



Маркетинговые коммуникации в спорте

Зайцева Ирина Михайловна
Агентство «Финансы-спорт-
маркетинг»

Почему спорт?

1

массовость

2

эмоциональность

3

патриотичность

4

разнообразность

5

доступность

6

наличие личностей

7

позитивность

8

сочетаемость

9

история

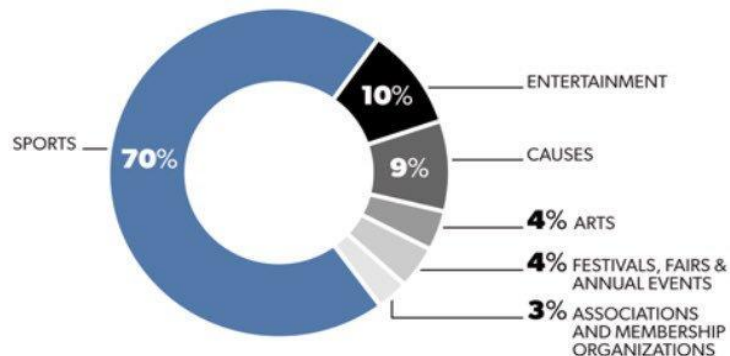
Почему спорт?

NORTH AMERICAN SPONSORSHIP SPENDING BY PROPERTY TYPE

	2016 SPENDING	2017 SPENDING	INCREASE FROM 2016	2018 SPENDING Projected	INCREASE FROM 2017 Projected
SPORTS	\$15.7 BILLION	\$16.26 BILLION	3.6%	\$17.05 BILLION	4.9%
ENTERTAINMENT	\$2.22 BILLION	\$2.29 BILLION	3.2%	\$2.4 BILLION	4.8%
CAUSES	\$1.99 BILLION	\$2.05 BILLION	3.0%	\$2.14 BILLION	4.4%
ARTS	\$962 MILLION	\$993 MILLION	3.2%	\$1.03 BILLION	3.7%
FESTIVALS, FAIRS AND ANNUAL EVENTS	\$878 MILLION	\$903 MILLION	2.8%	\$936 MILLION	3.7%
ASSOCIATIONS AND MEMBERSHIP ORGANIZATIONS	\$604 MILLION	\$616 MILLION	2.0%	\$635 MILLION	3.1%

© 2018 ESP Properties, LLC. All rights reserved.

PROJECTED 2018 SHARES OF NORTH AMERICAN SPONSORSHIP MARKET



Законодательная база

1.
**Федеральный
закон
«О рекламе»**

2.
**Федеральный
закон
"О
физической
культуре и
спорте в
Российской
Федерации"**

Направления в спорте



Спортивная федерация

Цели и задачи:

- **Объединение усилий** членов Федерации и всех заинтересованных организаций **в развитии** данного вида **спорта** на территории Российской Федерации; разработка и реализация целевых, комплексных и учебных программ;
- **Совершенствование** организационно-методических **основ подготовки** спортивных резервов и высококвалифицированных спортсменов, обеспечение мер по их подготовке и успешному выступлению в международных соревнованиях;

Спортивная федерация

создание спортивного единого календаря

участие в разработке нормативов и требований спортивной единой классификации

организация подготовки и выступлений сборных команд России на спортивной международной арене

развитие материально-технической региональных отделений

обеспечение социальной защиты, прав и интересов спортсменов, тренеров и других специалистов, забота о ветеранах

Спортивная федерация

развитие и укрепление связей со спортивными международными организациями

подготовка спортивного резерва и благотворительная деятельность, связанная с привлечением детей и подростков занятиям спортом;

борьба против использования допинговых и других вредных для здоровья средств и методов в спортивной подготовке и на соревнованиях

пропаганда и популяризация спорта среди населения

Профессиональные клубы



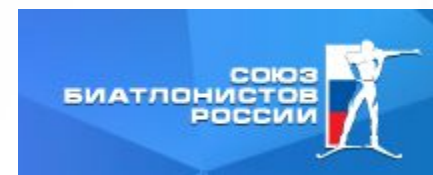
Внешние коммуникации СФ



Внешние коммуникации ПК



Структура СФ



Конференция СБР

*Высший
руководящий орган*

Совет СБР

Коллегиальный орган

Президент СБР

*Кравцов А.М.
Высшее должностное
лицо*

Правление СБР

*Выборный постоянно
действующий
коллегиальный орган*

Контрольно-
ревизионная
комиссия

Филиалы,
представительства

*Структурные
подразделения
СБР*

Региональные
отделения СБР

*Структурные
подразделения
СБР*

Коммерческий
отдел

Аппарат СБР

*Исполнительный
орган*

Комитеты, комиссии,
советы (*постоянные,
временные*)

*Подотчетные органы
для выполнения задач по
основным направлениям
деятельности СБР*

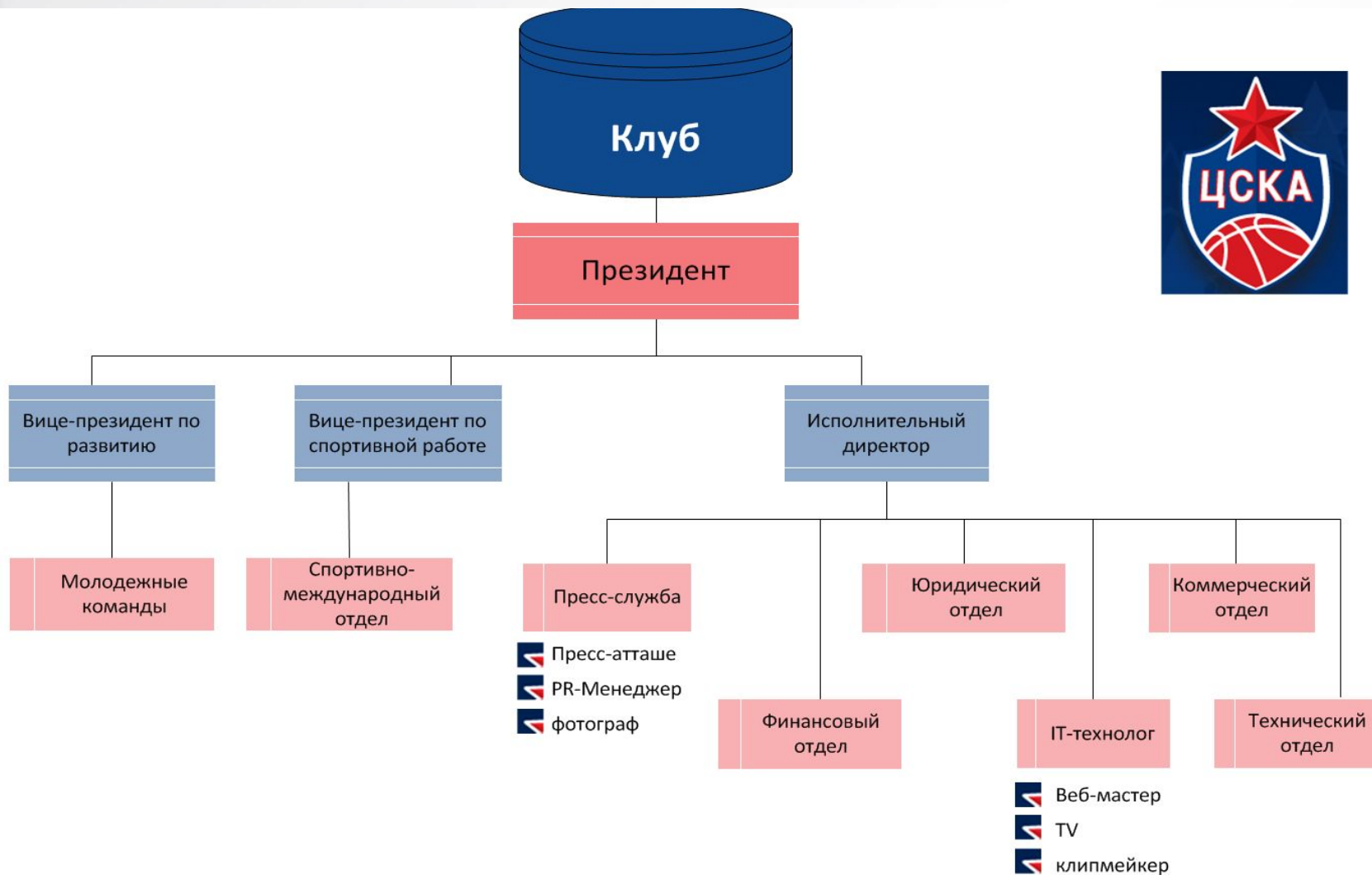
Структура ФС

Аппарат СБР

Исполнительный директор

- ⌘ Финансовый отдел
- ⌘ Юридический отдел
- ⌘ Спортивный отдел
- ⌘ Международный отдел
- ⌘ Медиа-служба

Структура ПК



Источники финансирования СФ



Источники финансирования ПК



Коммерческая деятельность СФ

1

спонсоры, партнеры

2

продажа имиджей спортсменов

3

мерчендайзинг

4

организация коммерческих мероприятий

5

собственные ТВ права

Коммерческая деятельность ПК

- 1 продажа имиджей спортсменов
- 2 мерчендайзинг
- 3 организация коммерческих мероприятий
- 4 ТВ-права
- 5 спонсоры, партнеры
- 6 билетная программа
- 7 match-day
- 8 прочее

ТВ-права

Доходы от продажи ТВ-прав:

1. Англия – 1.92 млрд. евро
2. Италия – 800 млн. евро
3. Испания – 740 млн. евро
4. Германия – 557 млн. евро
5. Франция – 509 млн. евро
6. Турция – 209 млн. евро
14. **Россия – 22 млн. евро**

Мерчендайзинг

для
соревнований

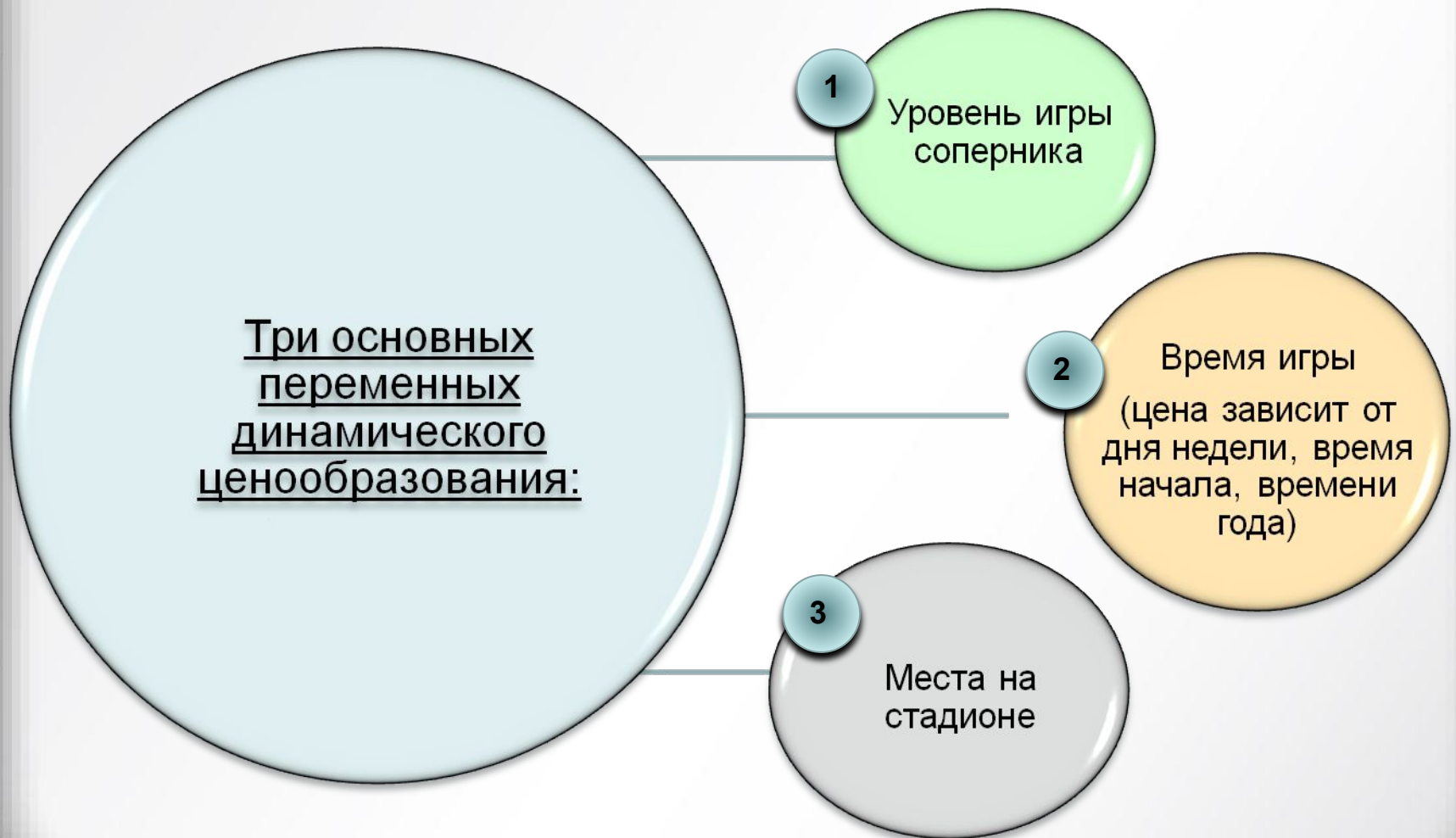
для офиса

праздники

креативные

для продажи

Билетная программа



Билетная программа

Система лояльности

	Gladiator	Centurio	Spartacus
Статусные баллы	0-19	20-29	30 и более
Формула расчёта денариев	Сумма покупки/20	Сумма покупки/10	Сумма покупки/7
Вы сможете:	<ul style="list-style-type: none">- получать SMS-рассылки- получать информационные рассылки по электронной почте <p>И другие дополнительные приятные возможности</p>	<ul style="list-style-type: none">- получать SMS-рассылки- получать информационные рассылки по электронной почте- принять участие в поездке на базу клуба в Тарасовке- принять участие в автограф-сессии на стадионе перед началом нового сезона- принять участие во встрече с игроками/открытых тренировках <p>И другие дополнительные приятные подарки</p>	<ul style="list-style-type: none">- получать SMS-рассылки- получать информационные рассылки по электронной почте- принять участие в поездке на базу клуба в Тарасовке- принять участие в автограф-сессии на стадионе перед началом нового сезона- групповое фото с командой- принять участие в программе «пусть твой ребенок выведет игрока на поле»- получить именную табличку на кресло- получить по почте электронную версию программки матча- приоритетное право входа на арену <p>И другие эксклюзивные возможности</p>

Match-day



Болельщики



Рекламная кампания

Традиционные рекламные носители:

ТВ

Традиционные рекламные носители:

радио

Традиционные рекламные носители:

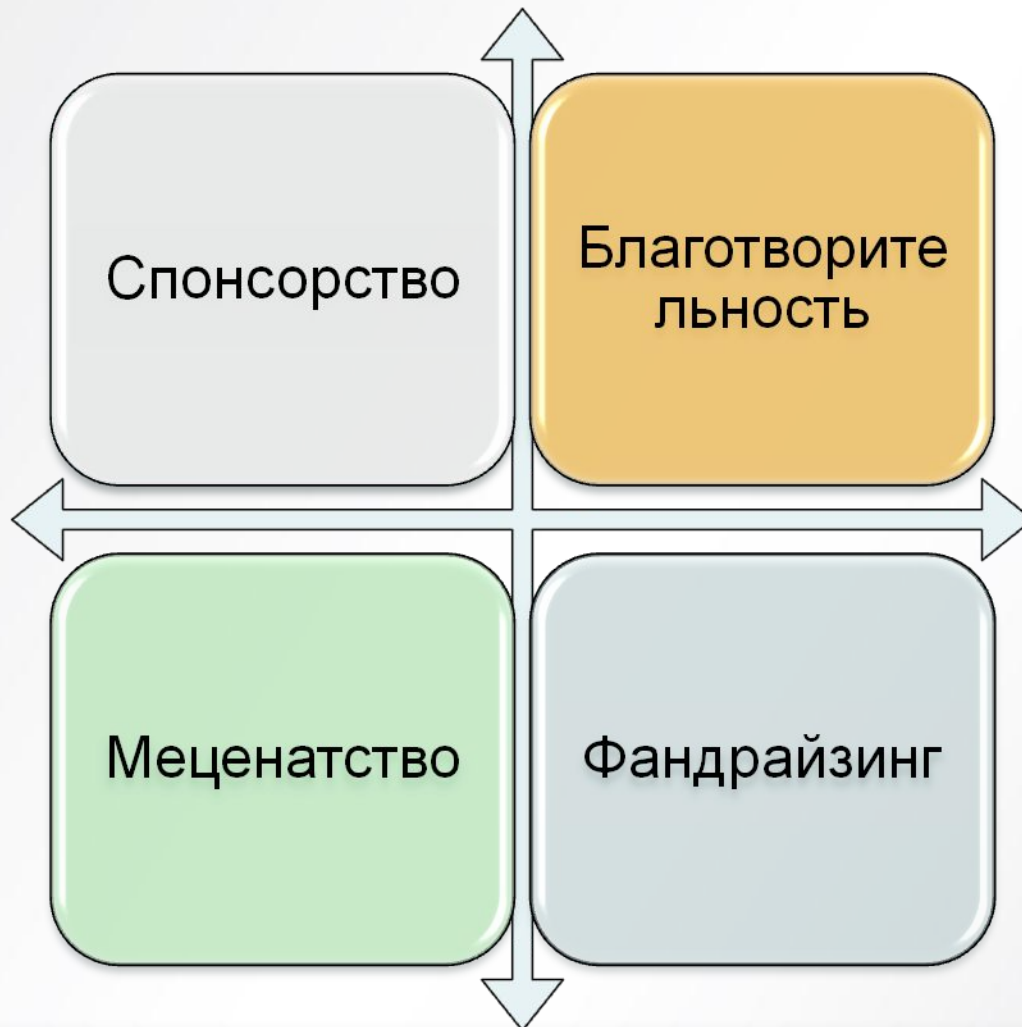
журналы,
газеты

Традиционные рекламные носители:

интернет журналы
газеты

Традиционные рекламные носители:

В чем разница?



Спонсоры

Титульный
спонсор

Генеральный
спонсор

Официальный
спонсор

Спонсор

Партнер

Информационный
спонсор

Нейминг

Индивидуальное
спонсорство

Нейминг



- Стоимость строительства стадиона: 340 млн евро.
- Вместимость: 75 тыс зрителей
1 374 места в VIP-ложах
227 мест для инвалидов с колясками.
- Выгода от спонсорства: 6 миллионов евро в год
- Срок контракта на сотрудничество: 30 лет (с 2006 года)



Нейминг

- Стоимость строительства стадиона: 700 млн евро.
- Вместимость: 60 тыс зрителей
9000 места в VIP-ложах
250 мест для инвалидов.
- Выгода от спонсорства: сделка на 150 миллионов фунтов стерлингов (примерно 170 млн евро)
- Срок контракта на сотрудничество: 15 лет (с 2004 года) + название стадиона до 2028 года



Спасибо за внимание!

zaitseva@biathlonrus.com