



Тема 2. Процесс управления маркетингом спортивной

МСА 2019

Андреи Оравизициу.н., доцент, директор
SMS



Инструменты спортивного маркетинга

(I)

Инструменты маркетинга (SOVATIC)

Реализация стратегий маркетинга

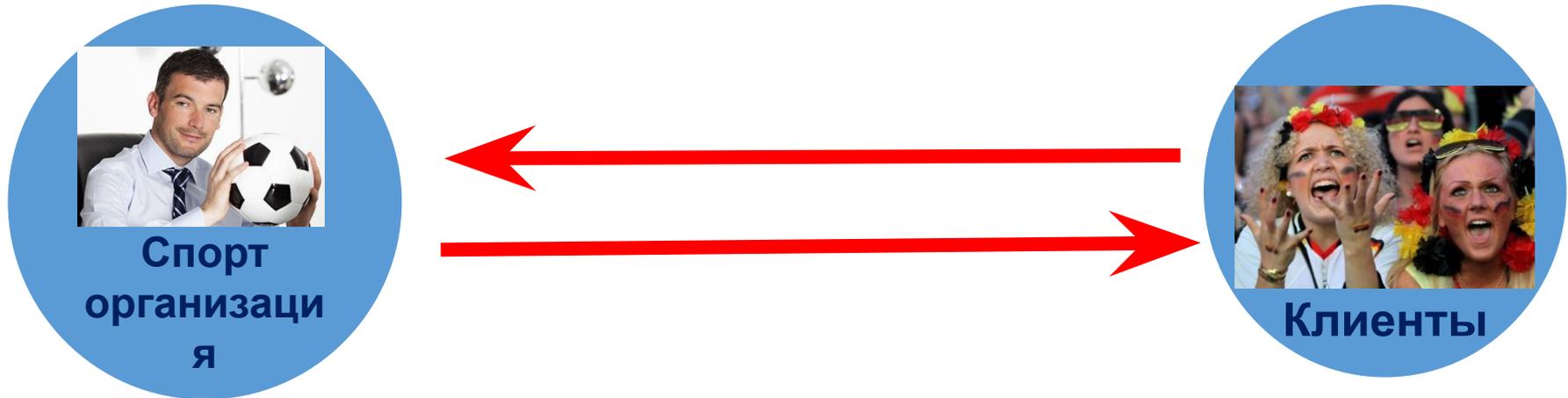


(I) Маркетинговые инструменты: 4P



Продуктовая политика спортивной организации

Место продукта в маркетинге



- **Продукт** – средство решения проблем клиентов
- **Продукт** – ключевое звено рыночного предложения клуба
- **Продукт** – ядро комплекса маркетинга

Продуктовые решения



Осуществляются по отношению к объекту маркетинга



Признаки продукта

1. Результат целенаправленной деятельности спортивной организации по его созданию и рыночному позиционированию
2. Способность решать конкретные проблемы клиента.
3. Наличие права собственности
4. Физическая и процессная обособленность.
5. Наличие родового названия
6. Наличие собственного имени (символа)
7. Наличие цены



Уровни выгод спортивного продукта (событие)



[BASKETBALL TICKETS](#)[FOOTBALL TICKETS](#)[BUS TICKETS](#)[SPECIAL OFFERS](#)[PERSONAL AREA](#)[YOUR SHOPPING CART](#)[FAQ](#)[TERMS](#)[MORE PRODUCTS](#)[EN LT](#)[Login](#)

Online ticketing sales

KELIONĖ IKI PAT ARENOS DURŲ IR ATGAL + BILJETAS Į RUNGTYNES TIK NUO **7.90 €**
PASIRINK NORIMĄ VIETĄ ARENOJE!

BILJETAI: ŽALGIRIS.LT

ŽALGIRO ARENA

ŽALGIRO
EKSPRESAS

Select the event:



Žalgiris Express – Unicaja

Friday, 12/01/2018 16:00

Departures time is different

[PURCHASE TICKETS](#)

Поездка до арены и обратно +
билет на матч всего от 7,90 евро

Для жителей Вильнюса, Клайпеды,
Друскининкая, Мариямполье



Продукты спортивной организации

Спортивные

Нематериальные

События

Соревнования

Развлечения

Досуг

Услуги

Тренировки

Аренда

Соревнования

Продукты, производные от спортивных (персоны, сборная, ...)

Материальные

Товары

Экипировка

Инвентарь

Атрибутика

Информация

Онлайн

Цифровая

Аналоговая

Не спортивные

Нематериальные

Аренда

События

Торговля

Кейтеринг

Ресторан

Hospitality

Материальные

Сувениры и т. п.
Товары
кежуал

Важно: независимо от формы собственности спортивной организации!





Тренировка: Маркетинговые продукты ОКР?

Олимпийская
сборная

Идеи олимпизма

Деловые
события

Олимпийский
телеканал*

Имидж ОКР

Имиджевые
права

Рекламные
возможности

Услуги ОКР

Публичные
события

Спортивные
события

Спортсмены-
олимпийцы

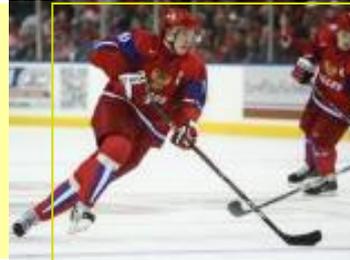
Атрибутика



Иерархия продуктов (ХК)

Атрибутивные продукты:

- Зрелище в виде хоккейного матча



Выражают сущность организации, принадлежность к отрасли, дают основной доход

Дополнительные продукты:

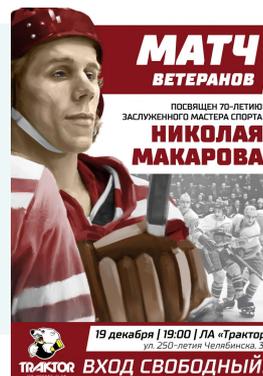
- Программы гостеприимства
- Атрибутика
- Рестораны, кафе
- Трансляции на сайте
- Права на трансляцию* зрелища
- Рекламные возможности



Расширяют рынок, дают дополнительный доход

Вспомогательные продукты:

- Турниры – детские и ветеранов
- Детский летний лагерь
- Деловые события
- Развлекательные события



Используются в качестве инструментов продвижения и позиционирования

Иерархия продуктов (фитнес)

Продуктовый портфель фитнес-клуба

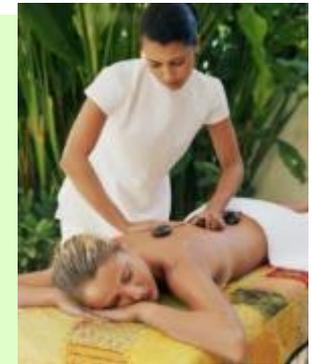
Атрибутивные (базовые) продукты:

- Спортивно-оздоровительные услуги (групповые и персонафицированные)



Дополнительные продукты

- Продажа спортивных товаров
- Услуги СПА, салона красоты
- Рестораны, кафе
- Услуги банкоматов
- Рекламные возможности



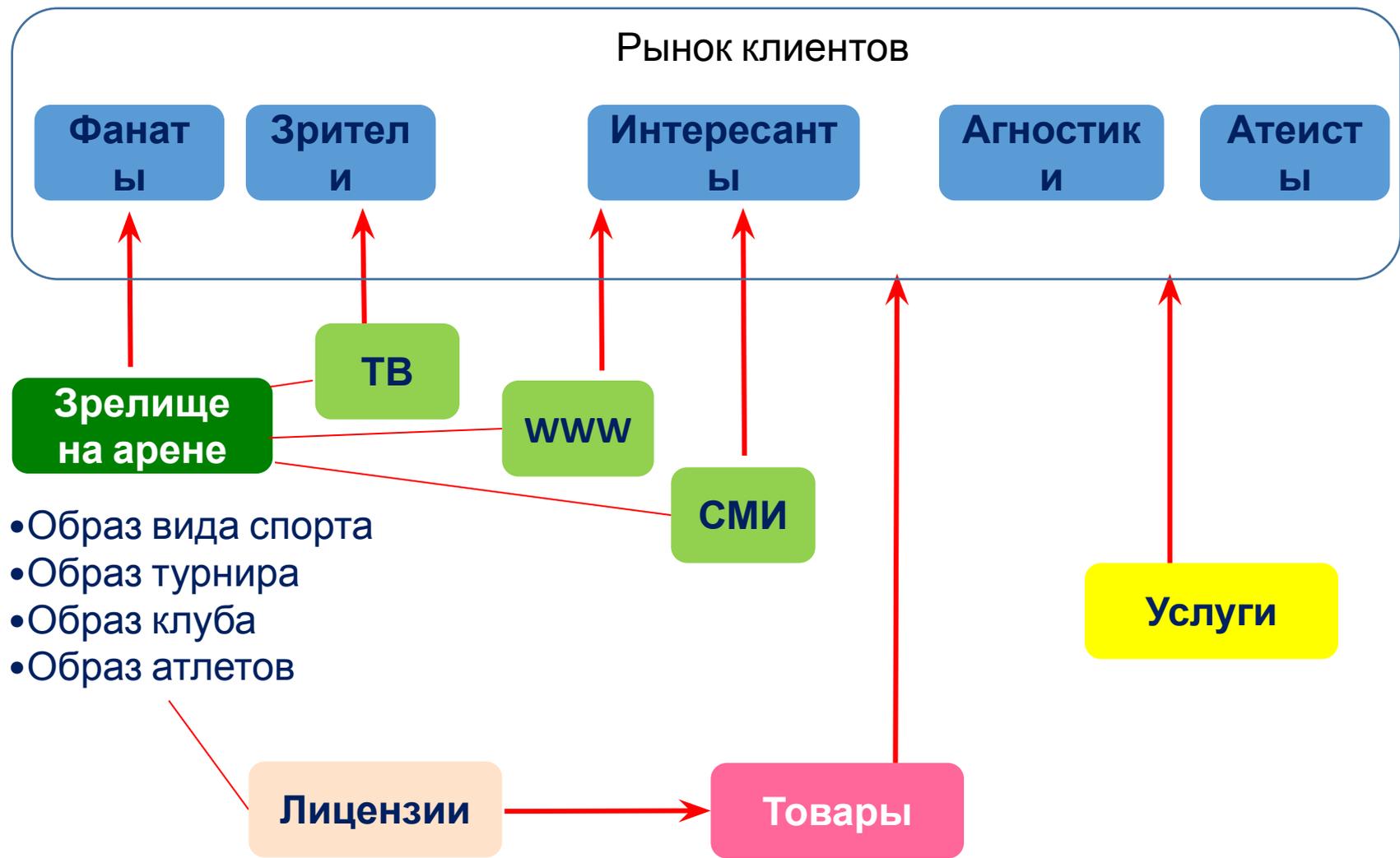
Вспомогательные продукты (events)

- Клубные праздники
- Промо-акции

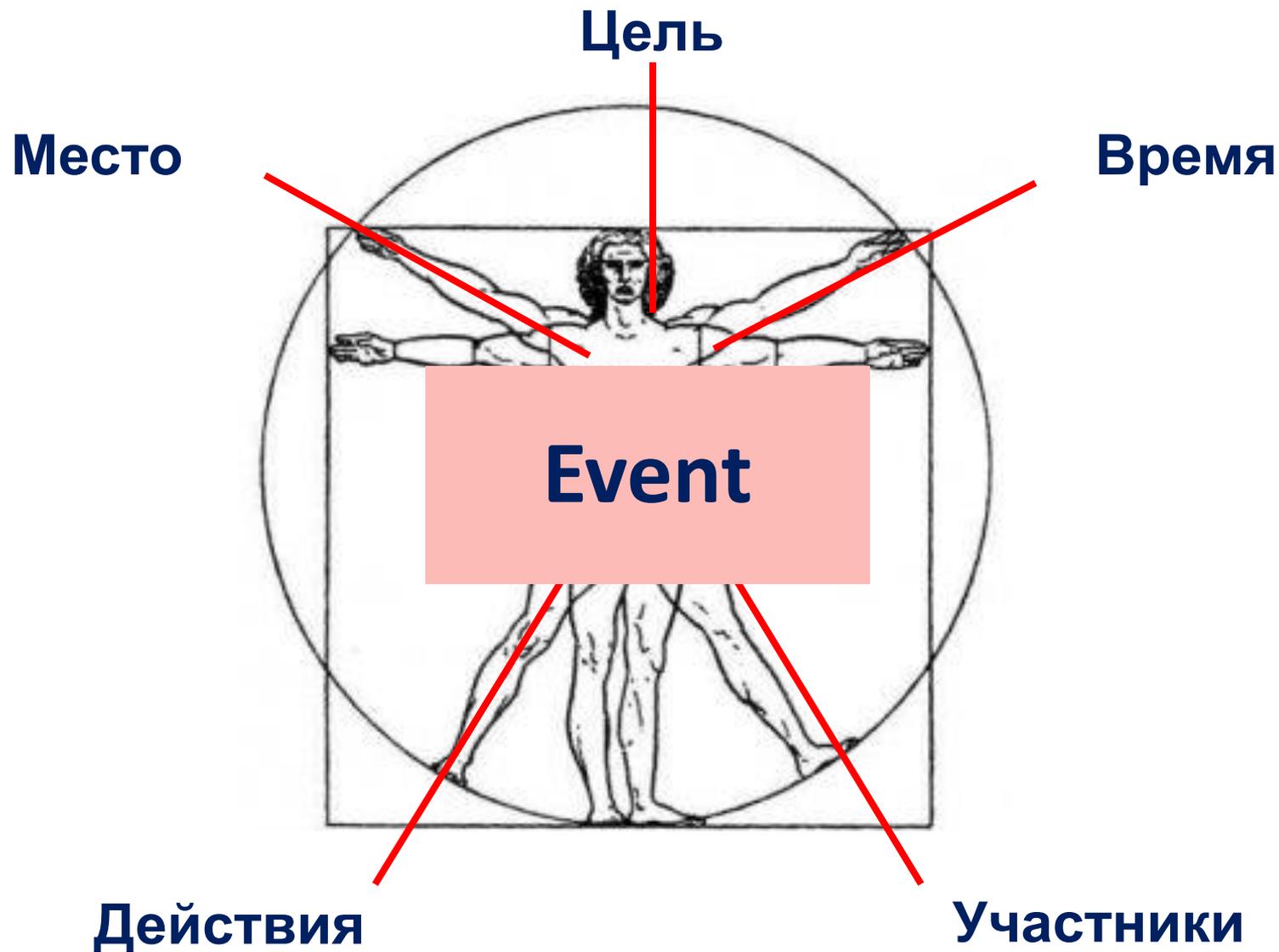




Событие - ключевой продукт спорта



Продукт событие: атрибуты



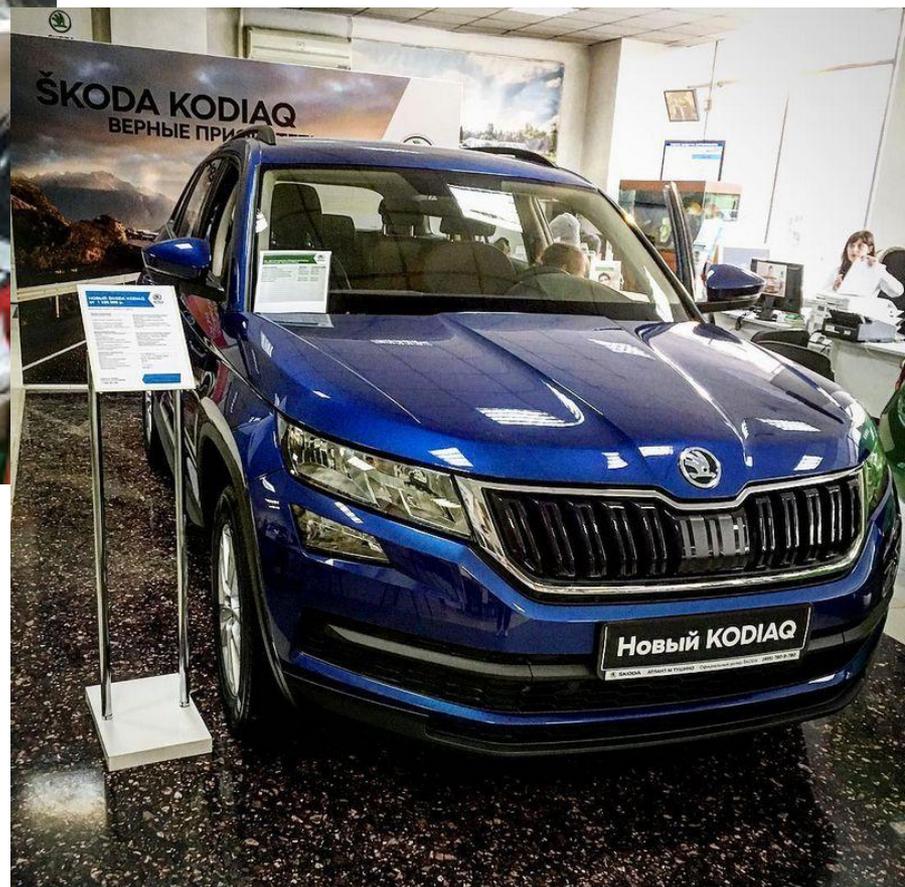
Matchday как комплексный продукт



Комплексный продукт – многокомпонентное рыночное предложение, удовлетворяющее более широкий круг потребностей клиентов спортивной организации.

В него входят: **главный продукт** и дополнительные продукты

Главный и дополнительные продукты



Коллаборации



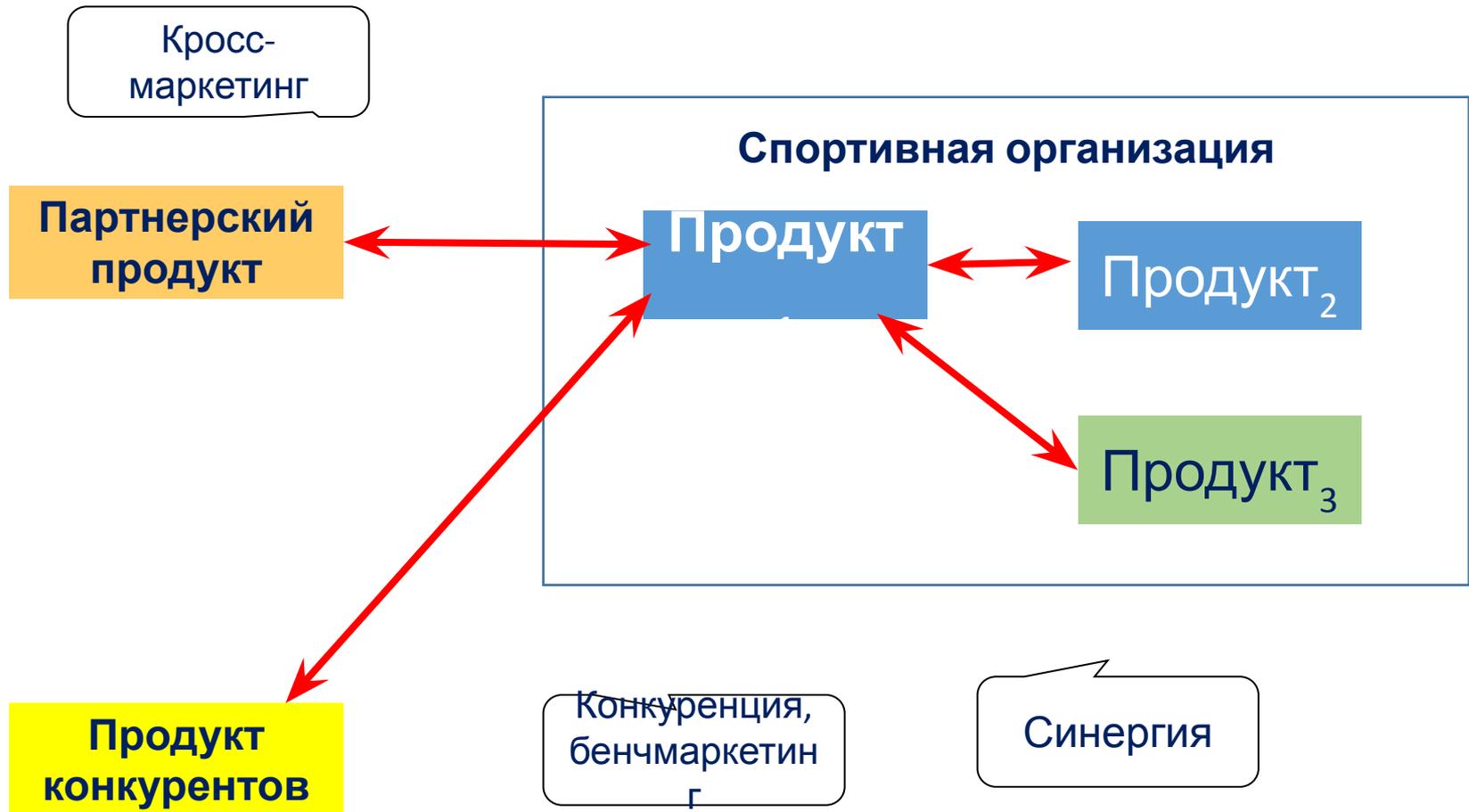


Тренировка!

Какова базовая
выгода вашего
продукта?



Взаимосвязь маркетинговых продуктов



Взаимосвязь маркетинговых продуктов

1. Продукт – аналогичный продукт (Продукт₂)

Matchday 1	22.08.2014	20:30	FC Bayern München		2 : 1 (1 : 0)		VfL Wolfsburg
Matchday 2	30.08.2014	18:30	FC Schalke 04		1 : 1 (0 : 1)		FC Bayern München
Matchday 3	13.09.2014	15:30	FC Bayern München		2 : 0 (1 : 0)		VfB Stuttgart
Matchday 4	20.09.2014	15:30	Hamburger SV		0 : 0 (0 : 0)		FC Bayern München
Matchday 5	23.09.2014	20:00	FC Bayern München		4 : 0 (2 : 0)		SC Paderborn



NIKE FREE
СВОБОДА ПРИ БЕГЕ



NIKE ZOOM AIR
НЕПРЕВЗОЙДЕННАЯ ГИБКОСТЬ



NIKE LUNARLON
КОМФОРТ И ГИБКОСТЬ



NIKE MAX AIR
МАКСИМАЛЬНАЯ АМОРТИЗАЦИЯ

Взаимосвязь маркетинговых продуктов

2. Продукт – другие типы своих продуктов (Продукт₃)



Взаимосвязь маркетинговых продуктов

3. Продукт – партнерские продукты





Ценовая политика спортивной организации

Ценовые решения



Осуществляются по отношению к продукту



Специфика ценовой политики в спорте



1. Многоотраслевой характер спортивной индустрии, разнообразие типов рыночных продуктов
2. Высокая социальная значимость спорта - бюджетное финансирование
3. Наличие особой формы цены – временной цены
4. Комплексный характер источников доходов спортивных продуктов (билеты – мерч – спонсорство - ...)

Денежная и временная цена процессных продуктов

Виды спортивных продуктов	Денежная цена	Временная цена
События в профессиональном спорте и спорте высших достижений (Олимпийские игры, КХЛ, РПЛ, Кубок Кремля, UFC, ЧМ по боксу и т.п.)	Есть	Есть
Платные спортивные услуги (фитнес-клуба, бассейна, катка, спортивной школы и т.п.)	Есть	Есть
Массовые спортивные события (любительские, школьные, студенческие и т.п. соревнования)	Нет	Есть
Бесплатные спортивные услуги (детских спортивных школ и т.п.)	Нет	Есть

Средние цены на продукты в АПЛ

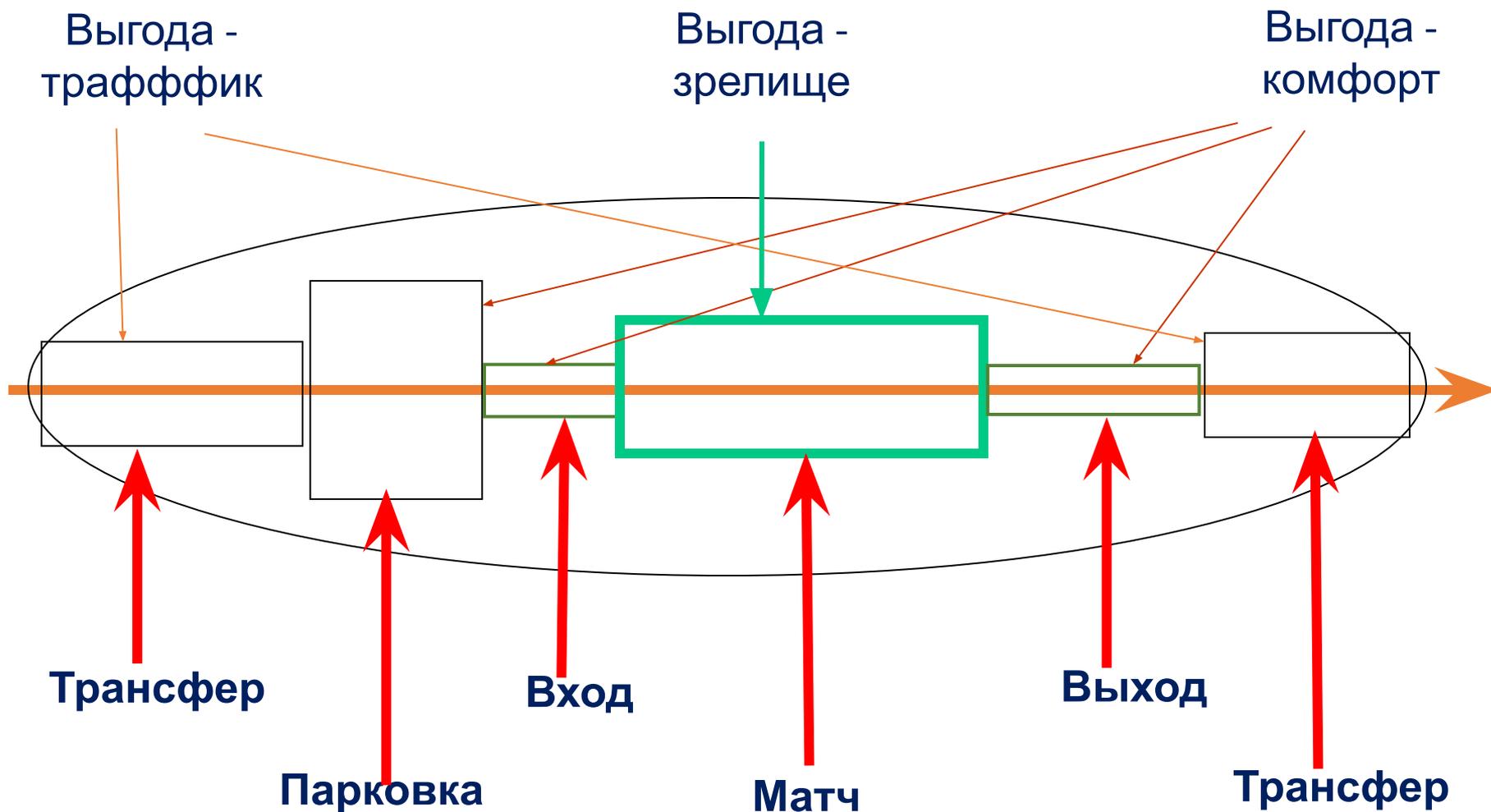
	Средняя цена билета	Покупки на матче				Сумма затрат	Соотношение билет \ покупки (%)
		Программа	Пай	Чай	Футболка		
Arsenal	£60,75	£3,5	£3,9	£2,5	£55	£125,7	48,4\51,6
Chelsea	£67	£3	£2,5	£1,3	£59,9	£133,7	50,1\49,9
Man United	£42	£3,5	£3,9	£2,5	£60	£111,9	37,5\62,5
Man City	£46,5	£3	£4	£2	£60	£115,5	40,3\59,7
Liverpool	£34	£3,5	£3,4	£2,5	£50	£93,4	36,4\63,6
Tottenham	£47,5	£3,5	£4,3	£2,2	£60	£117,5	40,4\59,6

Разнообразие объектов ценообразования

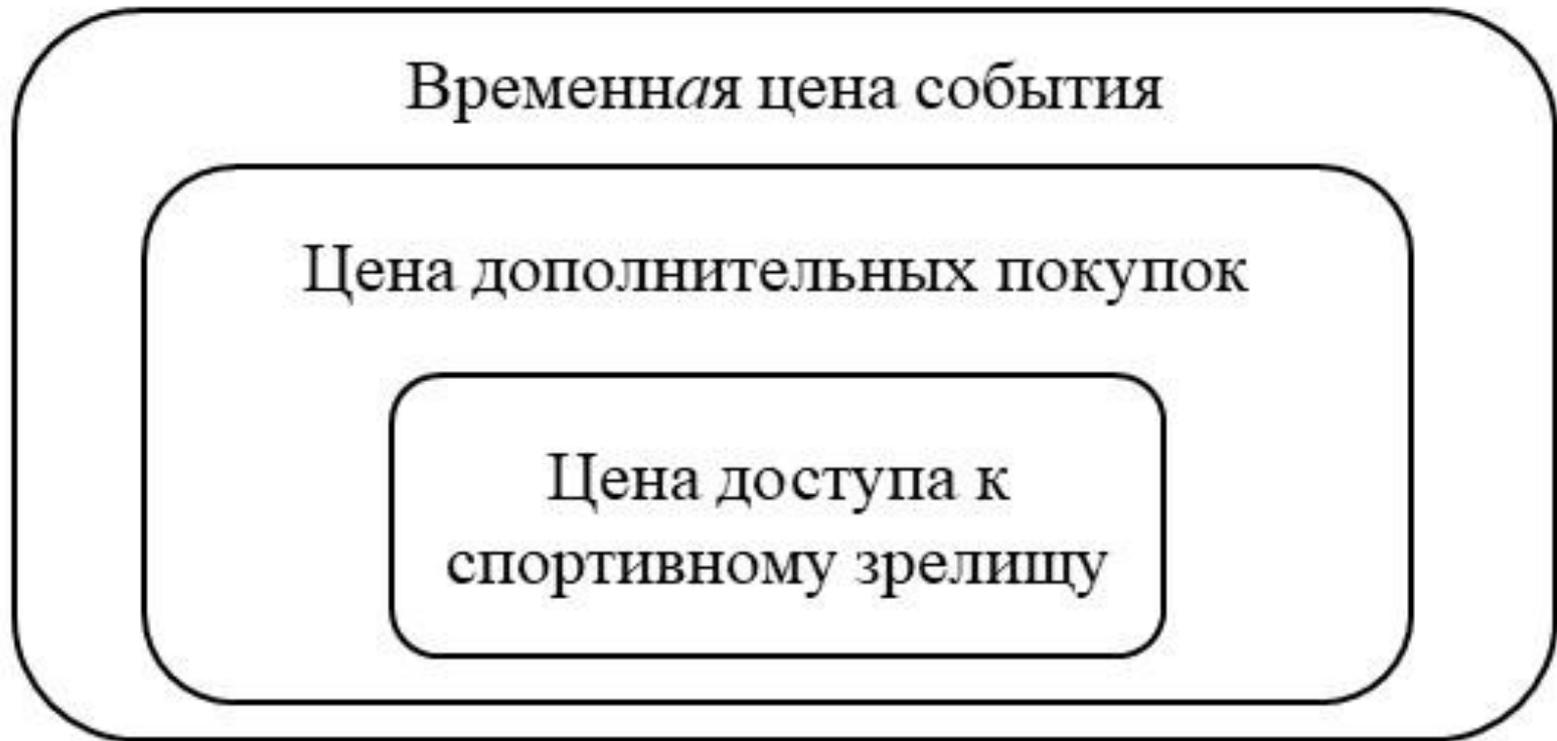
Объекты ценообразования в ФК	Ассортимент	Клиенты	Формы отражения цены
Домашние матчи клуба	<ul style="list-style-type: none"> •Чемпионат лиги •Еврокубки •Кубок страны •Товарищеские матчи 	<ul style="list-style-type: none"> •Зрители •VIP •Фанаты •Семьи •Туристы 	<ul style="list-style-type: none"> •Билеты •Абонементы •Партнерские программы
Аренда спортивных объектов клуба	<ul style="list-style-type: none"> •Спортивные объекты •Коммерческие помещения 	Арендаторы: <ul style="list-style-type: none"> •Спортивных объектов для событий и услуг •Коммерческих помещений 	<ul style="list-style-type: none"> •Деловые предложения по аренде помещений
Товары клубного магазина	Товарные группы: <ul style="list-style-type: none"> •Экипировка •Атрибутика •Сувениры 	<ul style="list-style-type: none"> •Болельщики •Туристы 	<ul style="list-style-type: none"> •Розничные продажи в магазине
Услуги музея клуба	<ul style="list-style-type: none"> •Экскурсии •Индивидуальные посещения 	<ul style="list-style-type: none"> •Болельщики •Туристы 	<ul style="list-style-type: none"> •Прейскурант
Услуги ресторана	<ul style="list-style-type: none"> •Индивидуальное обслуживание •Кейтеринг •Бизнес-ланчи •Банкеты 	<ul style="list-style-type: none"> •Индивидуальные •Групповые 	<ul style="list-style-type: none"> •Меню •Деловые предложения
Маркетинговые услуги клуба	<ul style="list-style-type: none"> •Спонсорство •Размещение рекламы 	<ul style="list-style-type: none"> •Спонсоры •Рекламодатели 	<ul style="list-style-type: none"> •Спонсорские пакеты •Рекламные



Временная цена Matchday



Структура комплексной цены спортивного события



Определение цены продукта

- Психология восприятия цены
- Соответствие ценовому позиционированию фирмы
- Учет влияния цены на партнеров (*дистрибьюторов, ритейлеров*)

Слишком низкая цена	Возможная цена			Слишком высокая цена
Получение прибыли невозможно	Себестоимость продукта	Цены конкурентов и цены на заменители	Уникальность продукта	Спрос по этой цене невозможен



Коммуникационная политика спортивной организации

Коммуникационные решения

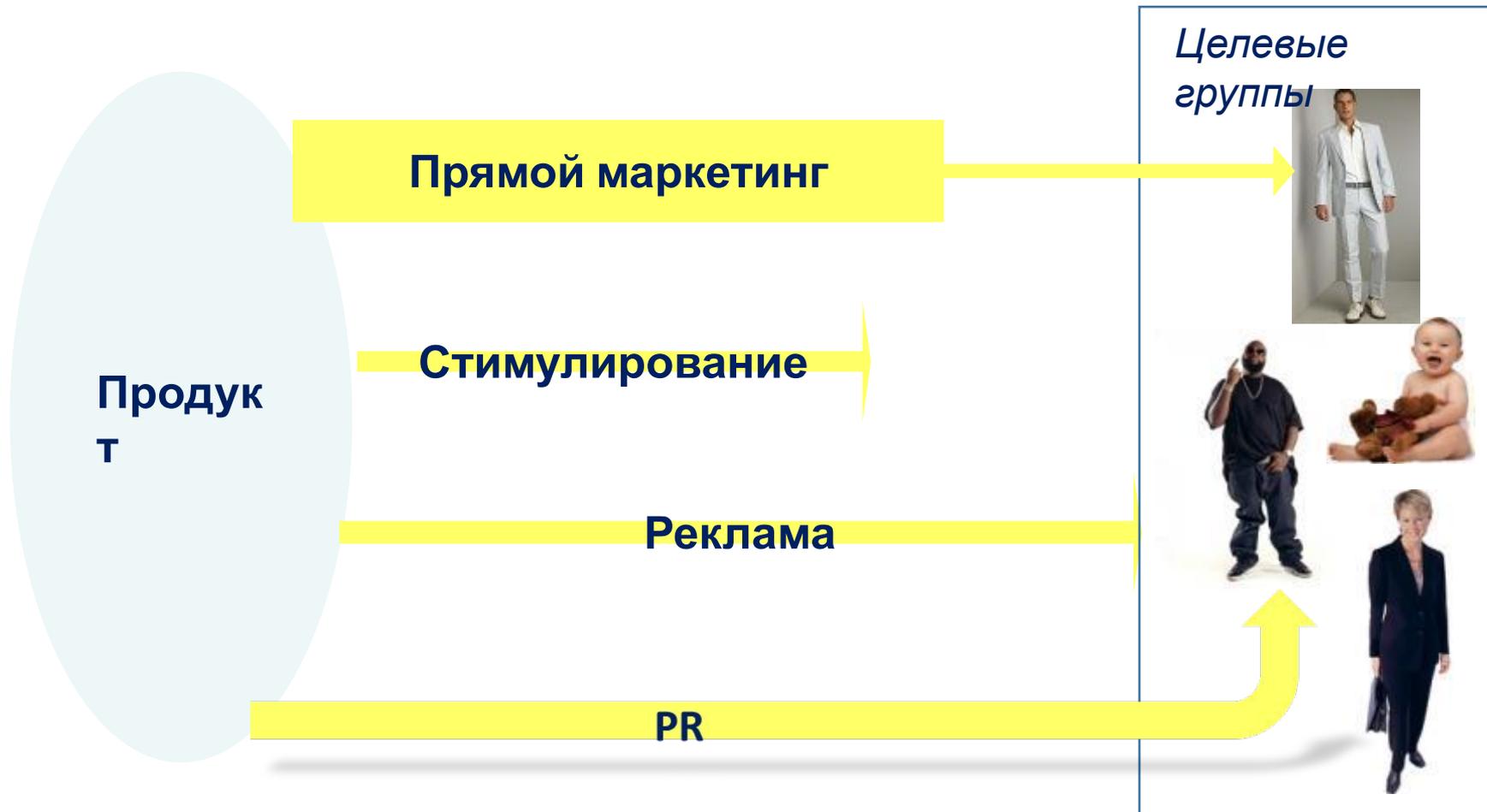
Осуществляются по отношению к продукту



Маркетинговые коммуникации



Виды коммуникаций





Понимание коммуникаций

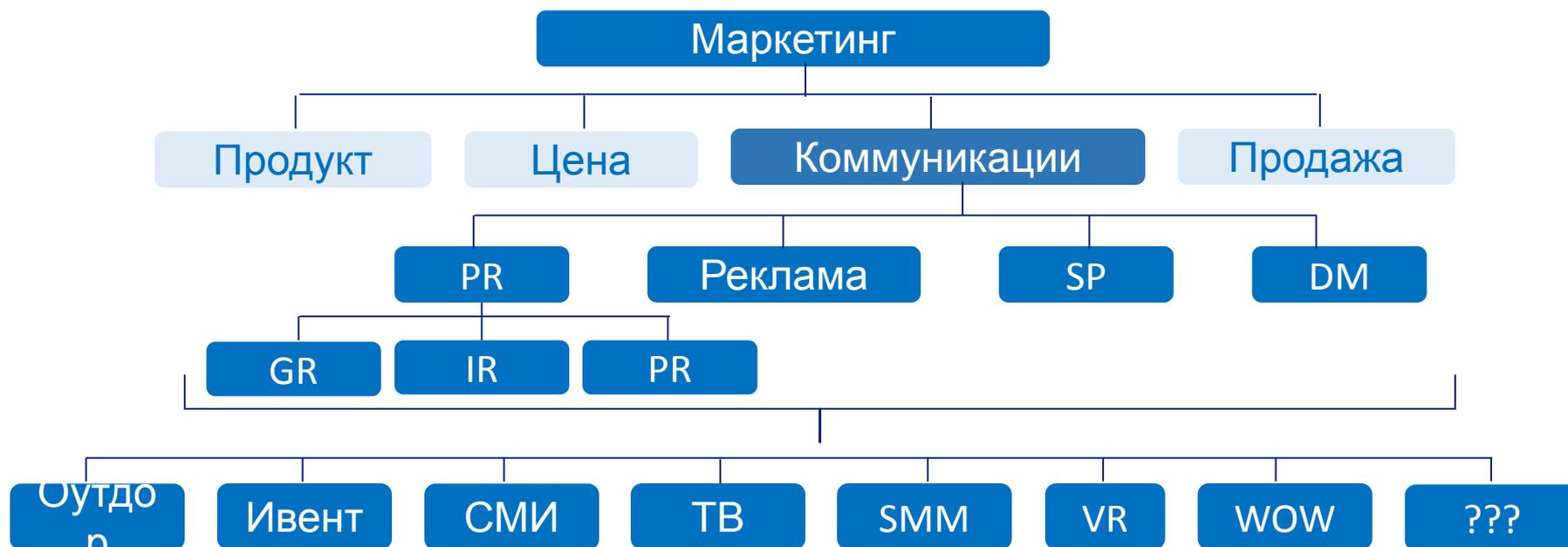
Эра 90-х



Эра соцсетей



Все сложнее и консервативней...





Работа креативной пары

- **Копирайтер:** разработка идеи, концепции рекламы, текста
- **Арт-директор:** воплощение идеи в реальности (визуализация, ...)

Потребность ЦА

Проведение досуга в выходные, например, на матче



Проблема

Но выходной день проводят с семьей...



Идея решения (инсайт)

Поддержание семейных ценностей. На матче супруги вместе с ребенком



Креативные концепции: инсайты

1. Описывать не продукт, а способы решения проблем клиентов
2. Опирается на преимущества категории продукта, а не конкретного бренда
3. Что хотят чувствовать, а не то, как думают клиенты
4. Инсайт фиксирует постоянные, а не временные ценности
5. Инсайт – новые идеи



Кондиционеры
Закладка трасс
Техобслуживание
8(920)741-86-26

Кондиционеры
Монтаж, Продажа
8(495)922-36-36
8(985)922-36-36

Кондиционеры
Монтаж, Продажа
8(495)922-36-36
8(985)922-36-36

УСТАНОВКА
КОНДИЦИОНЕРОВ
8 968 968 28
8 968 338 18

Кондиционеры
Закладка трасс
Техобслуживание
8(920)741-86-26

36
36

Кондиционеры
Монтаж, Продажа
8(495)922-36-36
8(985)922-36-36

Кондиционеры
Монтаж, Продажа
8(495)922-36-36
8(985)922-36-36

УСТАНОВКА
КОНДИЦИОНЕРОВ
8 968 968 28 01
8 968 338 18 18

УСТАНОВКА
КОНДИЦИОНЕРОВ
8 968 968 28
8 968 338 18

УСТАНОВКА
КОНДИЦИОНЕРОВ
8 968 968 28
8 968 338 18

Кондиционеры
Закладка трасс
Техобслуживание
8(920)741-86-26

САНТЕХНИКА

+7 908 766 354

Кондиционеры
Закладка трасс
Техобслуживание
8(920)741-86-26

Кондиционеры
Монтаж, Продажа
8(495)922-36-36

посоу... 8(985)922-36-36

УСТАНОВКА

FoamLine
INNOVATIVE FOAM TECHNOLOGIES



Travel 4 Sport

ПЕРВЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРНИР ПО ПЛЯЖНОМУ ФУТБОЛУ

В РАМКАХ 22 ФЕСТИВАЛЯ В ЧЕСТЬ ЮБИЛЕЯ

Ирины Родниной

27 сентября – 4 октября

Отель Silence Beach Resort 5* Сиде, Турция • Все включено

Приглашаем команды, болельщиков и отдыхающих.
Спорт, отдых и развлечения гарантируем! Ожидается 1200 человек!
В программе Фестиваля концерты :
Андрея АЛЕКСИНА и победителей
песенных конкурсов Музыкальный Круиз;
Турнир по Покеру и Турнир по Пляжному Волейболу.
Количество мест ограничено.

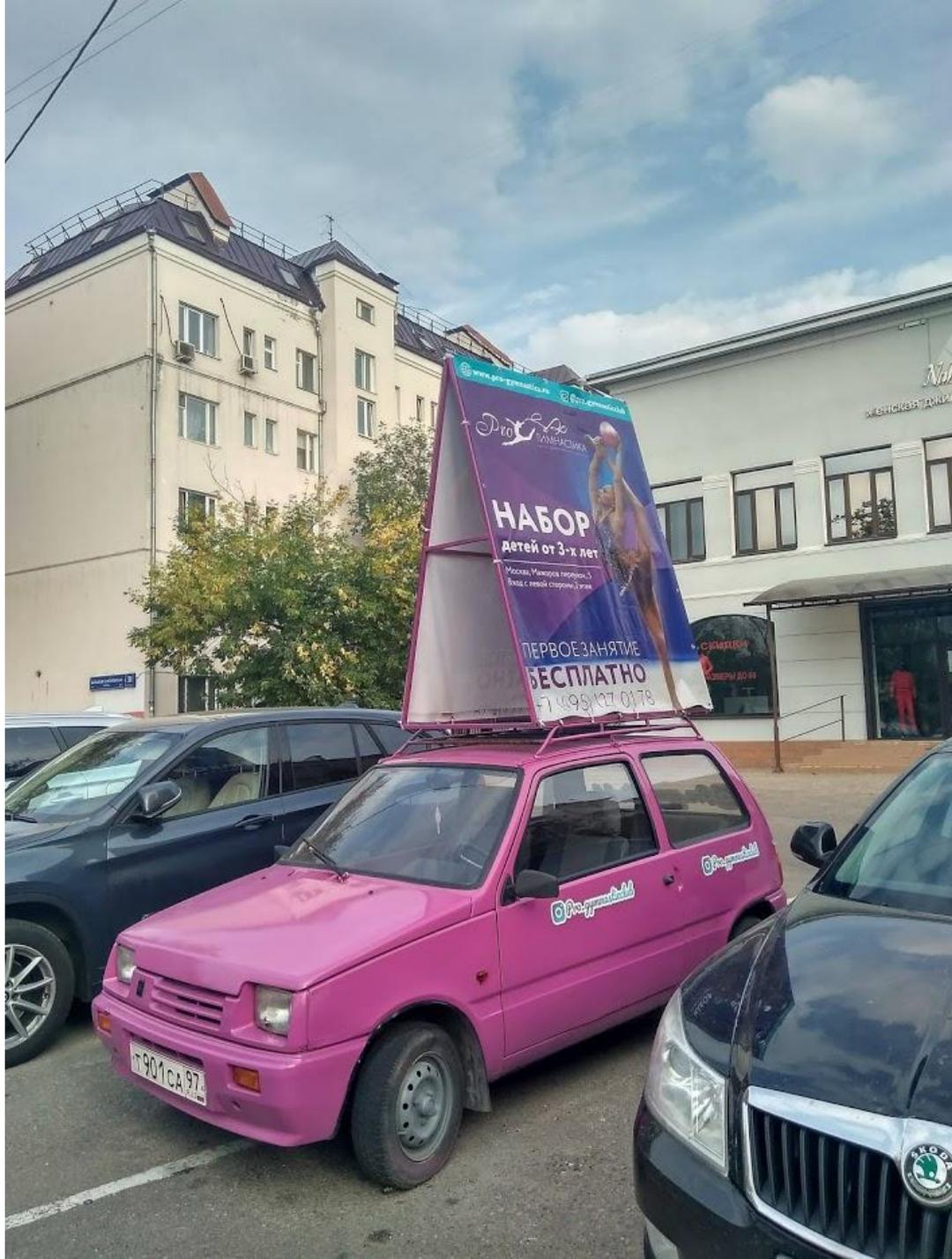


«Любительское Объединение «ФУТБОЛ»



ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ СПОРТИВНО-МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Тел.:/Факс: +7 499 767-5426, Тел.: +7 (901) 517-8704, Тел.: +7 (926) 992-1001, www.lofootball.com



www.prima-gymnastika.ru

www.prima-gymnastika.ru

НАБОР

детей от 3-х лет

Москва, Малая Пироговская
Вход с левой стороны в парк

ПЕРВОЕ ЗАНЯТИЕ

БЕСПЛАТНО

+7 495 8127 0178

www.prima-gymnastika.ru

T901CA 97

НИКА
И БЕНКЕТ ДЖИМ

СИМАКИ
КОВЕРЫ ДО 40



ОССОВОК И КЕД

↑ 3 ЭТАЖ

WWW.STREET-BEAT.RU



FORM STRIPE

ПЕРВЫЙ ЛОГОТИП PUMA



PUMA впервые выпускает кроссовки с обозначенным логотипом «Form Stripe». Благодаря им изготавливают кроссовки для бега, футбола, тенниса, но также имеют и функциональное значение, усиливая прочность кроссовка.



BLUE RIBBON SPORTS

Blue Ribbon Sports

Легенда из Бруклина утверждает Фил Найт и его друзья, Билл Боумен, решили начать изготавливать кроссовки безымянной обуви в США. Но первоначально они изготавливали их для своей семьи под негласным названием — Blue Ribbon Sports, в 1964 году регистрируют его официально. Позднее они стали известны как Nike.

Onitsuka Tiger Mexico Delegation
Кроссовки специально разработаны для японских спортсменов. Благодаря высокой подошве, для предотвращения травм и повреждений, Onitsuka Tiger выпускает кроссовки с высокой подошвой. Это дает им больше комфорта, а также улучшает сцепление с обувью, предотвращает травмы и для более быстрой ходьбы.

1948

PUMA Atom

После ссоры со своим братом Рудольф Дасслер покидает семейное обувное производство и открывает собственную фабрику спортивной обуви Rudolf Dassler Schuhfabrik. Первой выпущенной на новой фабрике моделью становится футбольные ботсы Atom.

ATOM

1949

Adidas

Адольф создает первые ботсы со съёмными резиновыми шипами.



1951

Рудольф Дасслер регистрирует первый логотип PUMA Rudolf Dassler Schuhfabrik.

1958

Onitsuka Tiger

Onitsuka Co. приобретает бренд Tiger и меняет название на Daitsuka Tiger.



1960

New Balance Trackster

Фил Риддер создает New Balance Trackster — первую профессиональную беговую обувь, где резина может подходить как по длине, так и по ширине ноги.



1962



1966

Vans Authentic



Эффективные коммуникации

- Креативность (*поиск идей, юмор, партизаны*)
- Социальные сети (*работа с сообществами*)
- Специальные события (*event's*)
- Знаменитости (*селебритис*)
- Тесная работа со СМИ (*пул, пресс-туры*)
- Кросс-коммуникации (*с маркетингом региона, бизнесом*)
- Создание новостей (*нюсмейкинг – центр компетенций!*)





Тренировка!

Ваша
КОММУНИКАЦИОННАЯ
ПОЛИТИКА?





Сбытовая политика спортивной организации

Инструменты маркетинга: продажи



Осуществляются по отношению к продукту



Каналы продаж спортивных продуктов

	Объект продажи	Каналы продаж
События, услуги	а) право на событие (билет, абонемент) б) зрелище	а) кассы, интернет, агенты б) спортивное сооружение
Товары	Одежда, обувь, инвентарь а) спортивные товары б) атрибутика - мерчандайзинг - лицензионные товары в) повседневная одежда г) сувениры и т.д.	а) мультибрендовые спортивные магазины б) монобрендовые магазины в) клубные магазины д) спортивные магазины технического партнера е) независимые продавцы ф) интернет-магазины г) прямые продажи
Информация	а) видео продукт б) печатный продукт в) аудиопроduct	а) прямые продажи б) киоски, магазины в) СМИ
Права	а) трансферные б) медийные в) лицензионные г) имиджевые	а) прямые продажи



Оптовые и розничные продажи

	Предложение	Типы рынков	Места продаж
Оптовые продажи	<ul style="list-style-type: none">- Крупные партии товаров- Оборудование для спортивных сооружений- Товары и услуги для корпоративного потребления- Спонсорство, реклама	B2B, B2G	<ul style="list-style-type: none">- Офисы компаний- Экипировочные центры- Выставки- Биржи- Шоурумы
Розничные продажи (ритейл)	<ul style="list-style-type: none">- Спортивные товары и услуги для конечных потребителей- Билеты на спортивные события болельщикам	B2C	<ul style="list-style-type: none">- Магазины- Интернет магазины- Кассы- open market



Континентальная
хоккейная лига



ХК Сочи — ХК Ак Барс

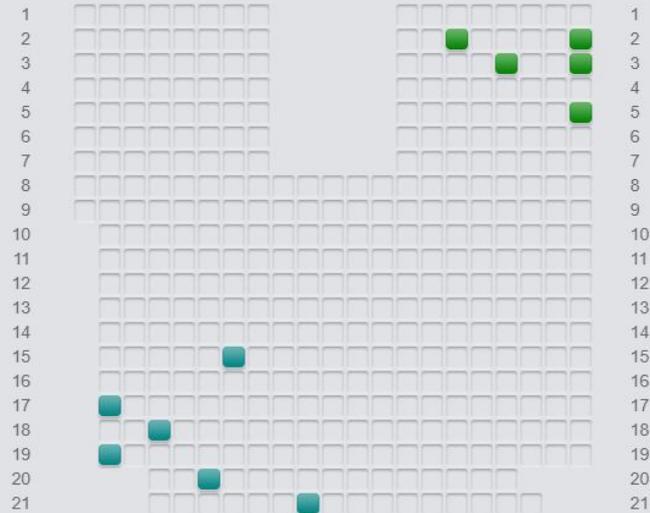


ДС «Большой», Сочи, Олимпийский парк

07 сентября 17:00

Трибуна ДС «Большой» Сектор 1 ярус 114 (Выбрать другой сектор)

Арена Арена



Место занято Место выбрано

ARMOUR





№1
в Германии





FIFA WORLD CUP
RUSSIA
2018

OFFICIAL FAN SHOP

ОФИЦИАЛЬНЫЙ МАГАЗИН



#worldcup



GOODBYE



ЛАБОРАТОРИЯ БЕГА

НЕ БЕГИ - ЛЕТИ

С ТЕХНОЛОГИЕЙ ASICS FlyteFoam™





Мобильная библиотека

aer.knigavdorogu.ru



ЧИТАЙ
БЕСПЛАТНО!

Как пользоваться библиотекой?

1. Подключиться к Интернет-сервису библиотеки по адресу aer.knigavdorogu.ru
2. Зарегистрироваться, указав ID карты и номер телефона
3. Подтвердить регистрацию, указав ID карты и номер телефона
4. Авторизоваться, указав ID карты и номер телефона
5. Выбрать книгу и нажать кнопку «Получить»
6. Проверить статус книги и нажать кнопку «Получить»
7. Проверить статус книги и нажать кнопку «Получить»





ПО ВИДАМ СПОРТА

ОДЕЖДА

ОБУВЬ

АКСЕССУАРЫ

ФИЗРА И СЕКЦИИ

ПОХОДЫ И КЕМПИНГ

РАСПРОДАЖА

ЮР. ЛИЦАМ

Мужчинам | Кроссовки и кеды

101 ТОВАР(ОВ) МУЖСКИЕ КРОССОВКИ И КЕДЫ

БЫТЬ В КУРСЕ НОВИНОК И АКЦИЙ

СОРТИРОВАТЬ ПО ЛУЧШИМ ПРОДАЖАМ

ЦЕНА



899 руб

9999 руб

РАЗМЕР

- EU34 (2)
- EU35 (4)
- EU36 (4)
- EU37 (8)
- EU38 (8)
- EU39 (30)

[Смотреть все](#)

СПОРТ

- БАДМИНТОН (3)
- БАСКЕТБОЛ (9)
- БЕГ ТРУСЦОЙ (14)
- БЕГ/ИНТЕНСИВНЫЙ БЕГ (7)



ARTENGO
КРОССОВКИ МУЖСКИЕ ДЛЯ ТЕННИСА TS990

★★★★★ (350)

СРАВНИТЬ ЭТОТ ТОВАР



NEWFEEL
КРОССОВКИ МУЖСКИЕ ДЛЯ ФИТНЕС ХОДЬБЫ PW 900 PROPULSE MOTION

★★★★★ (111)

СРАВНИТЬ ЭТОТ ТОВАР



PERFLY
КРОССОВКИ ДЛЯ ИГРЫ В БАДМИНТОН BS 590 MAX CONFORT МУЖ.

★★★★★ (16)

СРАВНИТЬ ЭТОТ ТОВАР



TARMAK
КРОССОВКИ БАСКЕТБОЛЬНЫЕ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ SC500

★★★★★ (106)

СРАВНИТЬ ЭТОТ ТОВАР

~~3 899 руб.~~ -31%
2 699 руб.

~~3 499 руб.~~ -14%
2 999 руб.

~~3 299 руб.~~ -18%
2 699 руб.

~~3 199 руб.~~ -25%
2 399 руб.

~~2 999 руб.~~ -17%
2 499 руб.

~~2 999 руб.~~ -43%
1 699 руб.

~~2 999 руб.~~ -27%
2 199 руб.

~~2 999 руб.~~ -17%
2 499 руб.

СРАВНИТЬ ВЫБРАННЫЕ МНОЙ ТОВАРЫ (2/5)

ОТКРЫТЬ

Login/Register

Help

USD \$

🇨🇳

Basket Is Empty



Search



SHOP BY TEAM

SHOP BY PLAYER

JERSEYS

ADULT

HEADWEAR

KIDS

ACCESSORIES

OUTLET

One Store, Every Team.

Student Discount

New Era Core Range

[Home](#) > [Shop by Player](#) > [Retired Players](#) > [Michael Jordan](#) > USA Michael Jordan Authentic 1992 Dream Team Jersey by Mitchell & Ness - Mens



USA Michael Jordan Authentic 1992 Dream Team Jersey by Mitchell & Ness - Mens

~~\$320.00~~ **\$300.00**

★★★★☆ (169)

In Stock Today

Size

S

M

L

XL

2XL

What is my size?

Total Price: **\$300.00**



Neu! Kauftipp



Artikel-Nr. 24698

Kapuzenjacke Tracht

Wenn es in der Südkurve etwas kühler wird, dann kommt die Kapuzenjacke vom FC Bayern München wie gerufen.

GRÖSSE [Größentabelle](#)

S	M	L	XL	XXL	3XL
---	---	---	----	-----	-----

54,95 €

zzgl. Versandkosten inkl. MwSt.

Menge

1

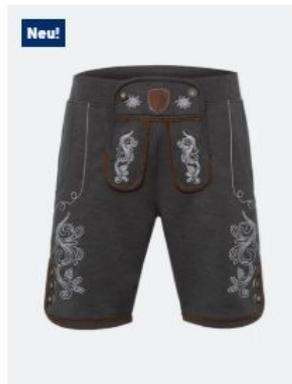
IN DEN WARENKORB



Geschlecht Farben Größe Preis 12€ 200€

Bekleidung Reduzierung

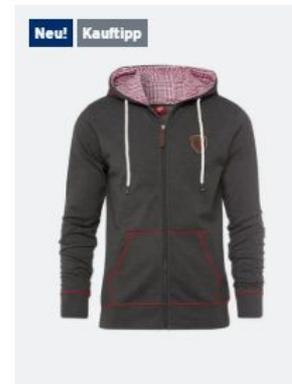
40 Artikel | Sortieren nach Bestseller ▼



Sweatshort Tracht
39,95 €



Lederhose
199,95 €



Kapuzenjacke Tracht
54,95 €



T-Shirt Bavaria
24,95 €

БУДЬ В ЦЕНТРЕ СПОРТИВНЫХ СОБЫТИЙ!

8 800 700 29 03

Официальный билетный сервис от Чемпионат.com — электронные билеты на спортивные мероприятия в Москве и других городах России.

tickets@championat.com



Оплата картами,
с мобильного счета



Электронный билет
сразу после оплаты



Занимайте лучшие
места на стадионе

ВСЕ БИЛЕТЫ ФУТБОЛ ХОККЕЙ БАСКЕТБОЛ ВОЛЕЙБОЛ ЕДИНОБОРСТВА ДРУГИЕ

6.02.2017



Вы можете приобрести билеты на 39 событий:



vs



БК Динамо — БК Единство

19:00, среда, 8 февраля 2017,
Центр волейбола «Санкт-Петербург», Казань, улица Мидхата Булатова, 1



от 100 рублей

[Купить билет](#)



vs



БК УНИКС — БК Реал Мадрид

18:30, четверг, 9 февраля 2017,
Баскет-холл, ул. Спартаковская, д.1,
Казань, Спартаковская, 1



от 100 рублей

[Купить билет](#)

Пожалуй, идеальный фитнес-клуб!

Фитнес-клуб премиум-класса в Сити. Бассейн, термальный комплекс. Звоните!

[Адрес и телефон
encorefitness.ru](http://encorefitness.ru)



Этапы процесса продаж

Прием и
установление
контакта



Выявление
потребности и
выслушивание



Демонстрация продукта
и аргументация



Ответы на
возражения



Заключение
сделки



Мерчандайзинг: маркетинг в ритейле

Звуковое оформление

Освещение

Навигация



POS

Выкладка

Персонал

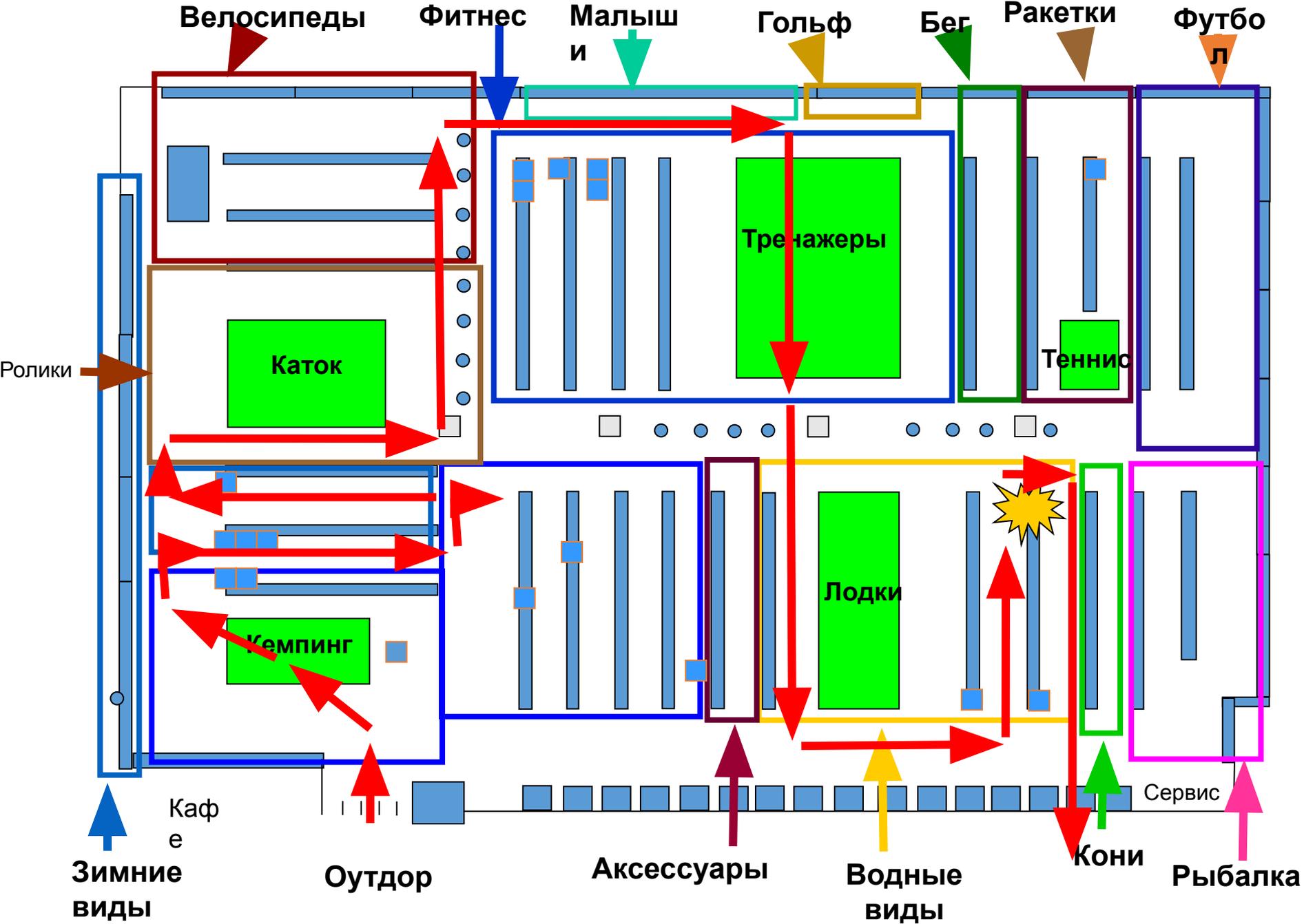
Ценники

Запахи

Ассортимент

Зонирование

Декатлон



Как мы хотим реализовать маркетинг чемпионата России по флорболу?

Инструменты маркетинга

ЦА Участники

Продуктовая политика :

- Сформулировать выгоды для участников (основные и дополнительные)
- Структура и содержание события, ориентированные на участников

Ценовая политика:

- Оценка расходов на участников и затрат участников (деньги и время)
- Определение эффективной цены для участников

Продвижение:

- Прямой маркетинг (рассылка приглашений, проведение переговоров)
- Реклама (оповещение участников; имиджевая реклама)
- PR (формирование репутации ЧР; ...)
- Промо события (пресс-конференции; ...)

Сбытовая политика:

- Организация доступа участников к соревнованиям (аккредитация)

ЦА Зрители

Продуктовая политика :

- Сформулировать выгоды для зрителей (основные и дополнительные)
- Структура события, ориентированная на зрителей

Ценовая политика:

- Оценка расходов на зрителей и затрат зрителей (деньги и время)
- Определение эффективной цены для зрителей

Продвижение:

- Реклама (наружная, СМИ, ЦПА, ...)
- PR (формирование репутации ЧР; ...)
- Стимулирование (акции с участием звезд, ...)

Сбытовая политика:

- Разработка и реализация билетной программы ЧР
- Организация доступа зрителей к соревнованиям (логистика)

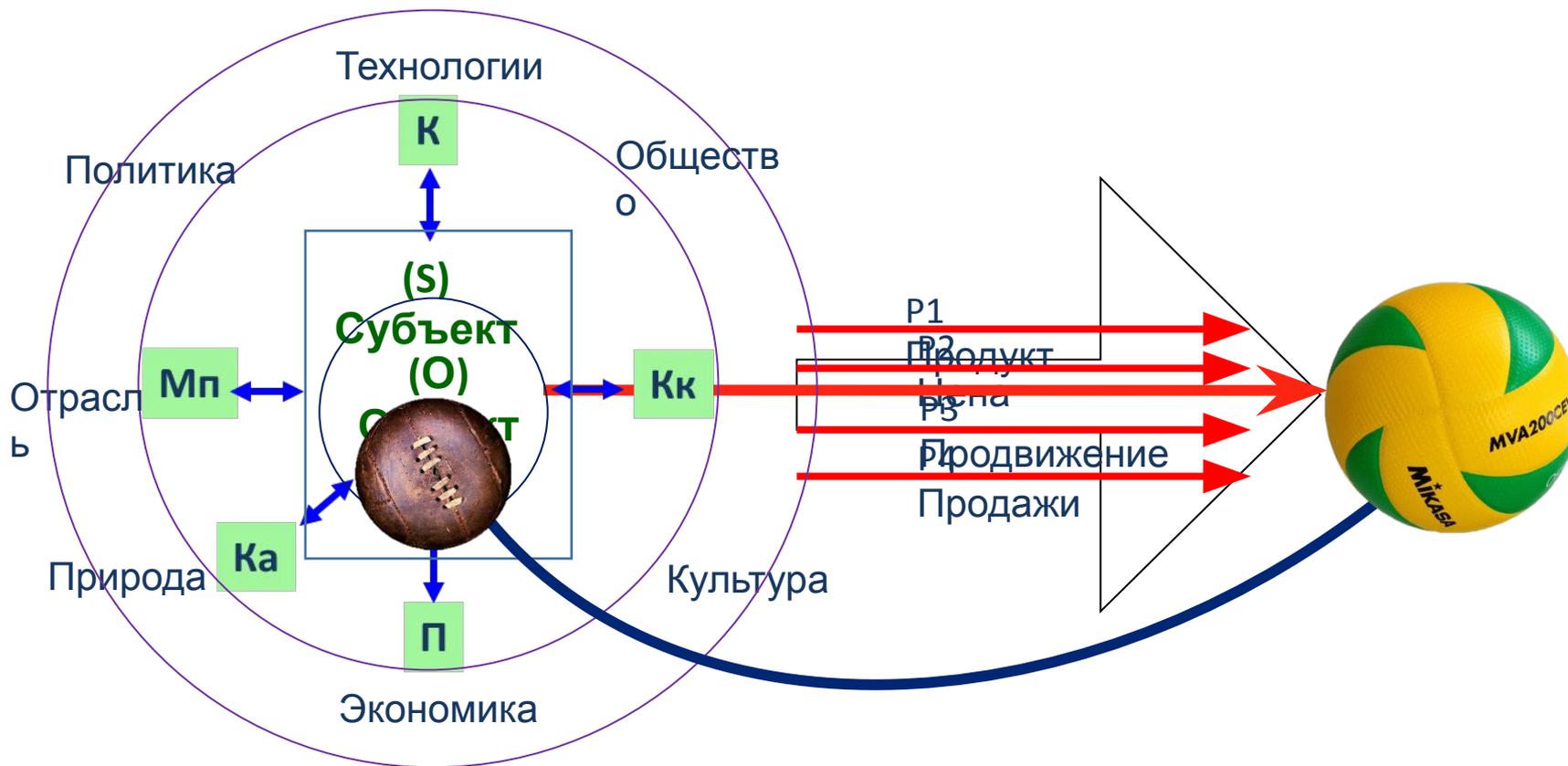


Оценка эффективности маркетинга

(С)



Контроль маркетинга (SOVATIC)



(C)
Контроль



Оценка эффективности маркетинга

Спортивная – Достижение (поддержание) уровня спортивных результатов

Экономическая – самоокупаемость за счет коммерческой деятельности

- Хорошие продажи продуктов и аудиторий (KPI)
- Приемлемые издержки



- Количество клиентов (KPI)
- Лояльность клиентов (KPI)
- Интенсивность покупок (KPI)
- Ассортимент предложений
- Высокое качество продуктов



- Знание клиентов (KPI)
- Адаптированность продуктов к спросу



- Компетентный менеджмент (KPI)

Показатели, характеризующие общие критерии оценки качества оказания услуг образовательными организациями, осуществляющих деятельность в сфере физической культуры и спорта

2. Показатели, характеризующие комфортность условий предоставления услуг и доступность их получения:

2.1 темп роста среднегодовой численности получателей услуг в организации (в % к предыдущему году);

2.2 доля получателей услуг (в том числе инвалидов и других маломобильных групп получателей услуг), считающих условия оказания услуг доступными, от общего числа опрошенных получателей услуг (%);

2.3 доля штатных тренеров-преподавателей и инструкторов, имеющих первую или высшую квалификационную категорию, от общего количества штатных тренеров-преподавателей и инструкторов (%);

2.4 наличие оборудованных помещений для предоставления услуг, в том числе:

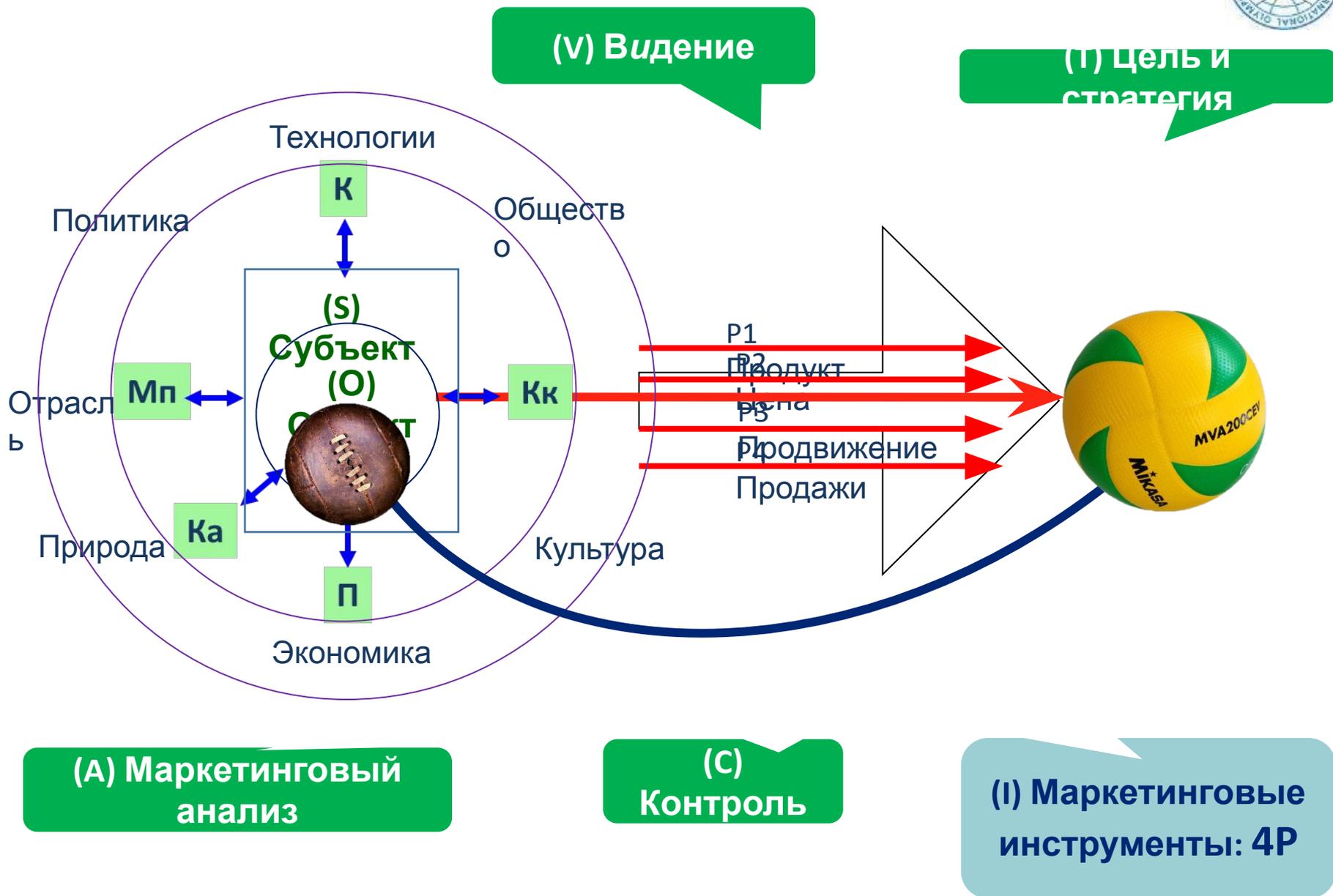
2.4.1. спортивный зал (да/нет),

2.4.2. тренажерный зал (да/нет),

2.4.3. медицинский кабинет (при наличии необходимости) (да/нет);



Управление маркетингом (SOVATIC)





Планирование маркетинга

Программа маркетинга



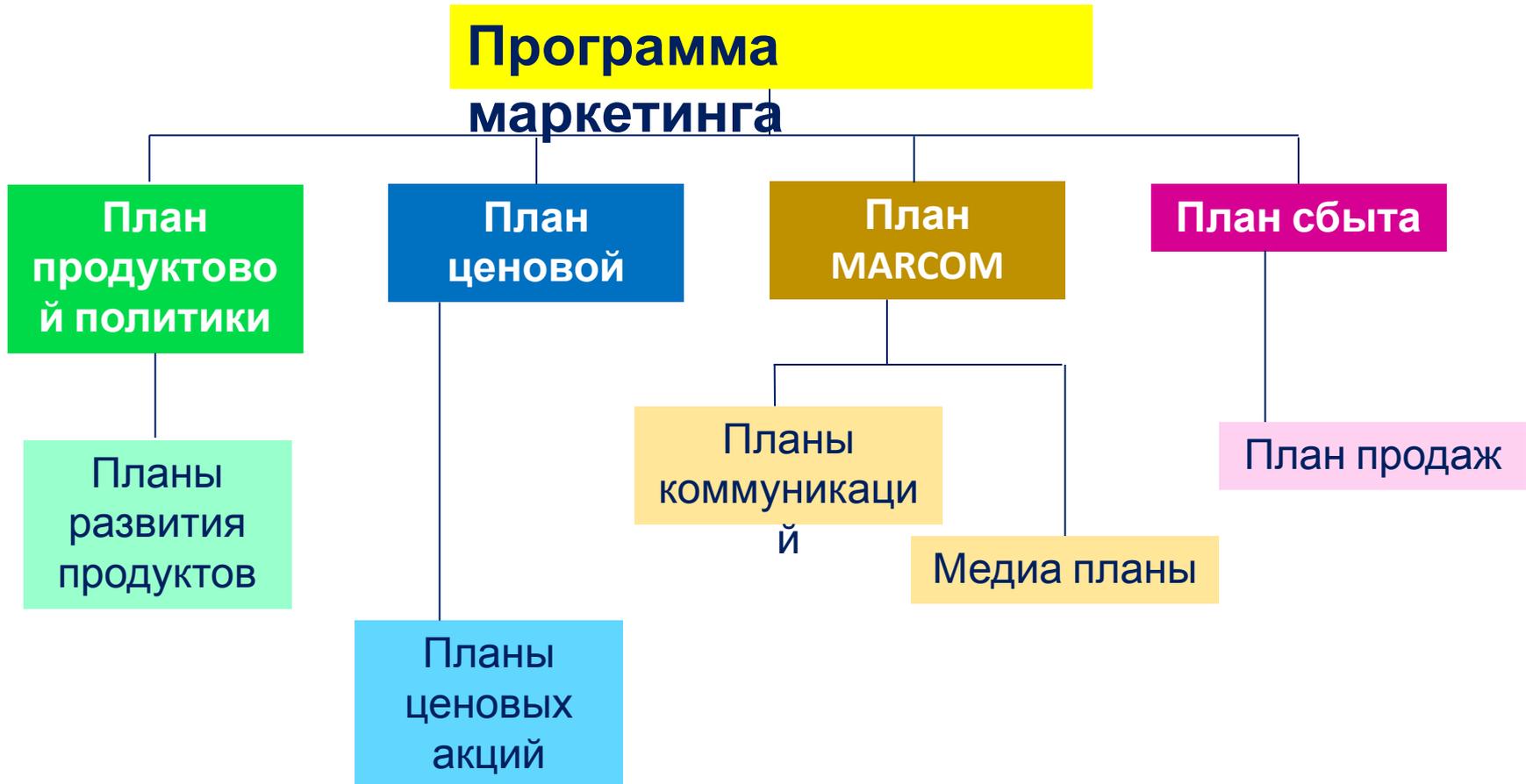
Программа маркетинга – комплекс планов, определяющих порядок действий по реализации маркетинга в организации

План – распределение ресурсов спортивной организации, в пространстве и во времени, а также полномочий и ответственности менеджмента в соответствии с поставленными целями.

Глубина планирования

- План-замысел
- Простой план
- План-программа

Программа маркетинга



Компоненты планирования маркетинга



Форма плана



Дата, время	Действия, мероприятия	Затраты, ресурсы	Исполнитель и	Контроль
25.12.2016 11:00-13:00	Пресс-конференция по поводу подписания спонсорского соглашения ФК «Химки» и adidas	- Аренда помещения в отеле 5* -Оборудование для пресс-конференции -Буклеты -Пакеты	С.Васильев, Н.Петрова	Выполнено



Структура программы маркетинга

Резюме

Краткое описание объекта маркетинга, рыночной ситуации, целевых аудиторий, целей и стратегий спортивной организации.

Продовольственная политика

- *Определение продуктов маркетинга спортивной организации.*
- *Мероприятия по созданию и развитию продуктов.*

Ценовая политика

- *Мероприятия по управлению ценой продукта*

Маркетинговые коммуникации (MARCOM)

- *Мероприятия по продвижению с помощью рекламы, PR, стимулирования и прямого маркетинга*
- *Медиапланы (размещение коммуникаций в СМИ)*

Сбытовая политика

- *Мероприятия по организации продаж спортивных продуктов*

Приложения

- *Документы, согласующие планы между собой*
- *KPI*
- *Описание рынков, клиентов и конкурентов*

СПАСИБО!

malyginsport@mail.ru

+7-903-7291261