



ČESKÝ KORFBALOVÝ SVAZ Z.S.

Zátopkova 100/2 , 160 17 Praha 6

info@korfbal.cz

www.korfbal.cz

Zápis z jednání marketingové komise se zástupci klubů

Ostrava - dne 17.9.2022

Účastníci:

- Na místě: Daniel Šmíd, Jan Toufar, Tereza Chrástová, Martin Němeček, Já a Pepa, SAM Kozlovice (5 lidí - v čele s Barčou Filipovou), Tomáš Hák, František Valenta
- Online: Vlastimil Krejčí, Simona Siňorová, Pavlína Štěpánová

[Prezentace pro jednání](#)

1. Část:

- **PŘEDSTAVENÍ PROJEKTŮ ČKS:** Česká korfbalová extraliga, Školní korfbal, Korfbalový trenér, Korfbalová repre, Superliga, Beach korfbal, Korfbal 4, Korfbalová akademie, Síň slávy. Rychlý úvod do projektů, které ČKS pořádá a vytváří.
- Dále jsme začali s podrobným vyčíslováním dosahu jednotlivých věcí, počínaje i retrospektivního pohledu na akci ME 2021 v Belgii, Superligu 2021. Poté proběhla první diskuze na téma feedback od jednotlivých zúčastněných na dané projekty, jestli se jim nějakým způsobem líbily či nelíbily.
- Výsledky:
 - 1. super obsah pro korfbalovou komunitu (co se děje za branami REPRE - behind the scenes) - mínus však v dosahu jen na lokální osazenstvo, není moc záběr pro obecného sledujícího co přijde s korfbalem do kontaktu poprvé.
 - 2. otázka proč nepropagujeme velké akce v zahraničí s naší účastí (placená propagace)
 - 3. pochvala za vzhled u Světových her 2022 (grafické zpracování, hlavně pak předzápasových pozvánek)
- Cíl:
 - představit co za projekty momentálně existuje
 - ukázat zájem každého projektu od lidí (dosahy, čísla atd.)
 - získat zpětnou vazbu (první sekce konverzace a jejich nápady případně co změnit)

- **PRAVIDELNÝ OBSAH**

- **Shotclock**

- zástupci klubů navrhli menší pravidelnost shotclocku => stalo se to nějakým prvkem, který je moc opakující se, lidé to zkouknou hlavně z důvodu automatizace, ale už jim to nepřijde důležité
- padl tedy návrh menší pravidelnosti - například 2x za měsíc (max)
- padl i návrh na vymyšlení nového formátu, který se přiblíží i více obecnému sledujícímu (věci řečené v shotclocku jsou více pro komunitu a méně obecné = obecný divák se v tom nenajde)

- **Víte, že...**

- spíš míň
- málo sledovaná záležitost u mladých hráčů a komunity
- zajímavější pak, kdyby zajímavosti mohli nějakým způsobem propojit stávající situaci a minulou či budoucí (tedy pokud se jedná o akci Světové hry, tak ukázat, co se dělo na SH v minulosti a ukázat hráče, který jede dnes, pokud tam je stejný - například Vlasta, který se zúčastnil dřív i teď, tedy více se propojil pohled hráčů kdo je vlastně kdo). Myšleno tak, že nikoho moc neosloví, že hráč X z Děčína hrál v roce Y korfbal, pokud již není nijak zajímavě spojen v současnosti s korfbalem, naopak pokud jde spojení propojit se současným stavem, tak si lépe komunita udělá obrázek o daném problému či situaci.

- **Korfbalový zpravodaj**

- čtený, ale také pomálu
- u mladé generace prý chtějí vše rychle a přečíst 1-2 věty a konec.
- Korfbalový zpravodaj tak berou jako informační médium, kde si přečtou jeden odstavec ze 3 a dále nečtou (tedy filtrují obsah, který chtějí a nechťejí číst)

- **Výsledkový servis**

- požadavek na svaz být důraznější ve výsledkovém servisu i z mladších soutěží

- **Reprezentace**

- požadavek mít nějaký sum up každý měsíc co se následující bude v rámci reprezentací dělat, například. co se kdy bude konat, kdo je nominovaný apod.

NOVÉ PROJEKTY

- **Natáčení zápasů** (Je možné natáčet zápasy? Budou na to lidi v klubu? Jaké zápasy jsou důležité?). Znojmo by rádo natáčelo Extraligu, další týmy chtějí také. Hlavní je mít pak vybavenost, kde přišel požadavek na svaz od zástupců na schůzce: **pomocť koupit stativ pro kluby extraligy**, myšleno mobilní na natáčení mobilem převážně (tímto podpořit ideu natáčení zápasů, které chtějí kluby docílit). Pepa mluvil o povolení nahrávání obsahu na korfbalcz YouTube kanál, kde pak záznamy z utkání budou. Jan Toufar pak mluvil o zlepšení konkurence, kterou tato akce vyvolá. Pokud budeme natáčet zápasy a trenéři i ostatní týmy a hráči k tomu budou mít jednoduchý přístup, můžeme pak zlepšit kvalitu korfbalu, jelikož týmy

budou muset neustále měnit svoji strategii, aby se na ně nikdo neadaptoval. Má to tedy za důvod zlepšit konkurenční boj.

- **sjednocení reprezentací** (U15, U17, U19, U21) - nápad se líbil, nutnost to dotáhnout do konce (viz avizo na Josefa Valentu)
- **projekt hraj.korfbal.cz** - první seznámení s korfbalem pro lidi nehrající korfbal (podpora od klubů propagovat tento projekt)

2. část - případová studie Prostějov

- **Projekt Prostějov**
 - cesta minulého roku až dodnes, co se změnilo, náhled na situaci atd.
 - Extraligový zápas (cíl v PV -> být sobotním/nedělním odpočinkem po práci pro lidi, nějakým zážitkem)
 - události klubu
 - sdružování komunity (rodiče, děti, hráči => být si blízko)
- **Sponzoring**
 - jednání s partnery
 - hledání partnerů
 - barterová spojení s klubem (barter partnerství)
 - cílení (na mládež, propagace koho?)
- **Marketing**
 - najít hlavní sílu každého klubu
 - pomoc zaujmout lidi (netradiční styl)
 - PR klubu na venek
 - love brand
 - více zapojit odkaz na historii a úspěchy i na současnost (prodat co je důležité)
- **Práce s grafikou**
 - nové logo (práce s logem)
 - patterny (obohacení příspěvku) - nutné najít člověka, který bude mít čas (můžeme pomoci vytvořit šablony)
- **Fotky, videa** (nutná obsahová zajištěnost z jednotlivých věcí) - podpora ČKS v rámci předání akcí apod., práce s obsahem, sestřihy apod.
- **Sociální síť: !!!PRAVIDELNOST!!!**
- **Společný zájem lidí uvnitř klubu** (love branding)

Prostějov Korfbal:

- Fungujeme na bázi reklamní společnosti, tedy nabízíme reklamní plochu pro firmy z okolí PV i mimo
- Hlavní záběr na fungování mládeže
- Hlavní propagační prvek však zůstává Extraliga, 1. liga či nejvyšší soutěž, kterou daný klub hraje

Tipy:

- Poptat se v okolí, na městě na podporu propagační (Technické služby - billboard (může být zadarmo), plakáty atd.) - město rádo podporuje kluby

a sport, hlavně pokud samo bude vidět. Nebát se jít do nějaké formy reklamy i za cenu, že ji zaplatím.

Propagace

-> **plakáty**

- jdou vidět hráči
- info o klubu
- info o zápasu
- prostor pro partnery

-> **vstupenky**

- zadarmo vstupenky
- jde o rozdání něčeho co si člověk přečte a případně ho to zaujme (může být použit i nějaký prodejní prvek. například přijď a vyhraž dárek v hodnotě 1500 Kč nebo specificky ukázaný)

-> **billboardy, pouliční osvětlení plakáty**

-> **zájem pro lidi**

- ukázka na městě
- korfbal pro lidi

-> **mediální partner**

- regionální rádio
- regionální TV

MOTTO: Čím víc budu vidět tím líp —> najít skulinky na trhu, různé akce, rozdávání letáčků apod.

Poznámka: Je to pro každého časově náročné. Nutné se nebát toho, že to ze začátku nepůjde!

Extra: **Pomoc klubům s portfoliem pro partnery** —> nabídka pomocné ruky klubům i s grafikou ze strany T. Buriánka i J. Valenty.