

P-A-P-E-R TEST SPORTOVNÍCH AKCÍ



Doc. ING. JIŘÍ NOVOTNÝ, CSc.

KSVMS
FSPS MU BRNO

Co je PAPER test



- Jako první si musí organizátor stanovit hlavní cíl jeho sportovní akce
- Organizátoři sportovních akcí maximalizují hodnotu sportovní akce, když zajistí maximum přínosů z dílčích úkolů a cílů z hlediska:
 - P – Promotion
 - A – Audience
 - P – Partnerships
 - E – Environment
 - R – Revenues

PAPER test



- PAPER test je nástroj, který pomáhá organizátorům určit si dílčí cíle sportovní akce
- PAPER test usnadňuje organizaci sportovní akce – lépe definujete konkrétní činnosti

Promotion



1. Jaká je základní myšlenka, kterou chci veřejnosti sdělit o mé sportovní akci, sportu nebo sportovní organizaci?
2. Můžu vytvořit zájem o sportovní akci před, během, po akci? Jak můžu měřit zvýšený zájem?
3. Jakou pozici bude mít sportovní akce ve sportovním prostředí (komunitě)?
4. Jaký odkaz/dojem by sportovní akce měla zanechat?

Audience



1. Kdo je cílová skupina sportovní akce?
 - Zúčastní se sportovní akce
 - Navštíví sportovní akci
 - Budou kupovat vstupenku na sportovní akci
2. Které další skupiny s podobnými zájmy můžeme přilákat nebo pozvat, abychom zvyšovali návštěvnost, zájem a významnost sportovní akce?
3. Je možnost přilákat zcela nové účastníky/fanoušky sportovní akce podpořením jejich první návštěvy?

Partnerships



1. Můžu sportovní akci využít k navázání nebo posílení vztahu partnerů a fanoušků s mojí sportovní organizací?
2. Jaký typ zážitku mají partneři z našich sportovců?
3. Jak se mají různé skupiny zúčastněných cítit před sportovní akcí, během a po sportovní akci?

Environment



1. Kdo je můj konkurent? Jak budu komunikovat, abych se odlišil od jiné sportovní organizace a od programu, kteří zaštiťuje konkurent?
2. Potřebujeme se vyčlenit od podobných organizací , které působí v komunitě – soupeříme o peníze, čas zájem?
3. Jaký je přínos mojí sportovní akce oproti akci konkurenta pro veřejnost nebo potenciální partnery?
4. S jakým typem časové a ekonomické náročnosti se mohou účastníci sportovní akce setkat, když se zúčastní sportovní akce?
5. Existuje všeobecný názor nebo povědomí, které má negativní vliv na přilákání nových fanoušků?

Revenue



1. Jaká je výše příjmů, kterou musím získat na organizace sportovní akce?
2. Potřebuji získat přebytek příjmů nad výdaji? Je tento potenciální zisk základem pro budoucí rozmach sportovní akce?
3. Jakou výši prostředků (mimo výše uvedené) musím investovat, abych splnil další svoje cíle?
4. Je nebo měla by být moje akce spojená s nějakou charitativní akcí?

Cvičení



- Vžijte se do role organizátora vámi vybrané sportovní akce a stanovte hlavní cíl sportovní akce a proved'te její PAPER test...