



Volejbalový klub Královo Pole

Praktické využití marketingu ve sportovním klubu



1. Představení klubu

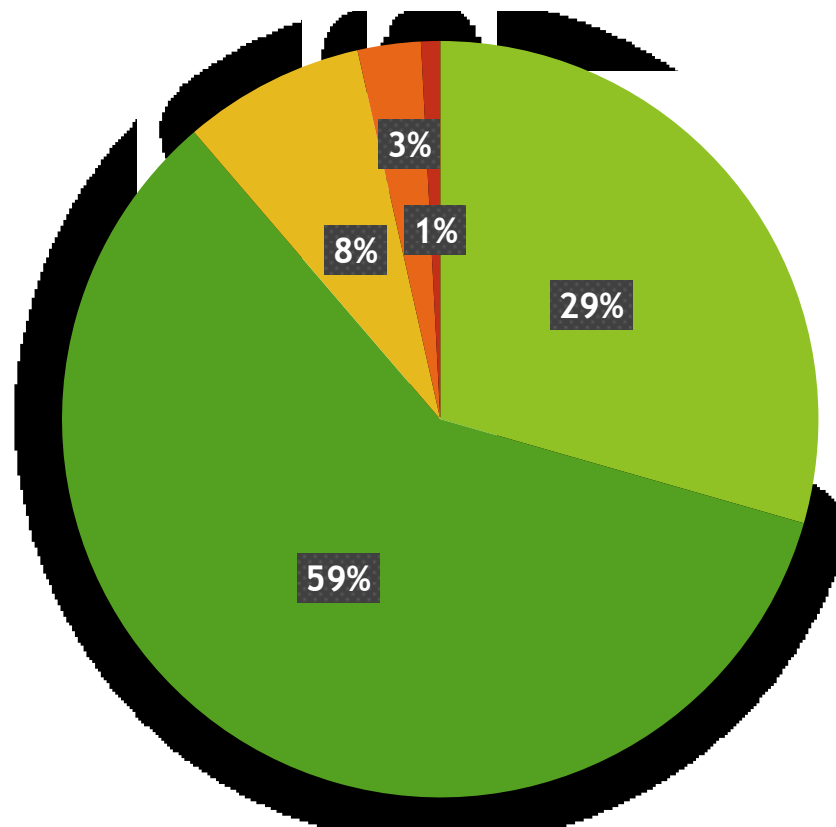
- ▶ Volejbalový klub Královo Pole, z.s. byl před rokem 1996 součástí Sportovního klubu Královo Pole jako jeho volejbalový oddíl. 1.1.1996 získal právní osobnost jako občanské sdružení a po účinnosti NOZ je nyní zapsaným spolkem.
- ▶ VK patří mezi tradiční volejbalové kluby hrající dlouhodobě nejvyšší ženskou soutěž v ČR. Historie klubu spadá do 50-tých let minulého století. Od té doby v klubu vyrostlo mnoho hráček reprezentujících ČSSR a ČR v reprezentacích všech věkových kategorií.
- ▶ Nejvýraznější úspěchy: 6x Mistr ČR v seniorské kategorii, 35x Mistr ČR v mládežnických kategoriích.
- ▶ Klub má v současné době okolo 600 členů.



1.1. Struktura klubu

- ▶ **Vedení klubu (představenstvo)**
 - ▶ A-tým + marketingový úsek a PR
 - ▶ Úsek mládeže
 - ▶ Administrativní úsek
 - ▶ Úsek technického zajištění + provoz sportovišť
- ▶ Klub zaměstnává 2 osoby na plný úvazek a 25 na snížený úvazek nebo OSVČ.

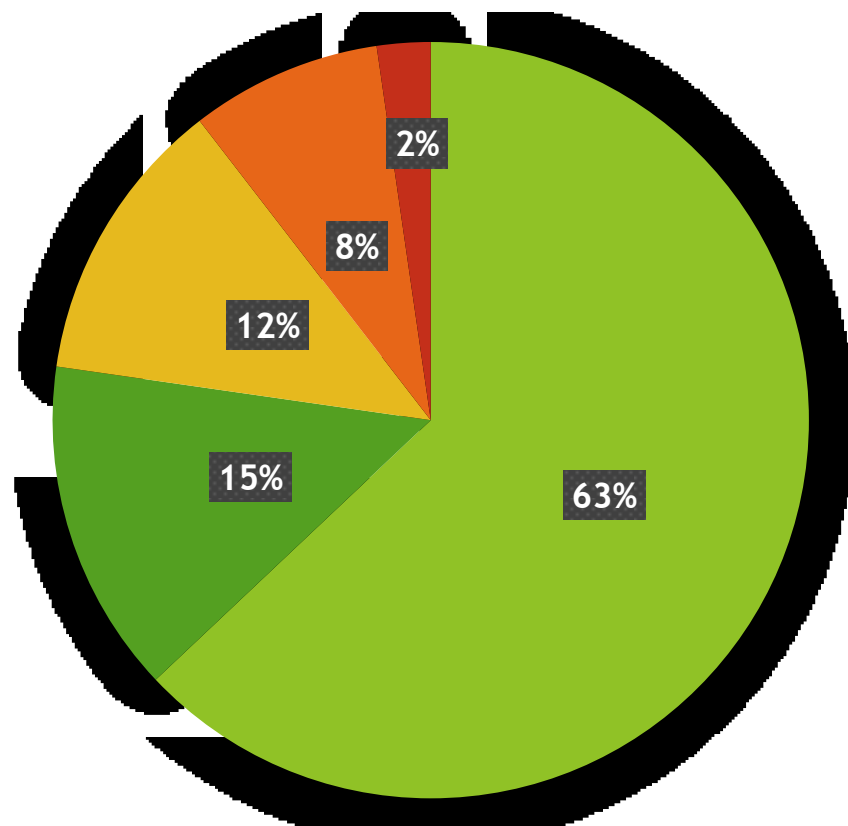
1.2. Náklady činnosti



- provozní náklady
- odměny a mzdy
- materiál a výstroj
- investiční náklady
- ostatní náklady



1.3. Příjmy na činnost



- dotace
- sponzoring a prodej reklamy
- vlastní činnost
- hospodářská činnost
- ostatní příjmy



1.3.1. Struktura příjmů

- ▶ dotace
- ▶ Sponzoring, dary
- ▶ příjem z vlastní činnosti
 - ▶ členské příspěvky
 - ▶ pořádání akcí
 - ▶ výchova hráčů
- ▶ příjem z hospodářské činnosti

2. Marketing klubu

- ▶ Sponzoři
- ▶ Diváci
- ▶ Vlastní členové



2.1. Marketing prostřednictvím sportu Sponzoři

- ▶ Finanční prostředky
- ▶ Služby a produkty
(Barter)



2.1. Marketing prostřednictvím sportu Sponzoři

- ▶ Přehled vybraných partnerů VK

B | **R** | **N** | **O**



2.1. Marketing prostřednictvím sportu

Sponzoři



- ▶ Nabídka pro partnery
 - ▶ Prezentace partnera
 - ▶ Bannery, LED obrazovka, hlasatel při utkání
 - ▶ Výstroj hráček a real. týmu
 - ▶ Tiskoviny
 - ▶ Web a sociální sítě
 - ▶ Masmédia a internetová TV
 - ▶ Akce pro partnery
 - ▶ Soutěže pro diváky
 - ▶ Vlastní propagace partnera při utkáních
 - ▶ Realizace volnočasových aktivit pro partnera

2.1. Marketing prostřednictvím sportu Sponzoři



▶ Monitoring

- ▶ Přehledné zpracování prokazatelně uskutečněných smluvních závazků, doplněné o dosah propagace v médiích a na sociálních sítích
- ▶ Velmi důležité pro případnou kontrolu ze strany Finančního úřadu

2.2. Marketing sportu Diváci

- ▶ Příjem pro klub
 - ▶ Vstupné
 - ▶ Merchandising

(průměrná návštěva Extraligy volejbalu žen je 150 diváků !!!)



2.2. Marketing sportu Diváci

- ▶ Propagace
 - ▶ Tiskoviny
 - ▶ Masmédia
 - ▶ Web a sociální sítě
 - ▶ Přímá interakce
 - ▶ S využitím distribuce partnera



2.2. Marketing sportu

Diváci

- ▶ Akce pro diváky
 - ▶ Utkání a turnaje A-týmu
 - ▶ Divácké soutěže
 - ▶ Ostatní zaměřené pro všechny (autogramiády)
 - ▶ Ostatní zaměřené na děti (dětské dny)
 - ▶ Charitativní činnost



2.2. Marketing sportu Diváci

- ▶ Vize do budoucna
 - ▶ Tématická utkání
(Den s JmHZS, *již realizováno*)
 - ▶ Organizace volejbalových soutěží
(Univerzitní soutěž)





2.3. Marketing sportu Vlastní členové

- ▶ Propagace pro nábor nových členů
- ▶ Prezentace stávajících členů
- ▶ Společenské a volnočasové akce pro členy a jejich rodinné příslušníky
- ▶ Zajímavá skupina pro produkty partnera
- ▶ Nejsilnější motiv pro podporu klubu