



## Тема 6. Маркетинг и Односи со јавноста

### *Модул II. Менаџирање со мали и средни спортски клубови*



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union





## Дефиниции

**МАРКЕТИНГ** е акција или бизнис за промовирање и продажба на производи или услуги, вклучувајќи **истражување на пазарот и рекламирање**

- Речник на Оксфорд



**ПР (Односи со јавноста)** е активност со која јавноста се обезбедува со информации за **вашата организација**, така што луѓето имаат **позитивна претстава** за работата на организацијата

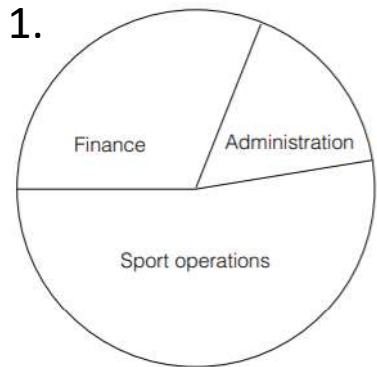
- Речник на Камбриџ



# ИСТОРИЈА НА МАРКЕТИНГ ВО СПОРТОТ

1970

Пред спорт-маркетинг



Спортскиот маркетинг не постои

2.

Транзиција во професионален спорт



Започнување со мониторирање на трендовите во опкружувањето и планирање за раст на организацијата

3.

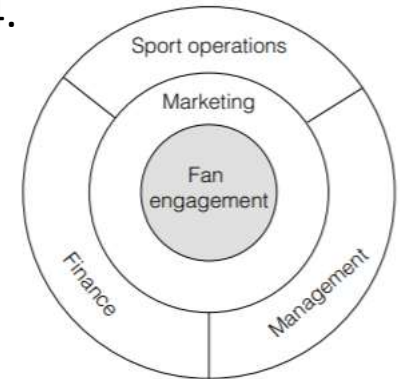
Клиентот со контролна функција во спортскиот маркетинг



Препознавање на тоа дека клиентот е центарот за тековниот организациски опстанок

4.

Ангажман на спортските навивачи во маркетингот



Ангажманот на клиентите/фановите е клучен - Резултат на социјалните медиуми



## ЗОШТО МАРКЕТИНГОТ Е ВАЖЕН ЗА СПОРТСКИТЕ КЛУБОВИ?

Маркетингот на спортските клубови им помага да:

- **Привлечат нови членови**
- **Да се задржат членовите**
- **За идентификување на можности за раст и долгорочна одржливост**
- **Јасно комуницирање и подигање на свеста за тоа што точно има да понуди клубот**
- **Да се стане повидлив и да се поставите како значаен, центар, во заедницата**
- **Да се зголеми спонзорството и ангажман од страна на локалните бизниси**
- **За регрутирање волонтери**



## КАНАЛИ ЗА ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ

**Маркетинг канали:** Збирка на меѓузависни организации вклучени во процесот на поставување на производот или услугата достапни за употреба или потрошувачка.

**Дигитални канали = директна продажба:**

- Вебсајтови и блогови
- Пребарувачи
- E-mail маркетинг
- Социјални мрежи
- Содржински маркетинг





## **ЗОШТО ОДНОСТИТЕ СО ЈАВНОСТА (ПР) СЕ ВАЖНИ ЗА СПОРТСКИТЕ КЛУБОВИ?**

Односи со јавноста во спортот:

- Имаат за цел **позитивно да влијаат на јавното мислење**
- Имаат за цел обезбедување на **поддршка преку двонасочна комуникација**
- Добрите односи со јавноста **помагаат да се зголеми довербата на јавноста во спортската организација**
- Ја **одржува јавноста постојано информирана за тоа што се случува во спортскиот клуб**
- **Помагаат во промовирањето на програмите на спортскиот клуб**



## ПОЗИЦИОНИРАЊЕ НА МАРКЕТИНГОТ

- **Позиционирањето на пазарот се однесува на тоа како потрошувачите гледаат на производот или услугата (на пример, спортскиот клуб е многу скап но конкурентен, или ефтин клуб фокусиран на учество или мултиспортски клуб кој ги постигнува двете цели)**
- **Спортските клубови мора да ги разберат потребите и желбите на нивните потрошувачи**
- **Спортските клубови треба да развијат стратешки маркетинг менаџмент план – да помогнат да се позиционираат на пазарот**
- **Маркетинг планот е важен, бидејќи помага да се размислува, насочува кон обезбедување на прилив на приходи, кои помагаат да се финансираат иницијативите, услугите и долгорочните планови на клубот**



## ЧЕТИРИТЕ РАБОТИ(4Ps) ВО МАРКЕТИНГОТ И СПОРТСКИТЕ КЛУБОВИ

- Четирите работи во маркетингот се : **продукт, цена , место и промовирање = маркетинг микс**
- **Производ:** пакет на искуства и услуги кои имаат за цел да ги задоволат членовите на клубот
- **Цена:** цената игра важна улога за клиентите → често се перципира како показател за вредноста
- **Место:** дали е лесно да се најде спортскиот клуб?
- **Промоција:** секоја активност што го зголемува интересот и свеста за клубот → **Истражување на пазарот** може да биде од помош





## ПРИВЛЕКУВАЊЕ НА КЛИЕНТИ

- **Устен маркетинг**– кога членовите им кажуваат на своите пријатели и семејството за спортскиот клуб
- **Разбирање на потребите на клиентите**
- **Соопштувања за вредностите на клубот** - на пр. забавно, безбедно, социјално, професионално → изразено во сите активности, вклучително и пишување е-пошта и како тренерот да комуницира со неговиот/нејзиниот тим
- Користење на маркетинг алатки како што се **флаери** и **брошури** и **директна пошта**
- **Постоење на ажурирана и структурирана официјална веб-страница**




# ПОДДРЖУВАЧИ/ЗАСЕГНАТИ СТРАНИ ЗА СПОРТСКИТЕ КЛУБОВИ

Поддржувачи се сите поединци заинтересирани за компанијата/организацијата

- Спонзори
- Останати спортски клубови
- Фанови/Поддржувачи
- Владини агенции
- Медиуми
- Други лиги



## ПРИВЛЕКУВАЊЕ НА ПАРТНЕРИ

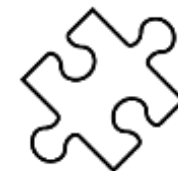
- Партнерите во спортските клубови најчесто се и **спонзори**
- Привлекувањето на добри играчи кои можат да се натпреваруваат за спортскиот клуб привлекува повеќе спонзори 
- Колку спортскиот клуб е поактивен на социјалните мрежи, толку повеќе спонзори ќе привлече
- Објаснете им на потенцијалните спонзори зошто спортскиот клуб е **маркетиншка можност** за нив
- Јасно **објаснете им на спонзорите што можете да им понудите**



# МОДЕЛ НА СПОРТСКА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЈА

Чекори за креирање маркетинг стратегија:

- 1. Анализа на пазарот - запознавање на вашите клиенти!**
- 2. Сегментација на пазарот – различни групи треба да се таргетираат на поинаков начин!**
- 3. Анализа на конкуренцијата – запознајте ја вашата конкуренција!**
- 4. Формулација на план- поставување цели!**
- 5. Контрола - одржување на резултатите!**





## МАРКЕТИНГ ТЕХНИКИ ЗА СПОРТСКИ КЛУБОВИ

- **Користење на логото на клубот на писма и промотивен материјал**
- **Ажурирање на веб страна**
- **Производи како маици и сувенири со името на клубот**
- **На настани, натпревари и тениски кампови треба да бидат поставени **табли со името и логото на клубот****
- **Користење на социјални медиуми**



## КАНАЛИ НА СОЦИЈАЛНИТЕ МЕДИУМИ

Што се социјални медиуми?

Форма на **електронска комуникација**, каде корисниците можат да креираат **онлајн заедници** со цел да **испраќаат лични пораки** и **да споделуваат содржини**.

Примери за социјални медиуми:

- Facebook
- Messenger
- WhatsApp
- Twitter
- Instagram
- YouTube





## ЗОШТО СПОРТСКИТЕ КЛУБОВИ КОРИСТАТ СОЦИЈАЛНИ МЕДИУМИ?

**Социјалните медиуми можат да:**

- Можат да се употребат како **алатка за маркетинг**
- Овозможуваат **комуникација во рамките на клубот**
- Обезбедуваат промена во смисла **директна комуникација со целните групи**
- Помагаат во **создавање партнерства**
- Можат да бидат начин за **добивање повратни информации**



## **ВИДОВИ НА МАРКЕТИНГ ВО СПОРТСКИТЕ КЛУБОВИ**

### **Примери за формален маркетинг:**

- **Запишување на клубот во телефонски именик**
- **Рекламирање на клубот во весник**
- **Нуди попуст на цените за изнајмување игралишта**

### **Примери за неформален маркетинг (мали работи на дневна основа):**


- **Да се биде корисен и пријателски настроен кон клиентите**
- **Обезбедување на точни информации преку телефон**
- **Поттикнување на луѓето да се приклучат на клубот**

**Комбинацијата од двете форми на маркетинг е ефективна!**





# ПРИМЕР ЗА ДОБАР МАРКЕТИНГ НА КЛУБОТ

CHANDOS 

Adults ▾ Juniors ▾ What's On About Us ▾ Join Us [Book a court](#)

## Chandos LTC

More than a club since 1922

[Latest News](#) COVID-19 Update: Singles and Doubles

### Chandos Lawn Tennis Club

[Site](#) [Directions](#) [Preservation](#)

4,6 ★★★★★ 45 reviews on Google

Tennis Club in London, England

### Contact

Chandos LTC  
120 East End Road  
London N2 0RZ  
[See Map](#)  
020 8346 2856  
020 8343 1755

[Facebook](#) [Twitter](#) [Instagram](#) [LinkedIn](#) [YouTube](#)



# КАНАЛИ НА СОЦИЈАЛНИТЕ МЕДИУМИ НА CHANDOS LAWN-TENNIS КЛУБ

**Facebook**  
Chandos Lawn Tennis Club  
@chandosltc · Stadium, arena & sports venue

**Instagram**  
chandos\_ltc  
18 posts · 198 followers · 63 following  
Chandos Lawn Tennis Club  
Stadium, Arena & Sports Venue  
A unique tennis club for all ages & standards with fantast indoor courts, clubhouse, coffee shop, small gym & mini chandosltc.com

**Twitter**  
Chandos Lawn Tennis Club  
217 Tweets

**LinkedIn**  
Chandos LTC  
More than a club since 1922  
Sports · London · 3 followers  
See all 5 employees on LinkedIn

**YouTube**  
Chandos LTC  
6 subscribers



## СОВЕТИ ЗА ДОБРА КОМУНИКАЦИЈА

**Добрата комуникација е форма на добар маркетинг!**

### **Комуникација со играчите**

- Дознајте ги силните страни на играчот
- Обезбедете конструктивна повратна информација за нивните перформанси - избегнувајте критики

### **Комуникација со родители и тренери**

- Дознајте ја важноста на родителите во спортот и заблагодарете им се за одвоеното време и вклученост
- Јасна комуникација поврзана со целите и очекувањата помеѓу родителите и тренерите