

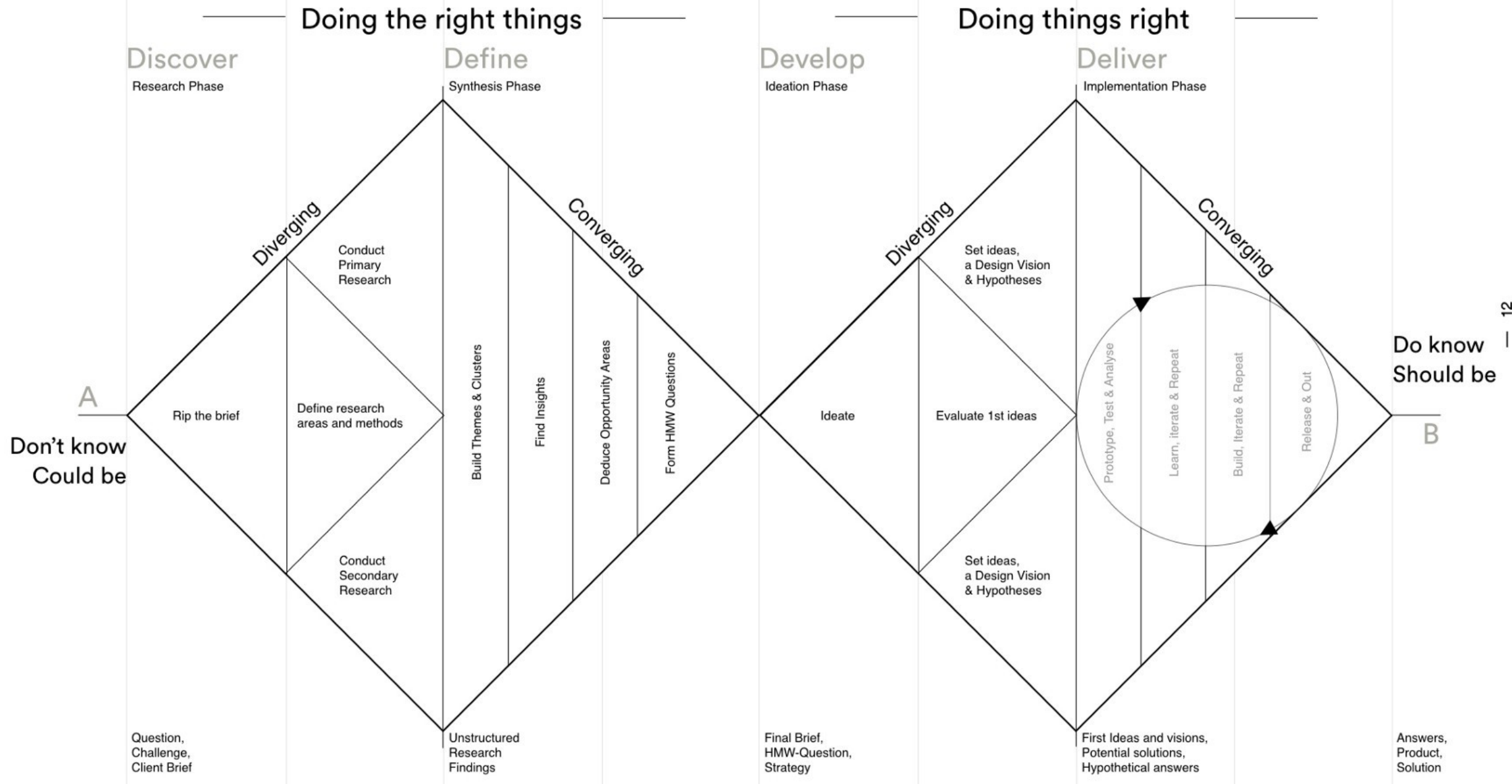
# Marketing sportovních klubů a akcí (np2435)

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, kreativní proces
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

# Revamped Double Diamond



# Cíle a očekávání

- SMART

- S – specific – co nejvíce konkrétní
- M – measurable – měřitelné (kvantifikované)
- A – achievable/acceptable – dosažitelné/přijatelné
- R – realistic – realistické vzhledem ke zdrojům a všem možnostem
- T – trackable – časově specifikované/v čase sledovatelné

# Projekt

- Hlavní cíl: Co největší nastartování fanoušků před blížícím se SP
- Výstupy:
  - Jasný popis komunikační strategie, vytyčení hlavních cílů, bodů, claimů, zájmů apod.
  - Komunikační (redakční) plán na dané období s konkrétními příspěvky vč. emoji, datem, časem, případně odkazy, doplňkovými obrázky, videi (čímkoliv, co uznáte za vhodné)
  - Minimálně dva webové články včetně všech náležitostí - grafika, gramatika, odkazy, prolinkování apod.

# Kreativní proces no. 1 – brainstorming

- Jak zrealizovat dané HMW otázky = Co lísteček, to jeden nápad
- Na každou otázku 7 min brainstorming
- Být co nejvíc konkrétní, ale už i realistický
- **Dané nápady zatím nerozebírejte do detailu**
  
- Nová a povinná HMW:
  - Jak bychom mohli využít různé nástroje Facebooku na co největší interakci s fanoušky?

# Kreativní proces no. 2 – konkretizujeme

- Zamyslete se nad konkrétními nápady, jak by se daly zrealizovat
- Opět forma brainstormingu
- Každý co ho napadne k jakékoliv otázce – není nutné se teď zaměřit jen na jednu
- Kreativitě se meze nekladou - tužka, fix, propisky, barvy, kreslení, psaní, skládání

# Claim

- Hlavní myšlenka = claim, který se nese a prolíná skrz celou kampaň
- Neplést s tagline!

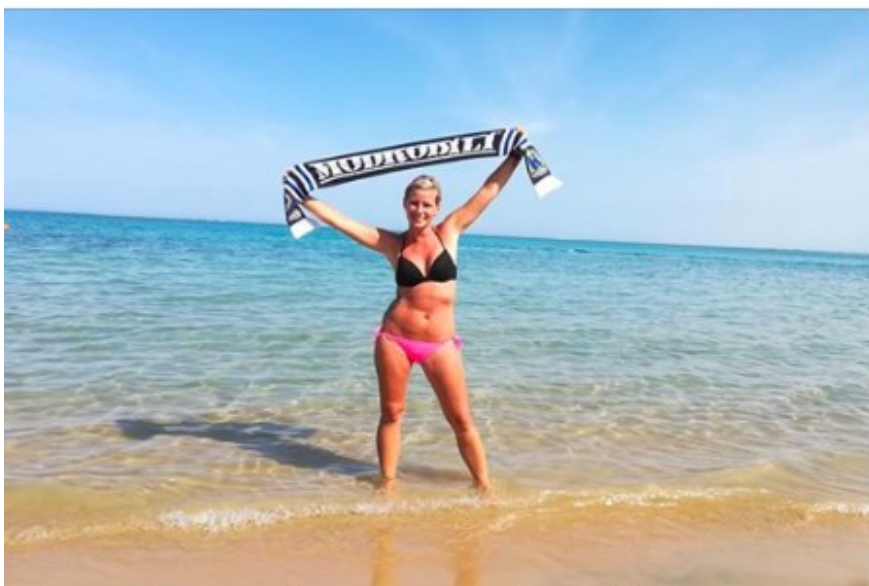




HC Kometa Brno přidal(a) 9 nových fotek do alba S Kometou na cestách 2018. ...

14. srpen · 🌐

Do 30. září můžete hlasovat prostřednictvím lajků o nejlepší letošní fotografii. Která získá nejvíc lajků, obdrží od klubu poukázku do fanshopu Komety v hodnotě 1000 Kč. I nadále platí, že fotky můžete posílat na mail: [kometanoviny@kometagroup.cz](mailto:kometanoviny@kometagroup.cz)



S Kometou na cestách 2018

Fotky (9)

👍❤️👹 741

26 komentářů 58 sdílení



New Jersey Devils

Včera v 3:42 · 🌐

#DEVILSWIN!!!

Keith Kinkaid gets another shutout and your #NJDevils remain UNDEFEATED on the season as we start 4-0-0!

Recap: <https://atnhl.com/2pY54si>



👍❤️👹 Luděk Šefrámek a 5,8 tis. dalších

162 komentářů 1 670 sdílení



18.10.2018

Michal Jilka - Marketing sportovních klubů a akcí (np2435)

10

# Kreativní proces no. 3 – claim

- Jaký bude claim vaší kampaně?

# Úkol na příště

- Přinést co nejkonkrétnější návrhy k jednotlivým otázkám/problémům, které chcete vyřešit
- Optimálně přinést i konkrétní claim kampaně, který by se mohl nést celým SP biatlonu v NMNM