

Marketing funkcija i upravljanje komunikacijama za saveze [lekcije iz biznisa]

Marketing pristup u funkciji razvoja sportskog saveza ili
“Kako da komuniciram svoj rad kako bih postao
relevantan partner sporta na lokalu?”



Marketing?!? Šta pričaš, šta je tu za mene?

GDE SMO SADA?

Situacija u savezima (gradski granski i opštinski sportski) je složena. Po pravilu zaposlen je jedan sportski radnik - **Generalni sekretar**. On-a obavlja **administrativni** deo posla (ugovori, skupština, izveštaji...), **programski** deo (pravilnici, kategorizacija...) i jedan deo **informativnog** (obaveštanja, komunikacija sa članicama...) boreći se za poziciju svog saveza i buduću održivost i finansiranje.



O predavaču

Veroljub Zmijanac

Izvršni direktor, SportIT - Sport Marketing & Sponsorship DOO
Trčanje.rs, Beogradski trkački klub, serija trka Serbia Business Run
BeActive Night Run, revijalna trka OKS
Više od 500.000 EUR sponzorskih programa
Menadžer za trčanje u Srpskom Atletskom Savezu (Serbia marathon)
Osnivač, PELOTON - Sport Biznis Akademija



Suština marketinga je da merimo i radimo ono što donosi rezultate!

ZAŠTO BI RADILI JOŠ NEŠTO?

Dodavanje još jednog posla sekretarima nije samo po sebi cilj. Ipak, šta ako takva funkcija pospeši očuvanje i razvoj saveza? Šta ako savezi primenom marketing tehnika bolje pozicioniraju sebe i svoj rad? Hajde da se otvorimo za tu mogućnost i vidimo opcije.



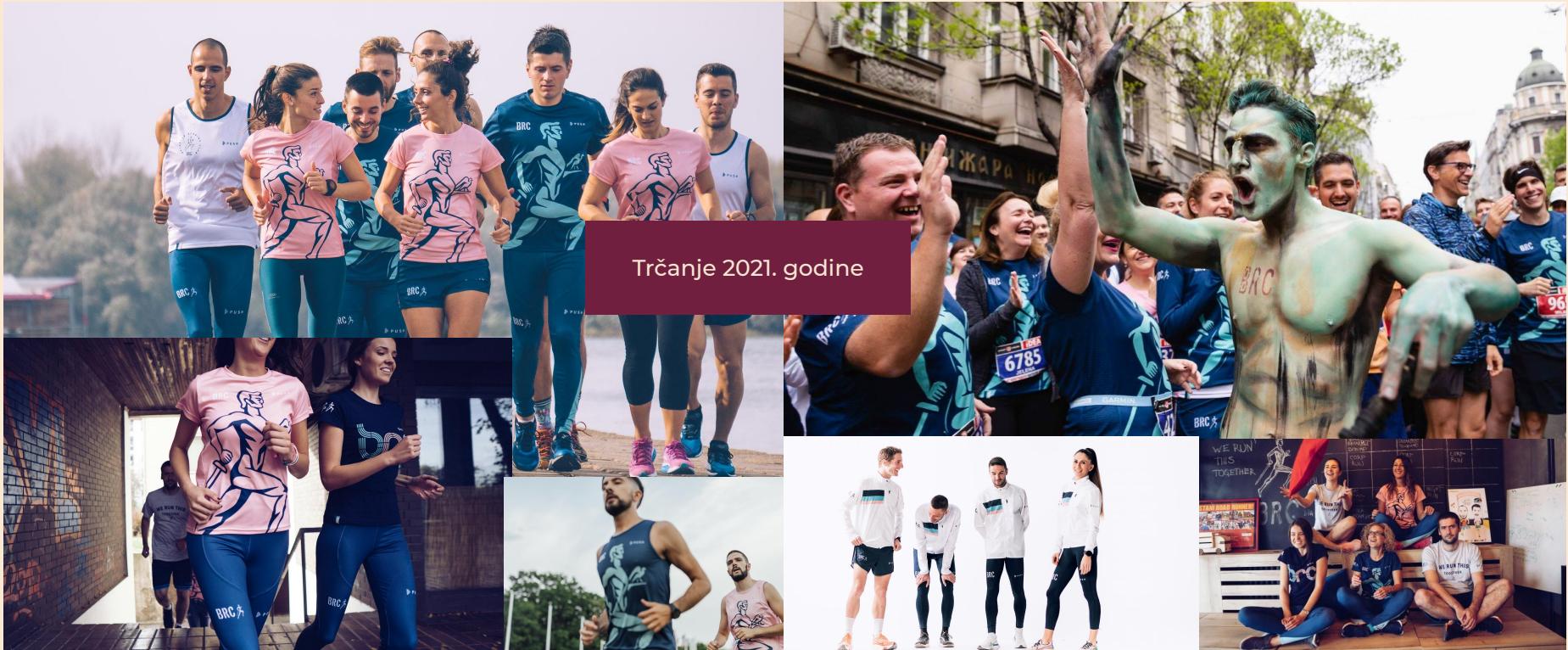
Primer iz neprofitnog marketinga



Trčanje 2008. godine



Brend (re)pozicioniranje trčanja



ČIJI POSAO?

Da li ste gledali film? (Zavirite u posao saveza)

USA Gymnastics

Dokumentarac o zataškavanju seksualnog zlostavljanja gimnastičarki otkriva uspon i pad nacionalnog i granskog saveza za gimnastiku u SAD. Profesionalnim očima (kao sportski radnici) možemo videti i kako savez funkcioniše iznutra, sa marketinške strane, tj kako se rezultati i Olimpijske medalje pretvaraju u veliki broj sportistkinja i sponzora.



PRIMENA MARKETINGA

Redizajn "Svetska atletika"

- ★ Savez kao upravljačko telo
- ★ Moderno, kreativno, pozitivno lice
- ★ Marketinški upeglan i privlačan za sponzore
- ★ Primenjiv na digitalne kanale
- ★ "Instagramične" boje za novu generaciju sportista (i fanova)



The new name, 'World Athletics', builds upon the organization's restructuring and governance reform agenda of the past four years to represent a modern, more creative and positive face for the sport. The new brand, Council agreed, makes the sport more accessible to a wider audience while giving the global governing body the opportunity to more clearly communicate its mission as the leader of the world's most participatory sport.

"The hope is that our new brand will help attract and engage a new generation of young people to athletics," said IAAF President Sebastian Coe. "We have now created a brand that can come to life in the digital world while reflecting the changing nature of the sport. And at the same time bring into focus the athletes, the heroes of our sport."

[IAAF unveils new name and logo | PRESS-RELEASE](#)

Budućnost sporta - Generacija Z ???



Ko su sportisti? Ko su fanovi?

- ★ Generacija Z - odrasli sa telefonom. Ređe gledaju prava takmičenja, više kratke filmove na društvenim mrežama. 53% sebe smatra fanovima sporta nasuprot 69% svih odraslih. 39% kaže da nikada ne gleda sport. [The Sports Industry's Gen Z Problem: Fewer Fans, Lower Viewership](#)
- ★ "Vratiće se posle 35 godine", da li će? [Sports has a Gen Z problem. The pandemic may accelerate it.](#)
- ★ Povezivanje sa modom, muzikom, ali i "cause marketingom", tj humanitarnim marketingom

Humanitarni marketing



Muzika i slavne ličnosti



Društvene mreže i interaktivno praćenje



“SVE JE MARKETING”

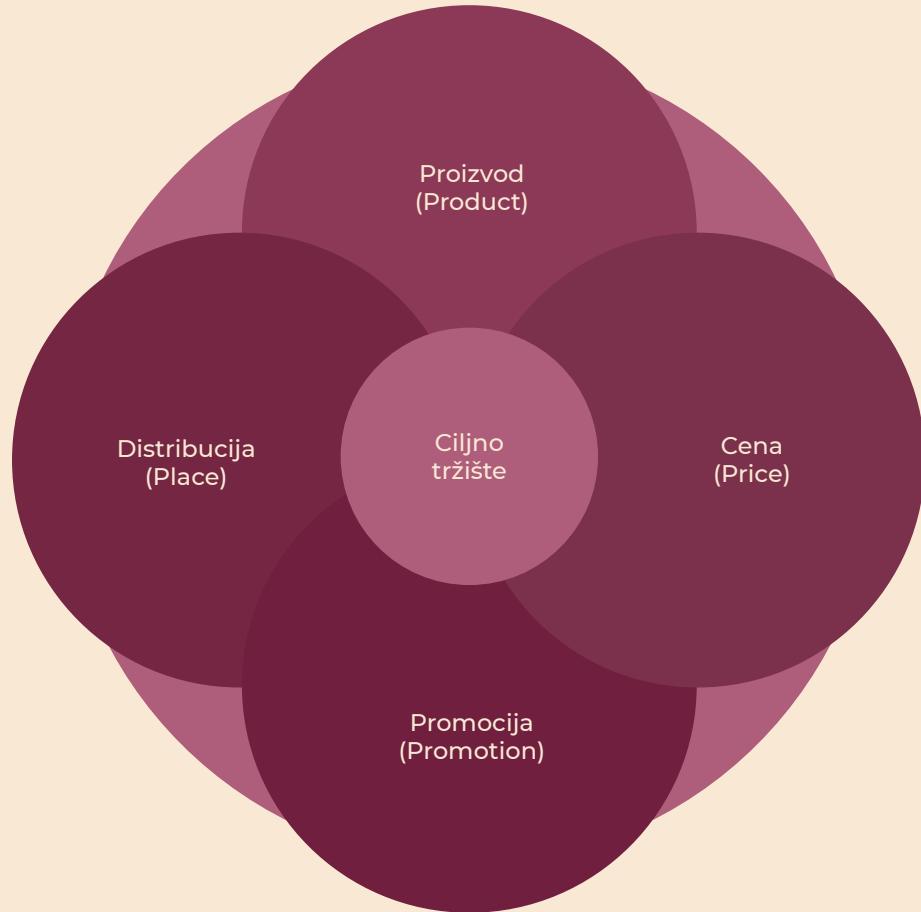
Sve se može posmatrati kroz marketing prizmu, ali nije sve marketing. Definicija marketinga kaže da je to skup aktivnosti kojim se usmerava tok proizvoda ili usluga od proizvođača do kupca. Najšire shvatano **proizvod saveza je sport** (*određena disciplina ili ceo sport na određenoj teritoriji*), a usluga je **uređivanje i razvoj tog sporta** u posmatranom domenu.

PRIMENA

Marketing miks (4P)

Suština primene marketinga je u verovanju da **optimalnom kombinacijom 4 faktora** ("marketing miks") organizacija može da ostvari konkurenčku prednost i proda svoj proizvod ili uslugu na ciljanom tržištu. Konkurenti savezima? Svi ostali sportski savezi, ali i ostale oblasti koje se bore za naše slobodno vreme.

Kako izgleda marketing miks jednog saveza? Šta je proizvod ili usluga saveza = **kako vi stvarate vrednost za vaše korisnike?** Kome vi služite, ko su vaši **korisnici?** Na koji način **promovišete svoje usluge?** Na koji način **korisnici dolaze do vas** (distribucija)? Koja je **cena** vaših usluga?



PRAKTIČNA VEŽBA & PRIMER!!!

“Marketing miks” opštinskog sportskog saveza

CILJNA GRUPA	PROIZVOD ILI USLUGA	CENA	PROMOCIJA	DISTRIBUCIJA
KLUBOVI SA OPŠTINE	Podrška realizaciji programa (finansiranje iz budžeta)	Budžet opštine za sport	Sajt saveza i opštine, obavezno putem mejling liste, Viber community!!!	Konkurs
KLUBOVI SA OPŠTINE	Promocija aktivnosti, rezultata, sportista i opcija za članstvo	Održavanje društvenih mreža saveza	Putem opštinskog časopisa, društvenih mreža saveza uz međusobno tagovanje (Instagram)	U opštini, putem mreža
SPORTISTI SA OPŠTINE	Stipendije za najtelentovanije iz ugroženih porodica	Npr, 5 stipendija, 12 meseci, 5000 RSD	Bilbordi, lokalni mediji, društvena mreža	Konkurs
OPŠTINA (Većnik za sport)	Statistika sporta na opštini uz promociju rezultata opštine	Sala, ketering, eventualno diplome i zahvalnice	Poziv klubovima mejling listom i medijima. Poziv na sajtu opštine.	Konferencija za štampu ili saopštenje za medije u opštini
ŽITELJI OPŠTINE	Mini sajam sporta ili humanitarna porodična trka	Besplatno za učesnike	Putem svih kanala svih klubova (zajednička promocija)	Najveći lokalni park ili sportski centar



Potencijalni ciljevi saveza u oblasti marketinga (i mogući indikatori)

01.

PROMOCIJA SPORTA

Broj objava u lokalnim i gradskim medijima, promocija uspeha sportista, organizacija promo aktivnosti, mini sajmova sporta i drugo

02.

BROJ SPORTISTA

Broj dece i mladih, žena, seniora, osoba sa invaliditetom, rekreativaca

03.

VRHUNSKI REZULTATI

Broj medalja na važnim takmičenjima sportista

04.

FINANSIJSKO TRŽIŠTE

Ukupno tržište sporta (budžet, članarine, kotizacije, sponzorski ugovori, tržište opreme...)

IPAK JESTE! SVE JE MARKETING

(kada shvatimo da se kao sport “borimo” za pažnju i slobodno vreme sportista i gledalaca, ali i budžet opštine-sekretarijata koji će biti raspoređen na kulturu, socijalna pitanja i drugo...)

Primer dobre prakse - ne mora da bude teško

Sportski savez Novi Pazar

Često u opisu vidimo "Zvanični profil te i te organizacije". To nije dobro, već je potrebno **ispričati svrhu organizacije**, ispričana kroz vidljiv uspeh i kako ona služi zajednici. Kanal SSNP obiluje **vestima iz svih sportskih disciplina**, svojevrsni je stožer sporta i tačka kontakta za sport u Novom Pazaru - baš ono što jedan opštinski savez treba da radi - ujedno bivajući **servis lokalnim klubovima i sportistima u promociji njihovih rezultata**.

PROSTOR ZA NAPREDAK: Vebajt (bolje ga ne linkovati!)

The screenshot shows the Instagram profile of the Sportski savez Novi Pazar. The profile picture is a logo for 'SPORTSKI SAVEZ NOVI PAZAR' featuring a stylized figure in blue and green. The bio text reads: 'Sportski savez Novi Pazar 06.03.1996 Za 24 godine postojanja SSNP je sa početnih 6 klubova o kojima je brinuo prerastao u porodicu od 98 ekipa iz skoro svih oblasti sporta. www.novipazar.svz.rs'. Below the bio, it says 'Followed by jovank11, peloton.academy, ____el____b +6 more'. There are six circular preview images for posts: 'Objave klu...', 'Fk Jošanica', 'Boks', 'Ok Novi P...', 'Fk Novi Pa...', 'Odbojka', and 'Košarka'. At the bottom, there are three tabs: 'POSTS', 'IGTV', and 'TAGGED', followed by a grid of nine sports-related images.



KONTAKT

Veroljub Zmijanac
064 50 72 603

veroljub.zmijanac@peloton.academy
www.peloton.academy

