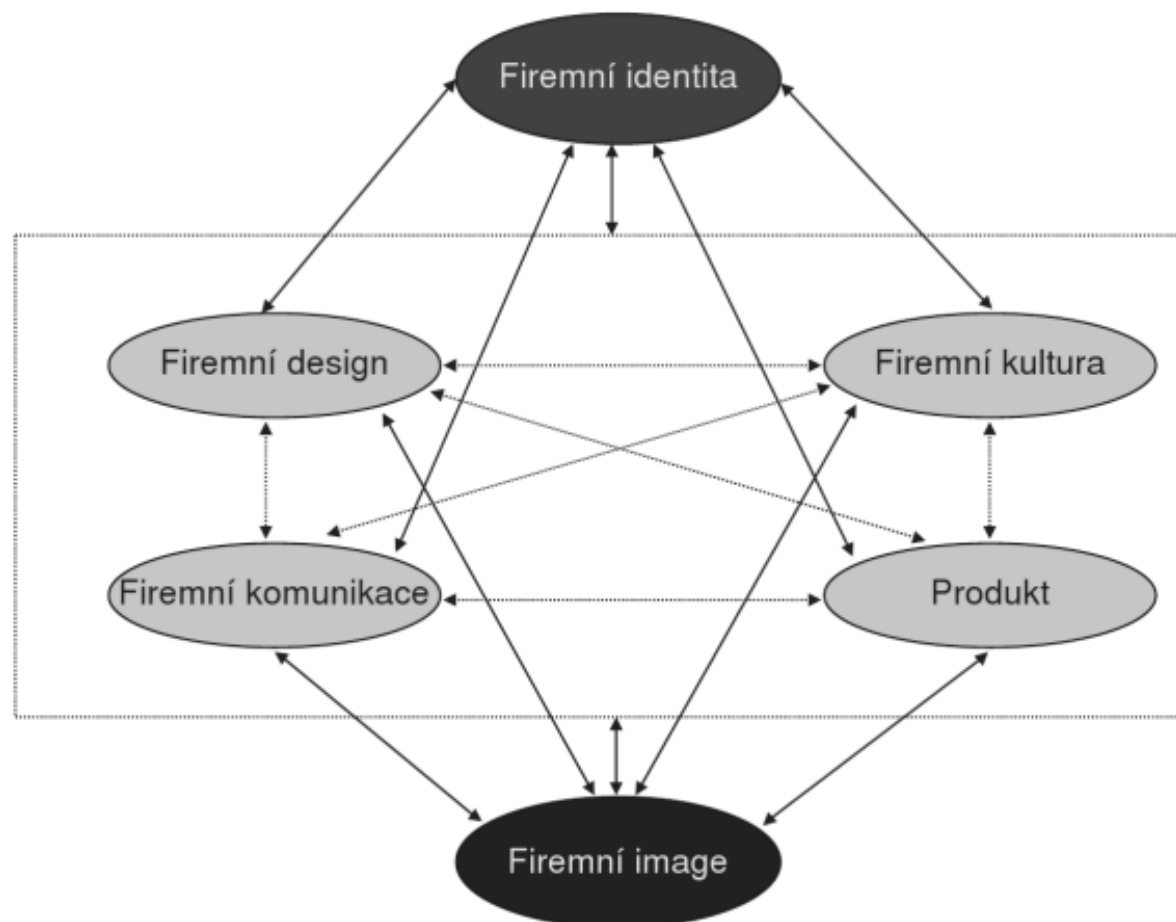


**BiathlonNMNM.cz**  
Už jen dny odpočítáváme do startu 3. kola Světového poháru v Novém Městě na Moravě. Chystáte se na Vysočinu a chcete tam přijet už vybavení? Nebo naopak budete sledovat dění v NMNM u televizní obrazovky? V obou nebo i dalších...  
BIATHLONNMNM.CZ

# 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



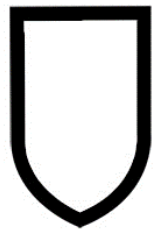
1979



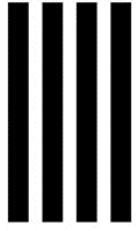
1990



2004



+



+

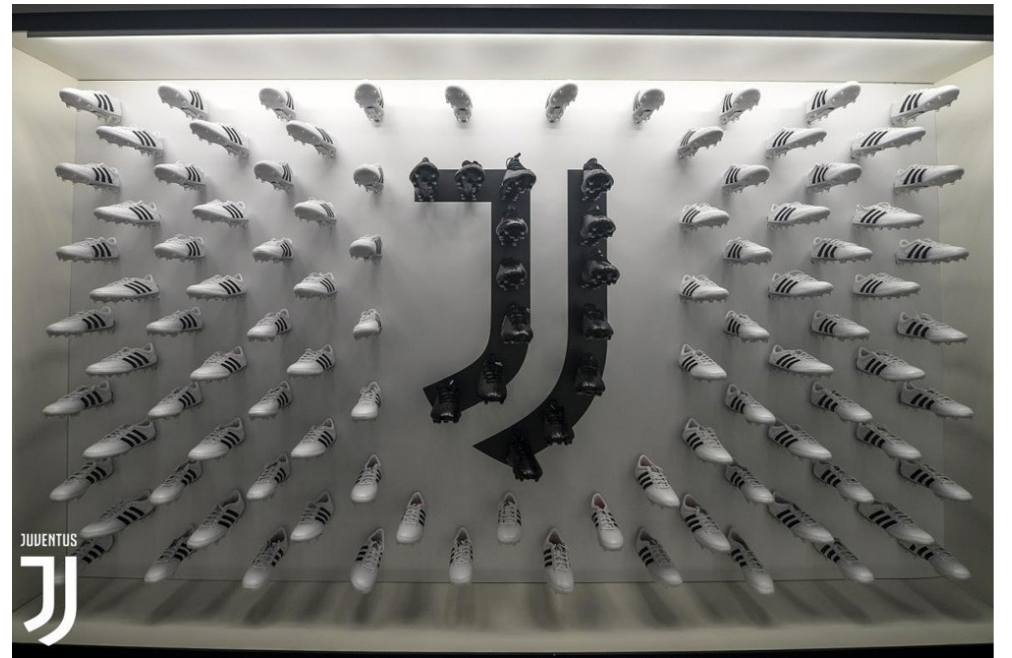


=



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.**









# 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
  - <http://bit.ly/esterled>
- Nastavení externí komunikace k fanouškům
  - <http://bit.ly/SantyCazorlaVill>
  - <http://bit.ly/zahajenibundesligy>
- 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





# Double diamond

- Kreativní návrhový proces
- „aplikujte, co vám vyhovuje, přizpůsobte, co potřebujete tak, aby vám to fungovalo“
- Zahrnuje čtyři fáze, jak se dostat z bodu A (něco nevím) do bodu B (vím něco, jak udělat)

# Double diamond – čtyři fáze

## 1. Fáze výzkumu

- Porozumění a pochopení situace, definice toho, co ještě potřebujeme, analýzy apod.

## 2. Fáze syntézy

- Porozumění a pochopení vlastního výzkumu, definování cílů, strategií, definice otázek How Might We /Jak bychom mohli.../

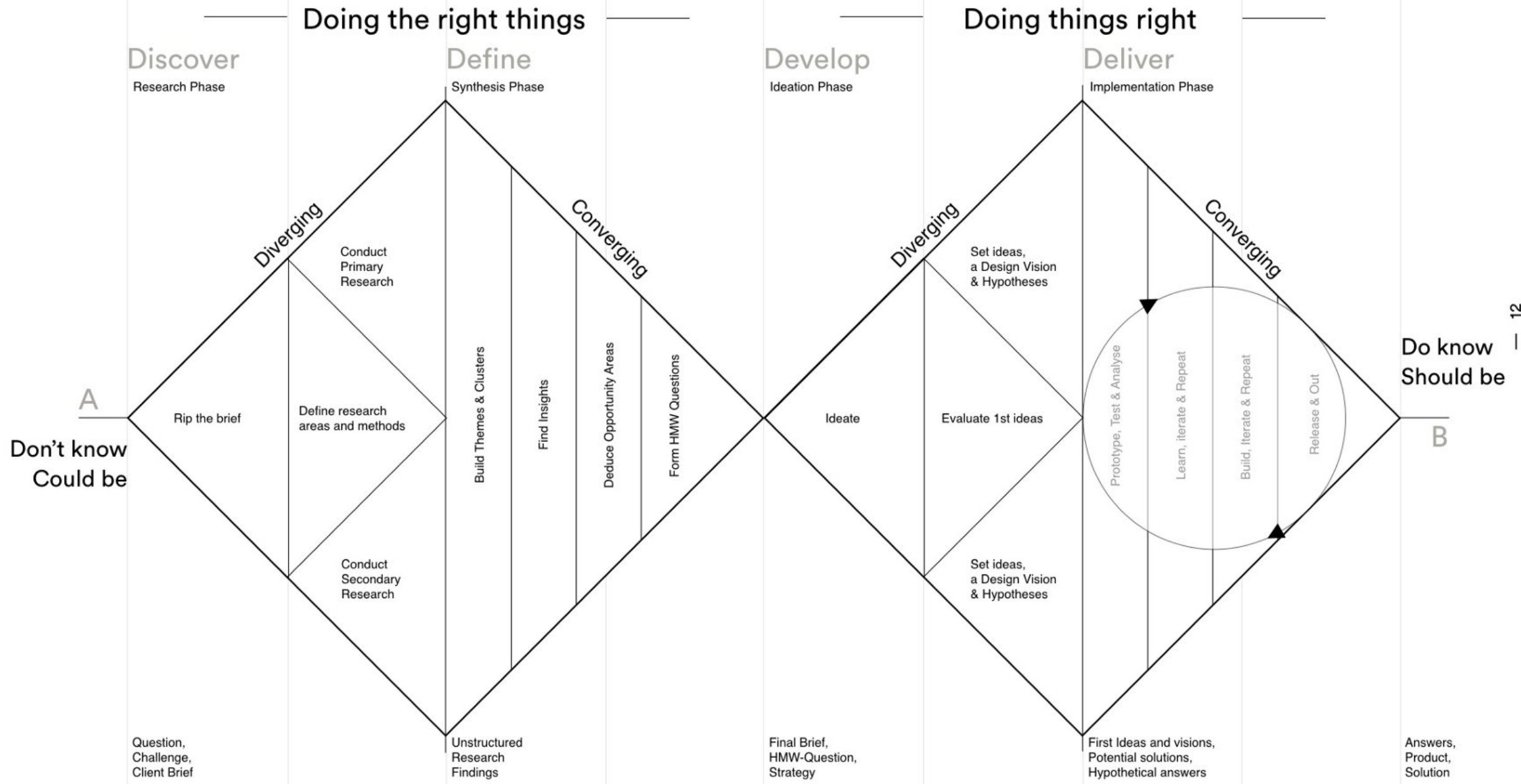
## 3. Fáze rozvíjení

- Návrh konkrétních řešení a jejich tvorba

## 4. Fáze realizace (dodání)

- Finalizace, realizace řešení, dokončení strategií

# Revamped Double Diamond



# Úkol na příště do projektů

- Vypracování vlastního marketingového mixu Biathlonu NMNM
- Zhodnocení dat ze studijních materiálů + vlastní analýza
- Prostudování podkladů k Double diamond:  
<https://uxdesign.cc/how-to-solve-problems-applying-a-uxdesign-designthinking-hcd-or-any-design-process-from-scratch-v2-aa16e2dd550b>