

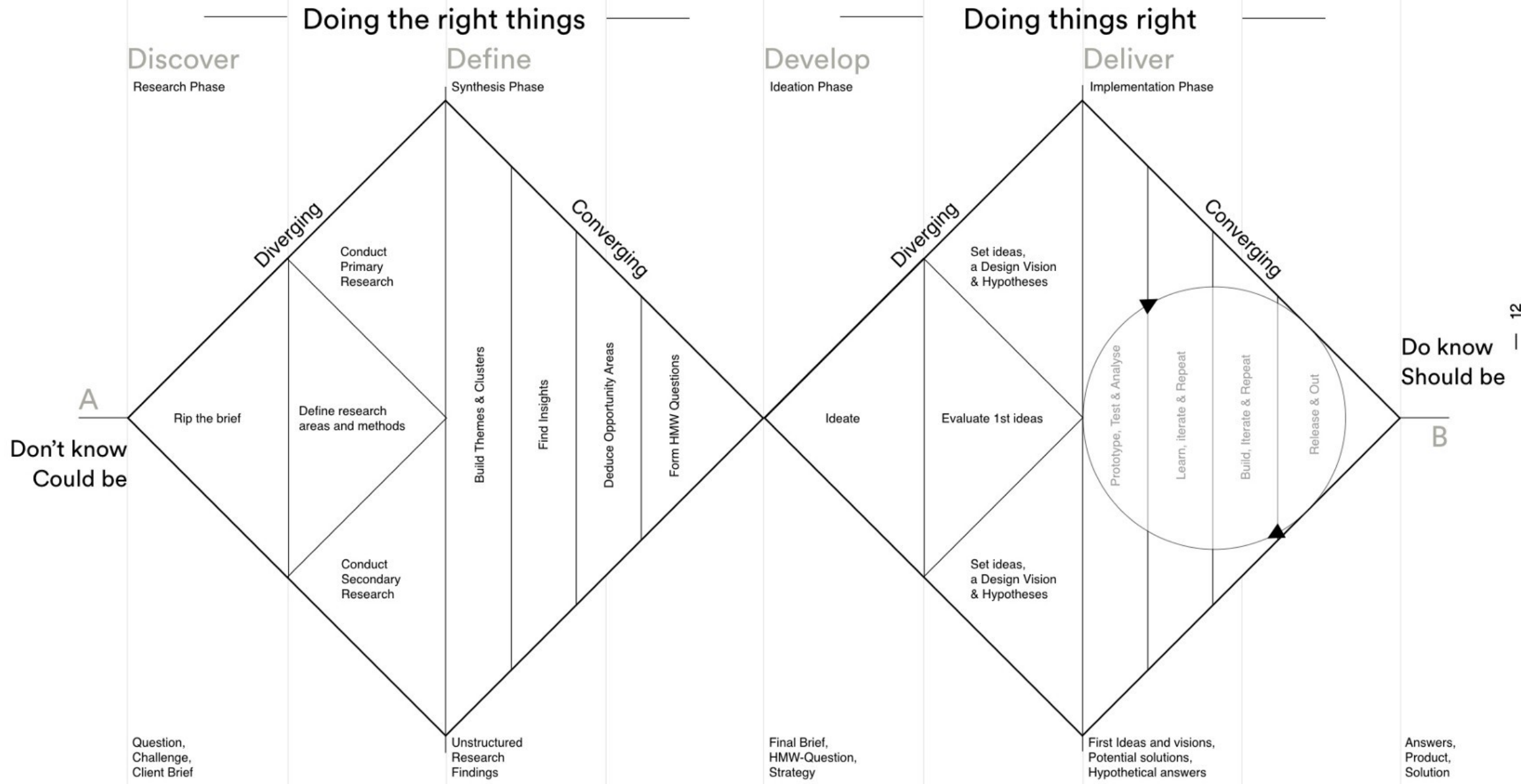
# Management a marketing sportovních klubů a akcí (np4215)

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

# Revamped Double Diamond



# Cíle a očekávání (SMART)

- 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
- Př. Navýšení počtu followers na Instagramu Biathlonu NMNM ze současného stavu 2 500 na 4 000 do konce března 2020.

# Úkol na teď a do projektů (10 min)

- Hlavní /strategický/ cíl: Co největší nastartování fanoušků před blížícím se SP na sociálních sítích
- Jaké budou taktické cíle?  
Nejenom na základě vašich HMW otázek si stanovte taktické cíle pro vaše kampaně

# Kreativní proces no. 1 – brainstorming (max 25 min)

- Jak zrealizovat dané HMW otázky = Co lísteček, to jeden nápad
- Na každou otázku 5 min brainstorming
- Být co nejvíc konkrétní, ale už i realistický
- **Dané nápady zatím nerozebírejte do detailu**
  
- Nová a povinná HMW:
  - Jak bychom mohli navýšit počet followers na Instagramu Biathlonu NMNM ze současného stavu 2 500 na 4 000 do konce března 2020? :-)

# Kreativní proces no. 2 – konkretizujeme (20 min)

- 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, která se nese a prolíná skrz celou kampaň

- Neplést s tagline!



**REPORTÁŽ | Poprvé v sezoně Tygři vyhráli s čistým kontem**

Zveřejnil(a) to Bílí Tygři Liberec

3 931 zhlédnutí



-2:44





WESTLANE

WESTLANE

WESTLANE

WESTLANE

WEST

2



# Kreativní proces no. 3 – claim

- Jaký bude claim vaší kampaně?

# Úkol na příště

- Přinést co nejkonkrétnější návrhy k jednotlivým otázkám/problémům, které chcete vyřešit
- Případně přinést také claim kampaně, který by se mohl nést celým SP biatlonu v NMNM
- Opět přinést post-ity, fixy, propisky, tužky...