



## Тема 6. Маркетинг спортивного сооружения

МСА 2019

Андрей Малыгин, к.э.н., доцент, директор SMS

# **Маркетинговые возможности спортивных сооружений**

# Спортивное сооружение: о чем речь?

**Спортивные сооружения** – специально оборудованные здания, помещения, площадки и участки местности, предназначенные для проведения

- тренировок
- спортивных мероприятий (соревнований и шоу)
- активных видов досуга



# **Доходы спортивного сооружения**

# Кластеры доходов спортивного сооружения



# Кластер Аренда

## Спортивная аренда

- Предоставление клиенту помещений (оборудования) для спортивных событий и тренировок

## Коммерческая аренда

- Предоставление клиенту помещений для оказания коммерческих услуг – розничной торговли, ресторанов, косметических услуг и т.п.

## Событийная аренда

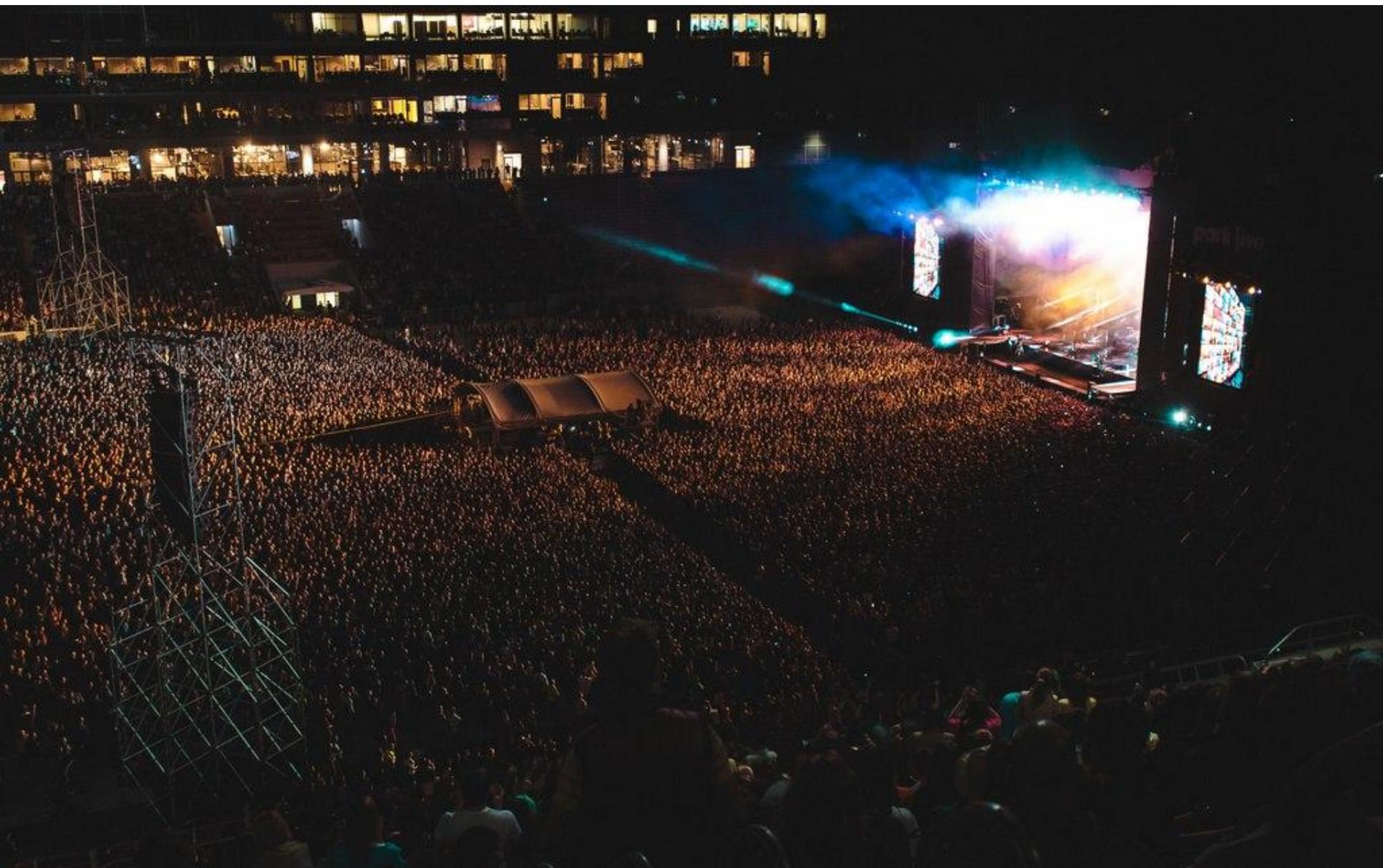
- Предоставление помещений для проведения развлекательных и деловых мероприятий

### Основной доход – платежи арендаторов

Важно:

- учитывать гармоничность арендаторов (количество и качество)
- привлекать «якорных арендаторов» - ДЮСШ, профессиональные спортивные клубы, федерации, фитнес-клубы; сетевые рестораны и магазины; концертные и продюсерские агентства

# РНСР vs ФК Спартак (40:13)



# Кластер Услуги

## Спортивные услуги

- Тренировки п\р специалистов спортивного сооружения в специально оборудованном пространстве по групповым и индивидуальным программам

## Неспортивные услуги

- Услуги подразделений спортивного сооружения - ресторана, магазина, пункта проката, музея и т.п.
- Услуги по подготовке и обеспечению деловых, спортивных и развлекательных мероприятий

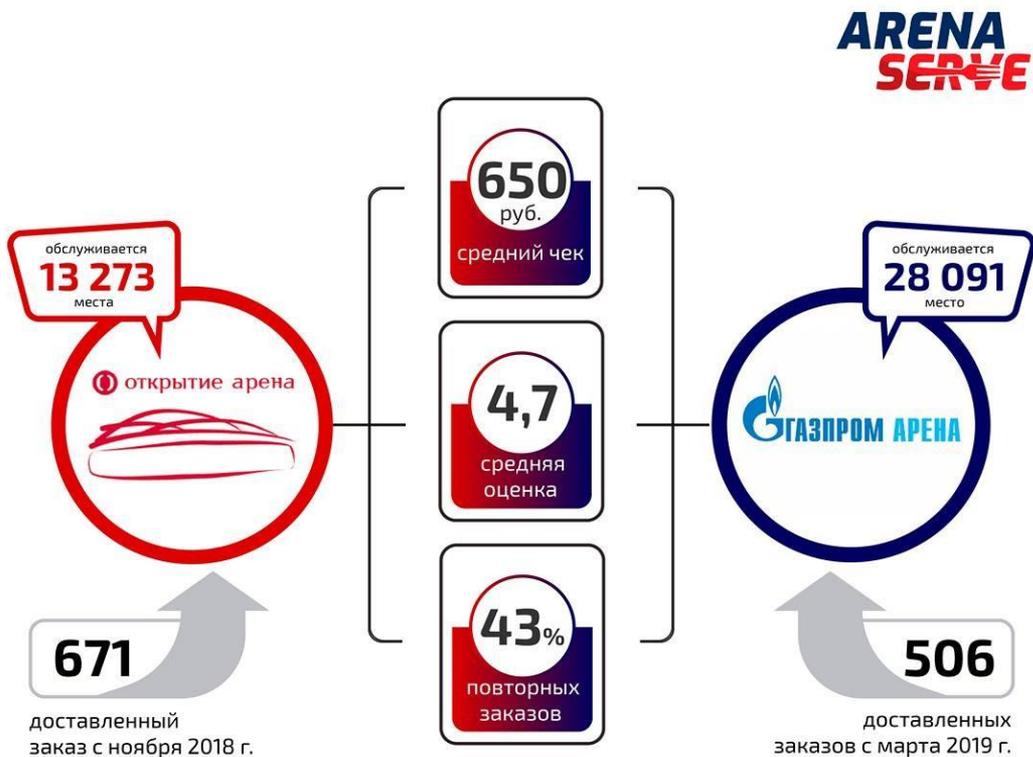
**Основной доход (в т.ч. не рыночный) – от оказания атрибутивных спортивных услуг собственными силами.**

Важно - кластер требует высокого профессионализма и компетенций на соответствующих рынках

# Услуги от спортивного сооружения



# Кейтеринг на стадионе



\*данные на 06.08.2019

# Кластер События

## Спортивные события

- Организация и проведение собственных спортивных событий

## Развлекательные события

- Организация и проведение собственных развлекательных событий

## Деловые события

- Организация и проведение собственных деловых событий

**Основной доход – от продажи билетов на проводимые события.**  
Важно: организация собственными силами качественных и востребованных рынком событий требует особых дополнительных компетенций.

# События от спортивного сооружения



# Кластер Реклама

## Размещение рекламы

- Кратковременное размещение рекламных материалов в период проведения спортивных и других событий

## Спонсорство

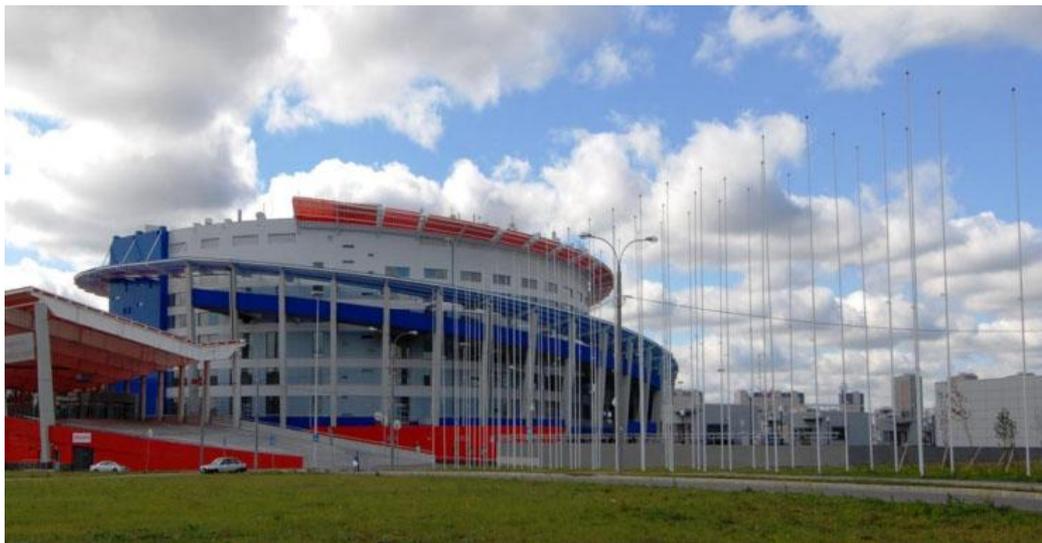
- Глубокие партнерские отношения с компаниями, заинтересованными в целевых аудиториях сооружения, в процессе эксплуатации сооружения

**Основной доход – от продажи коммуникационных возможностей спортивного сооружения и предлагаемых им продуктов (услуг, событий)**

Важно:

- учитывать интересы арендаторов и включать в стоимость аренды прилагаемые рекламные возможности
- взаимодействовать с арендаторами сооружения

# Рекламные возможности ДС «Мега спорт»



# Кластер Мерчандайзинг

## Спортивные товары

- Одежда с символикой спортивного сооружения
- Спортивный инвентарь с символикой сооружения

## Сувениры

- Сувениры с символикой сооружения
- Канцелярские и т.п. товары с символикой сооружения

**Основной доход – от оказания продажи товаров болельщикам и туристам**

Важно – учитывать наличие в одном торговом пространстве товаров с символикой арендатора (владельца – клуб и т.п.)

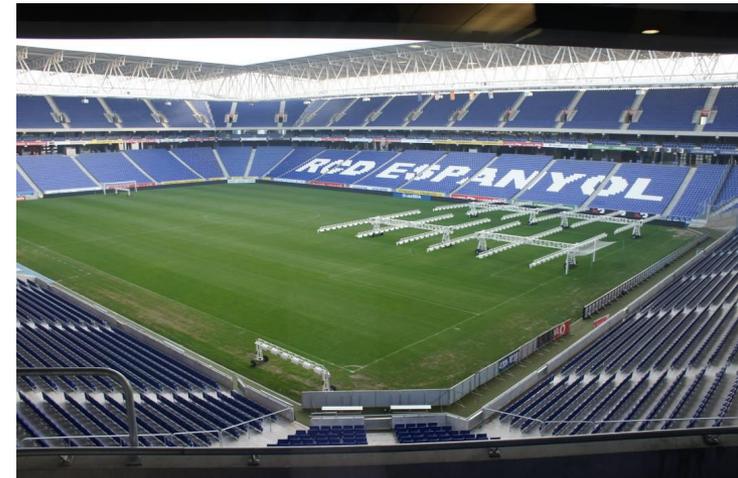
# Кластер Мерчандайзинг



# **Характеристики современного спортивного сооружения**

# Характеристики современного стадиона

- Гармония бизнеса и социальной ответственности
- Технологичность (новые решения)
- Стремление к оптимизации \ прагматизм
- Безопасность
- Медийность
- Экологичность
- Универсальность
- Мобильность и гибкость
- Акцент на клиентах
- Дизайн
- Синергия



# Гармония бизнеса и социальной ответственности

- Компромисс между стремлением заработать на спорте и уважением к представителям различных социальных групп, в том числе малообеспеченным, инвалидам, детям,
- Безбарьерная среда для маломобильных групп (инвалиды, семьи, пожилые люди, иностранцы и т. п.)
- Учет интересов местных жителей.

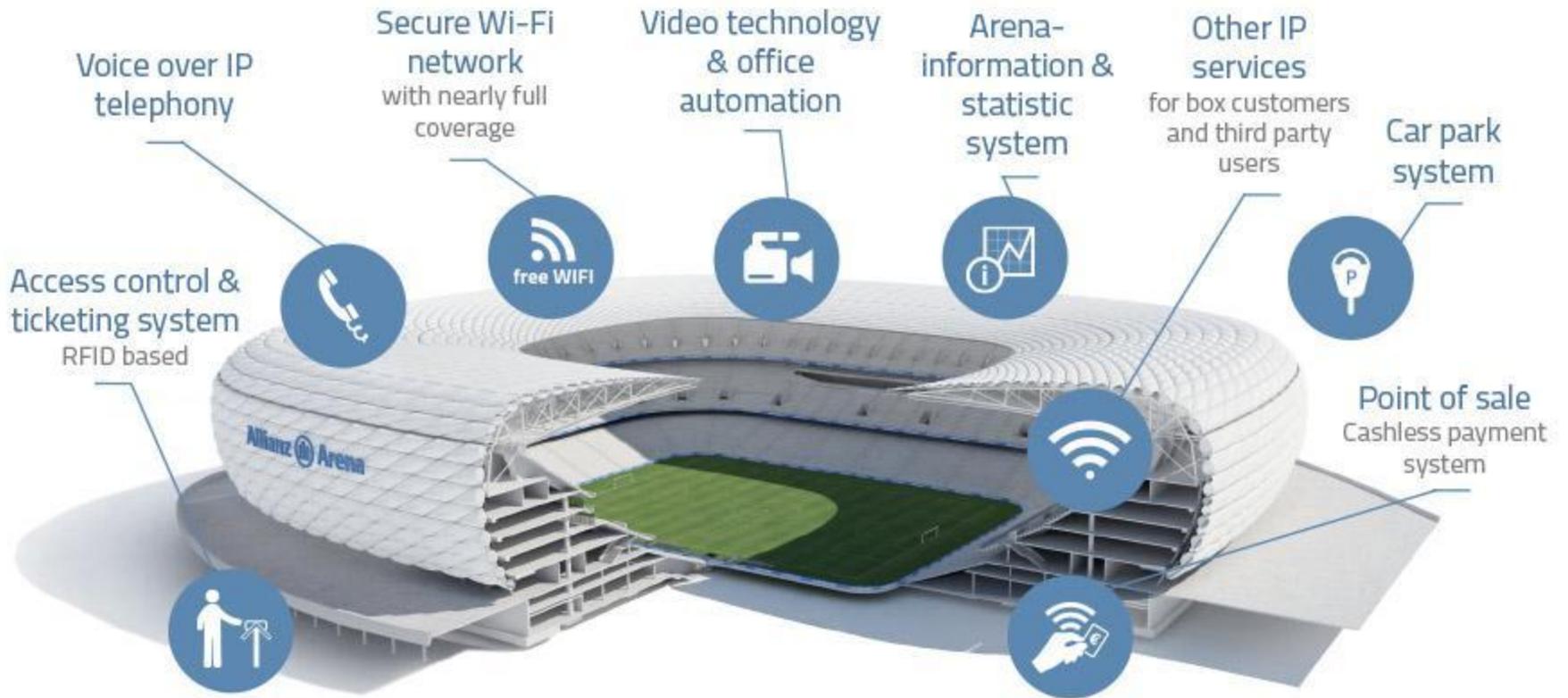


## Технологичность (новые

- Насыщенность (решения) сооружения новейшими технологиями стадионов любого уровня
- Инженеры становятся не только людьми, воплощающие замысел архитекторов, но и творцами, раскрывающими необозримые возможности реализации самых фантастических замыслов.

# Friends Arena Stadium





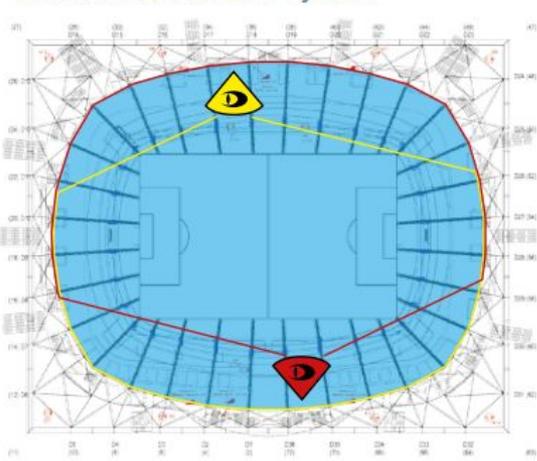
## Стремление к оптимизации \ прагматизм

- Уход от кричащей роскоши к прагматизму
- Первым этапом жизни стадиона становятся тщательные расчеты по каждому элементу его проектирования, строительства и эксплуатации.
- Рациональные прагматичные решения выходят на первый план, делается акцент на технологии энергосбережения, продуманную логистику и максимальное коммерческое использование возможностей стадиона.
- Оптимизация затрат делает спортивное сооружение более конкурентоспособным.



# Безопаснос

- Рост актуальности проблем обеспечения безопасности.
- Это – один из критериев оценки любого современного стадиона.
- Сложилось понимание единого комплекса мер, учитывающих различные угрозы – техногенные, криминальные, террористические, экологические, информационные и т.п.
- Безопасность теперь распространяется и на спортивных предпринимателей (инвесторов, владельцев стадионов, клубов и спортивных событий).



Priorität:  
 1  
 2  
 3

■ Aufzeichnungsbereich des Panomera®-Kamerasystems



# Медийност ь

- Необходимость и готовность создавать медийный продукт для теле- и интернет- зрителей - важный фактор конкурентоспособности стадиона.
- Конвергенция стадионного зрелища с медийным (два зрелища в одном месте)



# Экологичнос ть

Важнейший тренд в строительстве спортивных сооружений.

Органичность природе воплощается комплексными решениями:

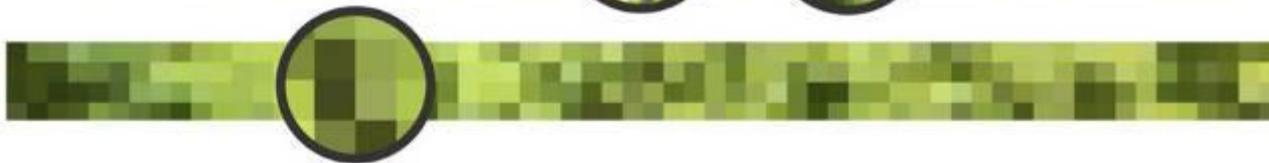
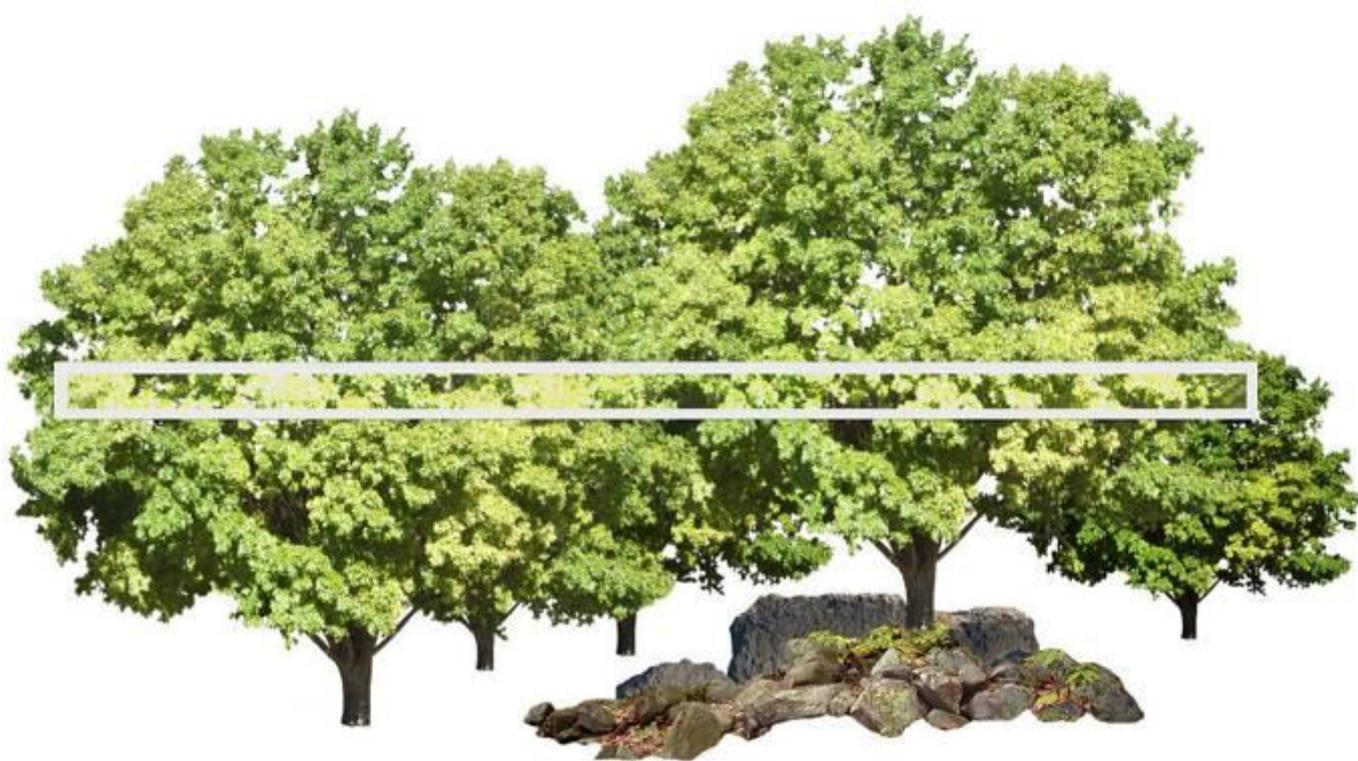
- выбором места размещения спортивного сооружения,
- использованием соответствующих материалов и технологий
- установкой очистных систем,
- минимизация ущерба, наносимого окружающей среде излишним потреблением электричества,
- подготовкой обслуживающего персонала.



# Зеленые идеи: Арена Бильбао









# Универсальность

- Жесткая конкуренция (в том числе за участки для застройки) приводит к универсализации возможностей стадиона – спортивных и развлекательный.
- Все меньше публичных спортивных сооружений, ограниченных функционально одним лишь спортом.
- Им на смену приходят стадионы, способные принимать концерты и другие массовые мероприятия (съезды, праздники и т.п.).
- Универсализация укрепляет позиции спортивного сооружения, как центра притяжения аудиторий и значительно расширяет его коммерческие возможности.







## **Мобильность и гибкость**

- **Готовность к быстрому изменению конфигурации и емкость трибун, возведению сцены и декораций, звукового и светового оборудования.**



## **Акцент на клиентах**

- Прописная маркетинговая истина со временем приобретает все большее воплощение в современных стадионах.
- Клиенты – не только болельщики (в том числе, представляющие маломобильные группы населения), но и спонсоры, рекламодатели, телеведущие, а зачастую и клубы, арендующие сооружение для проведения домашних матчей.
- Функциональность, удобство и комфорт для всех категорий клиентов – вот что делает стадион востребованным и конкурентоспособным.



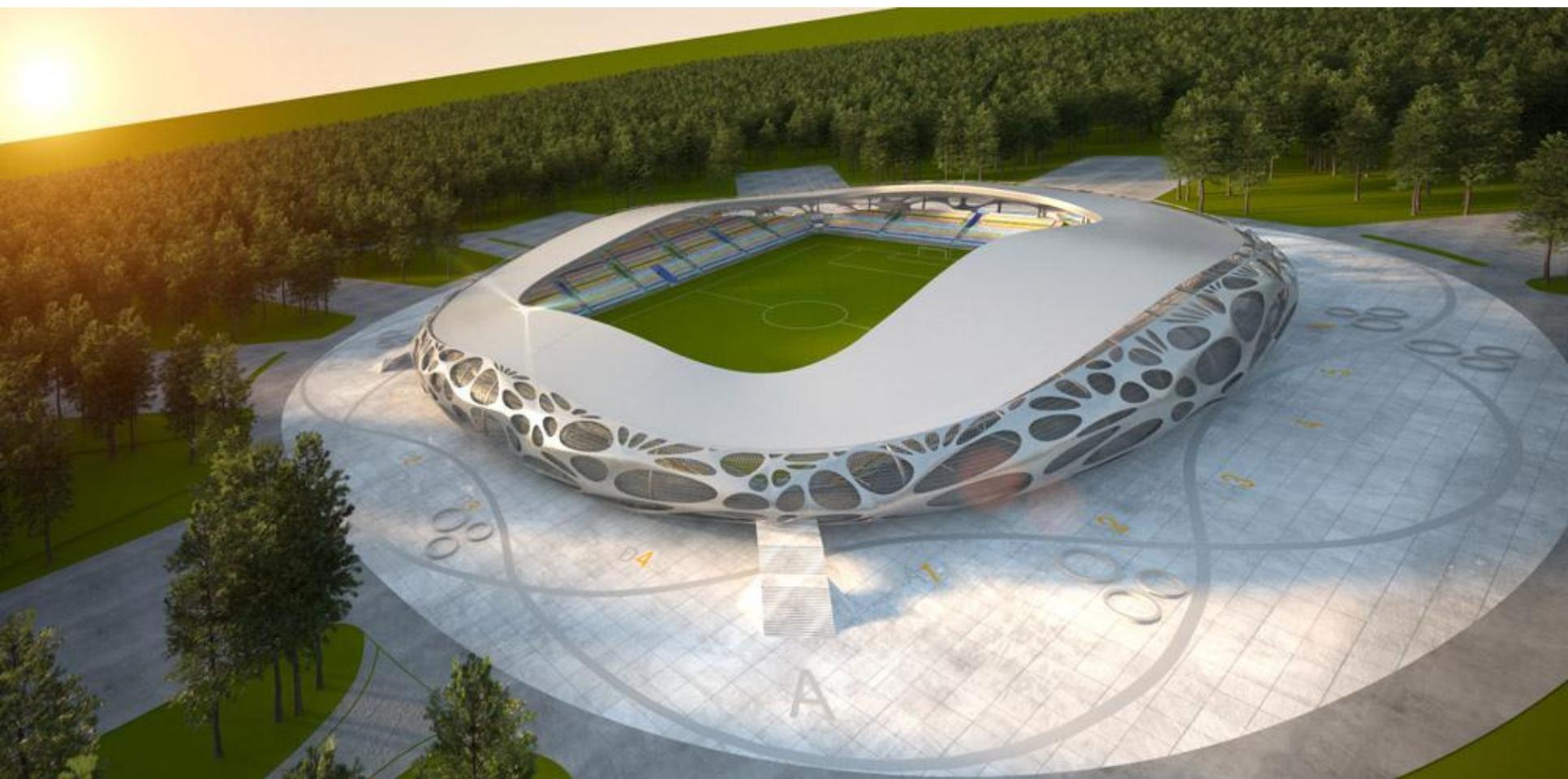
**BRATEN**  
Bayrisches  
Büffel-Steakhaus /  
Kartoffel-Gemüse-Gratin  
Waldpilze

# Дизайн

- Стадионы – в центре внимания архитектурного сообщества.
- Стадионами гордятся города и страны, они становятся символами («гонка стадионов»)
- Стадионы органично вписываются в городскую среду, украшают пространство, создают эмоции и впечатления
- Дизайн стадионов облегчает их маркетинг (логотипы и т.п.)









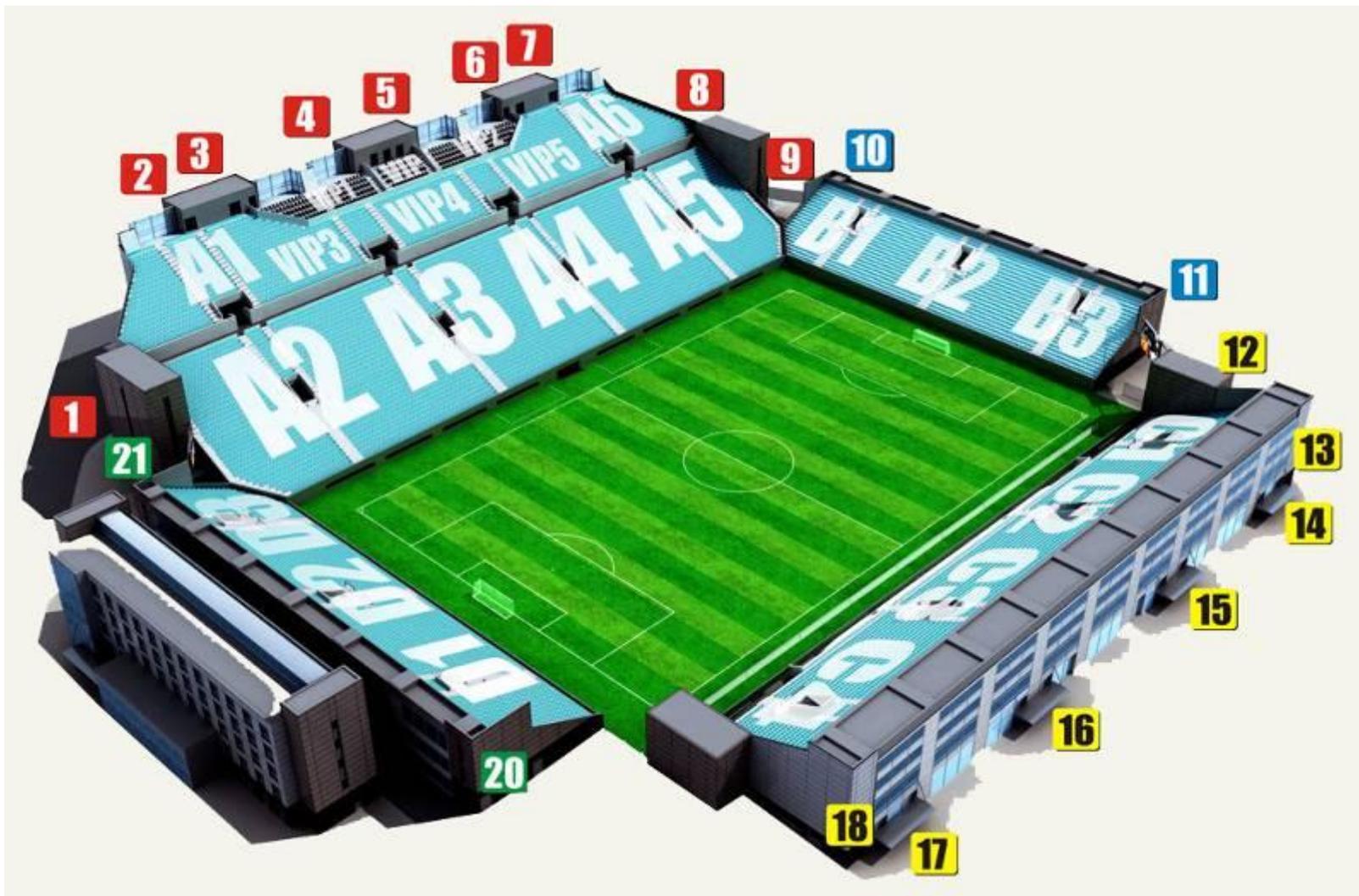
# Синерги

- Каждый из перечисленных выше критериев, определяющих креативный стадион важен по-своему, но лишь при условии их согласованного использования они создают нужный системный эффект – эффект синергии.
- Именно комплекс критериев делает стадион по-настоящему конкурентоспособным.

# **Спортивное сооружение как пространство маркетинга**

# Структура футбольного стадиона

- Спортивная часть
  - Спортивная арена
  - Разминочные залы
  - Раздевалки (2-3)
  - Судейская
  - Помещение для допинг-тестов
  - Пресс-центр
  - Склад инвентаря
  - Технические помещения (электричество. Водоснабжение)



# Факторы повышения доходности - 1

- Тип СС (видовая и сезонная специализация)
- Место расположения СС
- Многофункциональность
- Количество зрительских мест
- Наличие зоны VIP
- Наличие площадей для коммерческой эксплуатации
- Наличие парковки
- Уникальные свойства (экодизайн, персонализация)

## Факторы повышения доходности - 2

- Использование кластерного подхода
- Четкое понимание клиентов и продуктов для них
- Выгоды для местных жителей
- Сезонный синхромаркетинг
- Стратегия ЦПА
- Брендирование СС
- Нейминг
- Кросс-программы с партнерами
- Событийный маркетинг

**СПАСИБО!**

**тел. +7-903-729-1261**

**[malyginsport@mail.ru](mailto:malyginsport@mail.ru)**