

Marketing sportu (bp2447)

Michal Jilka

Náplň seminářů

Datum	Náplň
19.2.	Úvod do předmětu, sdělení požadavků ke splnění předmětu
26.2.	Marketingový mix
5.3.	Marketingový mix
12.3.	SWOT analýza
19.3.	SWOT analýza
26.3.	Příprava kvalitativního výzkumu
9.4.	Výzkum a zpracování prací
16.4.	Výzkum a zpracování prací
23.4.	Výzkum a zpracování prací
30.4.	Prezentace seminárních prací
7.5.	Prezentace seminárních prací
14.5.	Prezentace seminárních prací

The 7 Ps of Service Marketing



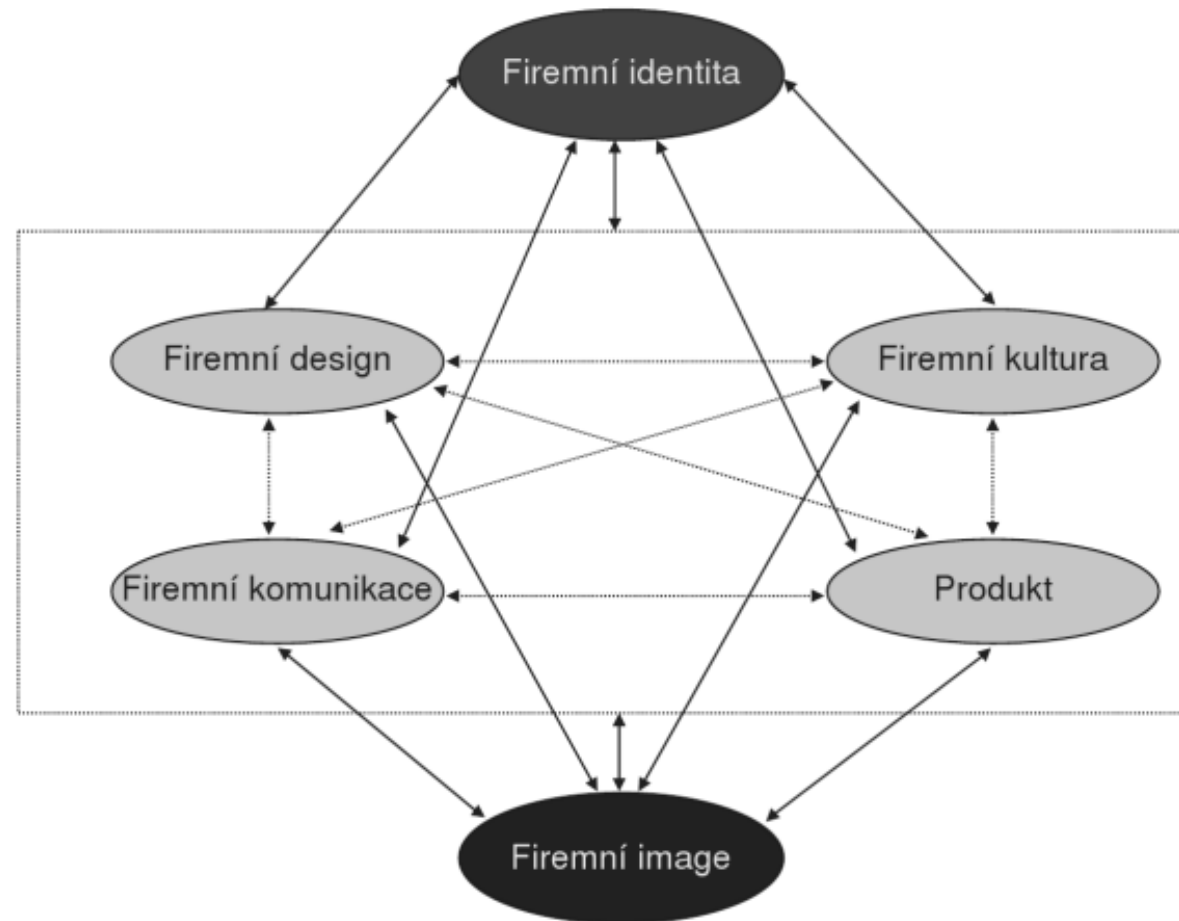
Kar (2010)

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



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



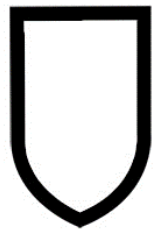
1979



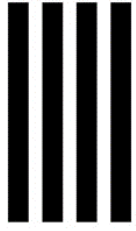
1990



2004



+



+

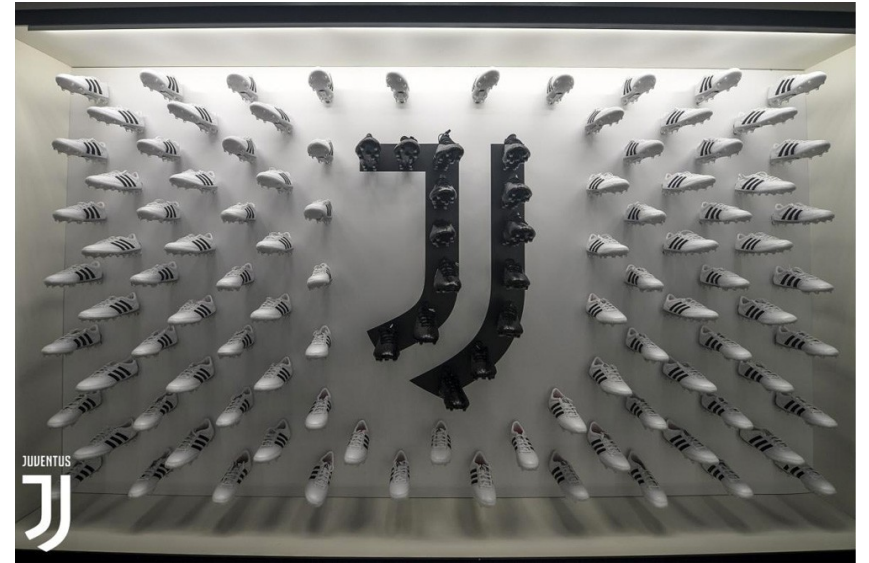


=



JUVENTUS

**BLACK AND
WHITE AND MORE**



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

Propagace /marketingová komunikace/ (Příkrylová & 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)

Komunikační mix (Vaštíková, 2008)

- Guerilla marketing (netradiční využívání mark. prostředků, maximální efekt za minimum nákladů)
- Virální marketing (sociální sítě, pošta, mobilní telefon)
- Product placement
- Public relations
- Internetová komunikace

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
(<https://www.facebook.com/goal/videos/10156254671098598/>)
- Nastavení externí komunikace k fanouškům
- 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

