

MAKE YOUR MARK

REBRANDING
SPORTOVNÍCH
ORGANIZACÍ

Rebranding

- Co to je?
- Brand
- Logo
 - *Proč rebranding?*
- Fanoušci – zapojit / nezapojit?

- Corporate identity
- Změna značky

- Vše, co si lidé asociují pod daným názvem
- Logo – web – lidé – sociální sítě - prezentace klubu/organizace/osoby

- Vývoj trhu
- Mění se potřeby spotřebitelů / samotných organizací
- Konečnému návrhu předchází důkladný výzkum, který uspokojí potřeby zadavatele
- Udržení nové identity v souladu s brandovou strategií

- +++ FANOUŠCI – xy dalších názorů na logo – nemusí být srozuměni s brand strategy, tudíž se nemůžou zapojovat do rozhodování

TOP BRANDS

- SPORT BRAND
- ATHLETE
- EVENT
- TEAM

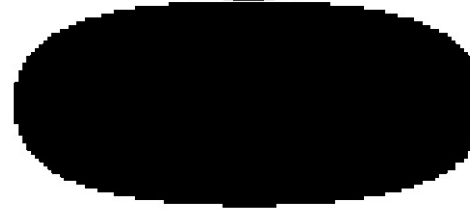
SPORT BRAND

- Nike (15 000 000 000 USD)
- ESPN (11 500 000 000 USD)
- Adidas (5 000 000 000 USD)
- Sky Sports (3 000 000 000 USD)
- Gatorade (2 500 000 000 USD)
- Reebok (1 500 000 000 USD)
- Under Armour (1 000 000 000 USD)
- EA Sports (625 000 000 USD)
- YES Network (600 000 000 USD)
- MSG (400 000 000 USD)



ATHLETE

- Tiger Woods (55 000 000 USD)
- Roger Federer (26 000 000 USD)
- Phil Mickelson (24 000 000 USD)
- David Beckham (20 000 000 USD)
- LeBron James (20 000 000 USD)
- Kobe Bryant (14 000 000 USD)
- Dale Earnhardt Jr. (9 000 000 USD)
- Maria Sharapova (9 000 000 USD)
- Cristiano Ronaldo (8 000 000 USD)
- Shaun White (7 000 000 USD)



SPORT EVENT

- Super Bowl (425 000 000 USD)
- Summer Olympics (230 000 000 USD)
- FIFA World Cup (147 000 000 USD)
- MLB World Series (140 000 000 USD)
- UEFA Champions League (132 000 000 USD)
- Winter Olympics (123 000 000 USD)
- Daytona 500 (112 000 000 USD)
- NCAA Men's Final Tour (92 000 000 USD)
- MLB All-Stars Week (76 000 000 USD)
- Kentucky Derby (70 000 000 USD)



TEAM

- NY Yankees (340 000 000 USD)
- Manchester United (269 000 000 USD)
- Real Madrid (264 000 000 USD)
- Dallas Cowboys (193 000 000 USD)
- Bayern Munich (179 000 000 USD)
- Boston Red Sox (173 000 000 USD)
- Barcelona (172 000 000 USD)
- Arsenal (158 000 000 USD)
- AC Milan (147 000 000 USD)
- New England Patriots (146 000 000 USD)



1



\$29.6B

2



\$15.8B

3



\$7.9B

4

sky sports \$5.5B

5



UNDER ARMOUR

\$4.5B

6



mlbam
\$2.4B

7



\$2B

8



\$1.4B

9

Reebok 
\$800M

NESN

\$650M

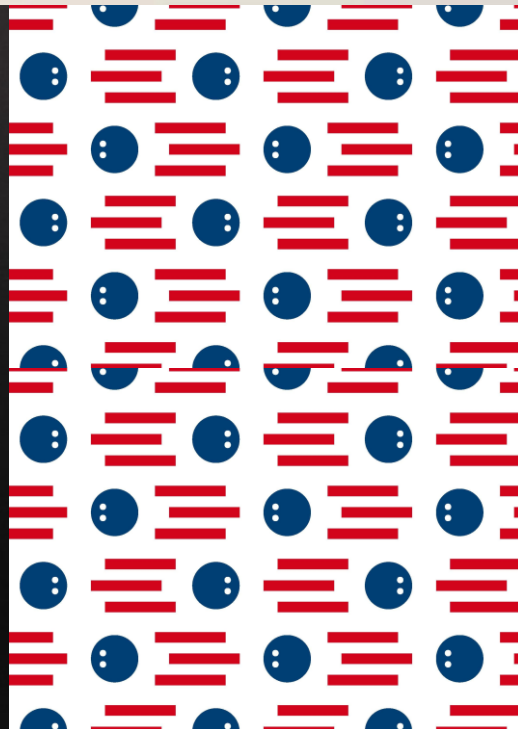
10

CZECH SQUASH (201

- Logo a identita pro veřejnou komunikaci
- Míček a trajektorie letu
 - *Úspěchy nastupující mladé generace*
 - *Squash stále populárnějším sportem*
 - Ambice získat místo na OH
- Moderní, jednoduché a dynamické
- Text
 - *Stěna, proti které míří míček*
 - *Národní barvy*
 - Hrdost a důstojnost
- CZECH SQUASH – ČESKÝ SQUASH



- *„Doposud jsme se při komunikaci se členy zaštiťovali asociací, rozhodli jsme se však pro změnu. Chtěli jsme odstranit punc funkcionářské authority. Při komunikaci směrem ven je pro nás tato varianta více sjednocující.“*



CZECH HANDBALL (2016)

- Národní barvy
 - H
 - *Handball*
 - *Házená*
 - *HERO*
 - Levá strana H = slavná minulost
 - Pravá strana H = nadějná budoucnost
 - Modifikace
- „Pokud chceme, aby se házená rozvíjela, nemůžeme si dovolit ji chápat pouze jako sport, ale vnímat i nabízet ji jako špičkový produkt. A ke špičkovému produktu patří propracovaná značka. Pouze kvalitní značka společně s realizovanou marketingovou strategií umožní házené stát se masově známým sportem, s jehož atributy se snadno ztotožní především mladší generace i potenciální partneři.“



ČESKÝ FLORBAL (2015)

- Vizuální provázanost
- Možnost úpravy loga pro partnery
- Logotypy jednotlivých soutěží
- Národní barvy



**ČESKÝ
FLORBAL**



1992 - 1997



1997 - 2015



2015

LOGOTYPY SOUTĚŽÍ



**SUPERFINÁLE
FLORBALU 2016**

ČESKÝ HOKEJ



- Vyřazení státního znaku – negativní reakce fanoušků i některých hráčů
- Details = hokejová i státní symbolika
 - **Oko lva** = tvar ostrova Štvanice (Československo tu získalo 1. titul mistrů světa)
 - **Hřívá** – 6 velkých ostnů = každý pro jednoho hráče na ledě
 - **Jazyk a pusa** = puk
 - **Stínování loga** = led
- Merch + web jakolev.cz
- CZECH HOCKEY (x CZECH ICE-HOCKEY?)

Poprad

Staré logo



Nové logo



- Celková změna marketingové strategie
 - *Více se zaměřit na fanoušky a jejich prožitek ze zápasu*
- Moderní vizuální identita
- Klub zapojil i fanoušky (!)
 - *Vybírali ze 2 finálových log – na FB pomocí lajků*
- Kruhový tvar loga + urputný výraz ve tváři kamzíka
 - *Dynamika a tvrdost hokeje*
- Komplexní změny zasáhly i organizační struktury klubu

Juventus



- Koplexní přebudování vizuální identity
- Strategie Juve = **být lídrem na hřišti i mimo něj**
- Scudetto + pruhy + J
- Nové logo má zachycovat DNA klubu
- Ostré linie vykreslují ikonickou značku
- Černobílý štít
 - *Kvalitní sportovní výkon*
 - *Vytrvalost*
 - *Ambice*
 - *Prémiový italský styl*
- Brand, který reprezentuje sám sebe





- Abstrakce a jednoduchost
- Logo funguje ve sportovním i komerčním prostředí
- Odhalení nové identity doprovázeno změnami na sociálních sítích
- Komplexní filozofie
- BLACK AND WHITE AND MORE
- <https://www.youtube.com/watch?v=s26jlK8bUSY&list=PLamQuNkRTV0d4UbU7ho - 6GcL1omo1zR>



Chater

