

Management a marketing sportovních klubů a akcí (np4215)

Michal Jilka

Požadavky na splnění předmětu

- 1 absence na seminářích
- Odevzdání projektu (ve skupině po 5), který bude obsahovat:
 - Analýza současné situace
 - Analýza komunikační strategie konkurence
 - Příprava a vytvoření nové komunikační strategie u vybraných kanálů
 - Jasně definovaný komunikační plán vč. všech náležitostí
- Zkouška – kombinace toho, co je na přednáškách a co je náplní seminářů

Struktura seminářů

Datum	Téma
19.9.	Seznámení s obsahem a náplní předmětu, požadavky na splnění, marketingový mix 7P
26.9.	Marketingový mix 7P, Double Diamond
3.10.	Společná příprava kampaně 1 – my a náš zákazník (analýzy, cílové skupiny, insighty) (WS)
10.10.	Společná příprava kampaně 2 – Customer journey (WS)
17.10.	Společná příprava kampaně 3 – cíle a očekávání
24.10.	Společná příprava komunikační strategie
31.10.	Společné dokončení komunikační strategie, zanesení do redakčního plánu
7.11.	Vlastní dokončení projektů
14.11.	Vlastní dokončení projektů
21.11.	Vlastní dokončení projektů
28.11.	Prezentace projektů
5.12.	Prezentace projektů
12.12.	Prezentace projektů

Projekt

- Téma: Komunikační strategie SP v biatlonu pro Biathlon NMNM od 1. ledna do 4. března 2020
- Úkoly:
 - Zpracovat kompletní marketingový mix Biathlonu NMNM
 - Analýza komunikační strategie „konkurenčních“ podniků SP
 - Příprava komunikační strategie podniku SP Biathlon NMNM
 - Vytvoření komunikačního plánu pro [Fb stránku Biathlon NMNM](#)
 - Vše v rámci organického dosahu (v případě požadavků na placený obsah možná konzultace)
 - Vytvoření komunikačního plánu pro [Instagram Biathlon NMNM](#)
 - Vše v rámci organického dosahu (v případě požadavků na placený obsah možná konzultace)
 - Příprava alespoň dvou článků na stránku [Biathlonnmnm.cz](#)
 - Reakce na aktuální stav dění v rámci biatlonu a celého SP v biatlonu

Projekt

- Hlavní cíl: Co největší nastartování fanoušků před blížícím se SP
- Výstupy:
 - Definovaný marketingový mix
 - 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.

FAQ

- *Proč máme ten seminář ve čtvrtek? Nejde to změnit?*
- Nejde. Rozvrh plánuje konkrétní osoba na fakultě a takto to poskládala.

- *Kolik máme absencí?*
- V seminářích jednu, a ne, nemusíte se mi omlouvat.

FAQ

- *Jaká bude zkouška a co tam bude?*
- Zkouška je ústní, zpravidla probíhá u dr. Racka, obsahuje jednak náplně přednášek a jednak to, co se dělá na seminářích. Podmínkou připuštění ke zkoušce je splnění všech podmínek semináře.
- *Budou prezentace v ISu?*
- Jasně, všechny prezentace a jiné materiály budu dávat do studijních materiálů. Stejně tak i vy pak nahrajete výstupy do odevzdáárny.

FAQ

- *Co všechno má být v projektu?*
- Všechno, co budeme společně probírat a hlavně reálně dělat na seminářích – hlavní body (viz slide 4 a 5). Prosím, žádnou teorii (fakt není nutná), podstatné jsou praktické výstupy.
- *Je dán rozsah projektu?*
- Ne, není. Ale je nutné, aby obsahoval vše, co si řekneme. Optimálně, aby textová část byla ve Wordu, redakční plán pak v Excelu.

The 7 Ps of Service Marketing



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

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

<https://bit.ly/2GxUSkh>

Biathlon NMNM
Zveřejněno Michalem Jilkou [?] · 21. prosince 2018 · 🌐

Bohužel se potýkáme s problémy s naším webem biathlonnmnm.cz 😞😞 Na jejich odstranění pracujeme. Prosíme o trpělivost. V případě dotazů se na nás neváhejte obrátit zde. Omlouváme se za komplikace.

Update 12:25: příčiny problému už máme, teď to jen vše nahodit... Díky za trpělivost

Update 14:20: bohužel je problém závažnějšího charakteru. K vyhledání vhodného parkovacího místa využijte aplikaci od Waze Česká republika

Update 14:45: konečně fungujeme! Ještě jednou všem díky za trpělivost a užijte si závody 😊

Biathlon NMNM
Zveřejněno Michalem Jilkou [?] · 22. prosince 2018 · 🌐

A to je jenom začátek...! 🙌🙌 #biathlonnmnm #biathlon #celebratingbiathlon #nmnm18 #nmnm2018 #superbowl #biathlonvyraj

MARTINGABRYS.
NMNM MAP

10 355 Oslovení lidí 1 335 Zájem

👍👎🗨️ Vašek Rybáček, Monča Mončičák Sop

Biathlon NMNM
Zveřejněno Michalem Jilkou [?] · 21. prosince 2018 · 🌐

Letošní dohled nad střelnicí 🙌🙌🙌 #biathlonnmnm #biathlon #celebratingbiathlon #nmnm18 #nmnm2018

13 646 Oslovení lidí 1 684 Zájem

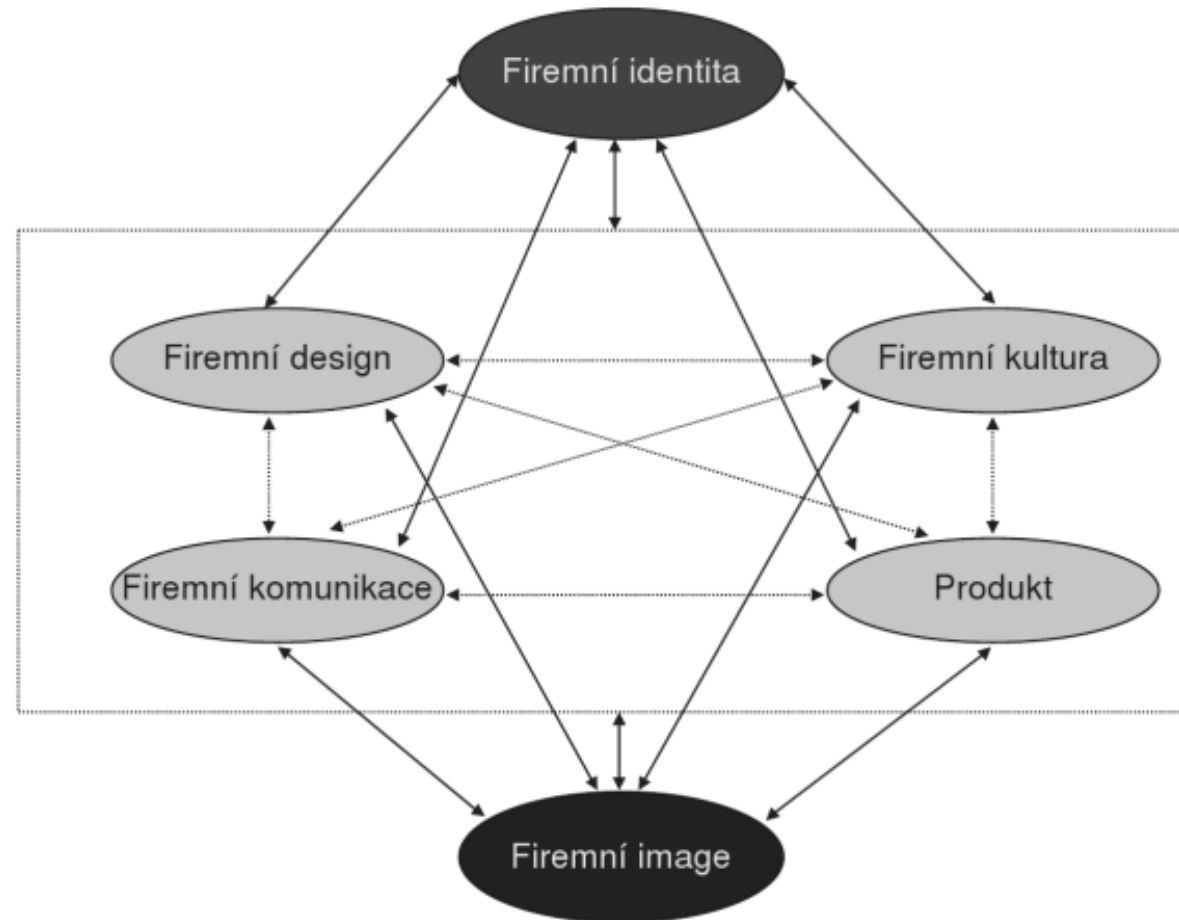
👍👎🗨️ 221 2 komentářů 25 sdílení 4,6 tis. zhlédnutí

Propagovat příspěvek

Komunikační mix

- 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



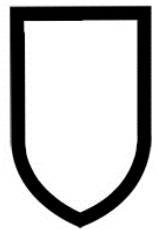
1979



1990



2004



+



+

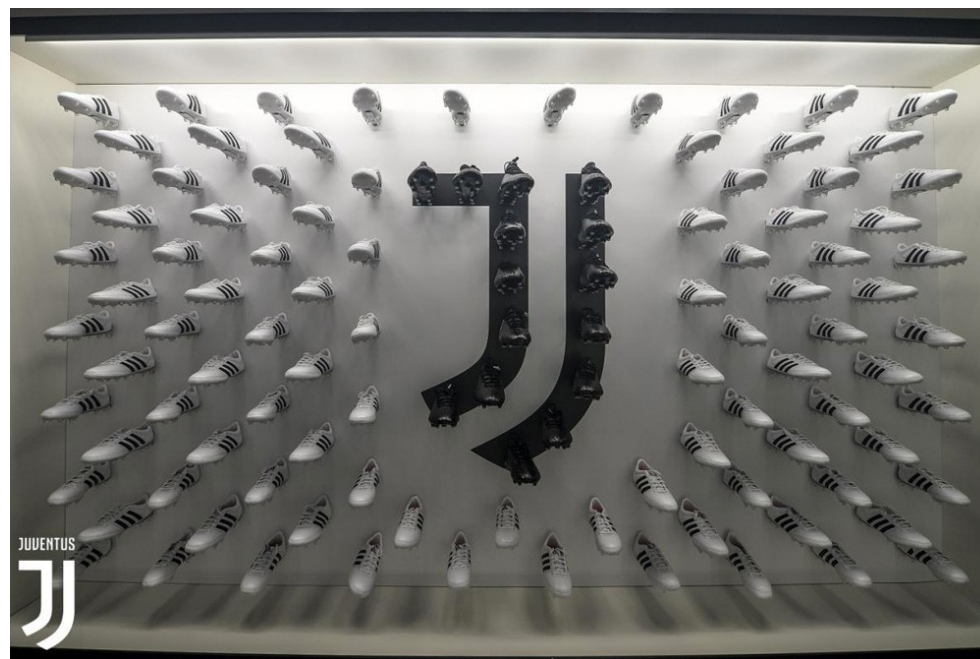


=



JUVENTUS

**BLACK AND
WHITE AND MORE**





<https://www.mrbandfriends.co.uk/case-study/gb-basketball/>

https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_and_identity_for_gb_basketball_by_mr_b_friends.php



https://www.youtube.com/channel/UCPi3_GbTljPZ6b2Laiw-Z5g

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



Úkoly na příště

- Vytvořit skupiny, v kterých budete projekt zpracovávat a zapsání se zde: <http://bit.ly/2kLnWMO> (DDL do 25. 9. 23:59)
 - 5 skupin po pěti
- Promyslet si marketingový mix Biathlonu NMNM
- 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>

To je vše, uvidíme se za týden