



**КОГДА СПОРТИВНЫЙ
МАРКЕТИНГ СТАНЕТ
ЭФФЕКТИВНЫМ ИНСТРУМЕНТОМ
КОММУНИКАЦИИ В УКРАИНЕ?**

ЧТО ТАКОЕ
СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ
ДЛЯ БРЕНДА?

СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ – ЭТО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИДОВ СПОРТА КАК ПЛАТФОРМ ДЛЯ КОММУНИКАЦИИ



3 ЗАКОНА ПЛАТФОРМЫ

ПЛАТФОРМА ДОЛЖНА БЫТЬ ПРОФИЛЬНОЙ
ПО АУДИТОРИИ

КОММУНИКАЦИЯ ВЕДЕТСЯ ОТ ИМЕНИ
ПЛАТФОРМЫ

ВСЕ КОММУНИКАЦИИ – В ОДНУ ЦЕЛЬ

ОСНОВНАЯ ЗАДАЧА ПЛАТФОРМЫ



ЭФФЕКТИВНОСТЬ =

- 1) УВЕЛИЧЕНИЕ МАРОЧНОГО КАПИТАЛА
- 2) УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ ПРОДУКТА



СТРАТЕГИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЛАТФОРМ

СОСТАВЛЯЮЩИЕ

Присутствие ТМ
на «территории»
платформы



Создание основных
событий
на «территории»



Обеспечение
медиа-охвата

ЗАДАЧИ

Обеспечить значимую
видимость ТМ
на территории



Обеспечение
атраактивных
информационных
поводов



Ярко, импульсивно
и креативно донести
информацию
о ивенте ТМ

РЕШЕНИЯ

Брендинг территории
символами ТМ



Основные ивенты



ТВ, радио,
стандартные и нестандартные
ООН,
креативное брендинг
транспорта, интегрированные
ТВ и радио-проекты

\$ / ЭФФЕКТИВНОСТЬ

50%



50%

СТРАТЕГИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЛАТФОРМ

СОСТАВЛЯЮЩИЕ

Присутствие ТМ на «территориях» платформ

Создание основных событий на территории»

Обеспечение

**ВАШ
СПОНСОРСКИЙ
ПАКЕТ**

**ВАША
КОММУНИКАЦИЯ**

ЗАДАЧИ

Обеспечить зрительскую видимость на территории

Обеспечение гибких рекламных моделей

РЕШЕНИЯ

Брендинг территории символами ТМ

Событийные ивенты

Интеграция в транспорт, интегрированные ТВ и радио-проекты

\$ / ЭФФЕКТИВНОСТЬ

50%



50%

КАК РАБОТАЮТ **В УКРАИНЕ**

СЕГОДНЯ?



СПОРТ



КЛИЕНТ



АГЕНТСТВО

КАК ДУМАЕТ СПОРТ

1

«СПОРТ» ВМЕСТО «БРЕНД»

2

3

РАЗНАЯ СУТЬ

РАЗНЫЕ АУДИТОРИИ

РАЗНЫЕ ЦЕННОСТИ

РАЗНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

РАЗНЫЕ ХАРАКТЕРЫ

РАЗНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

РАЗНЫЕ БРЕНДЫ-СПОНСОРЫ



КАК ДУМАЕТ СПОРТ

1

«СПОРТ» ВМЕСТО «БРЕНД»

2

«МНЕ НАДО» ВМЕСТО «Я МОГУ»

3

МНЕ НАДО

300 000 у.е.

Я МОГУ ДАТЬ ВАМ

аудиторию

имидж

общие ценности

информационные

поводы

медийные показатели

...и оцениваю это в

300 000 у.е.

КАК ДУМАЕТ СПОРТ

1

«СПОРТ» ВМЕСТО «БРЕНД»

2

«МНЕ НАДО» ВМЕСТО «Я МОГУ»

3

СПОНСОР ВМЕСТО СОБСТВЕННЫХ
ИНВЕСТИЦИЙ

КАК ДУМАЕТ АГЕНТСТВО

ЭФФЕКТИВНОСТЬ =

1

АУДИТОРИЯ МЕРОПРИЯТИЯ ПРОТИВ
АНАЛОГИЧНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ТВ

КАК ДУМАЕТ АГЕНТСТВО

ЭФФЕКТИВНОСТЬ =

1

АУДИТОРИЯ МЕРОПРИЯТИЯ ПРОТИВ
АНАЛОГИЧНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ТВ

2

МНЕ ВЫГОДНО ПРОДАВАТЬ ТВ

КАК ДУМАЕТ КЛИЕНТ*

1

СТОИМОСТЬ СПОНСОРСТВА =
СТОИМОСТЬ КОММУНИКАЦИИ

2

3

* Есть исключения из
правил

ТАК НЕ НАДО ДЕЛАТЬ



КАК ДУМАЕТ КЛИЕНТ*

1

СТОИМОСТЬ СПОНСОРСТВА =
СТОИМОСТЬ КОММУНИКАЦИИ

2

СПОНСОРСТВО ОТДЕЛЬНО,
КОММУНИКАЦИЯ ОТДЕЛЬНО

3

* Есть исключения из правил. О них поговорим
далее

ТАК НЕ НАДО ДЕЛАТЬ

Пиво твоєї Батьківщини!



Генеральний спонсор прем'єр-ліги
Улюблене пиво вболівальників



ТАК НАДО ДЕЛАТЬ

Nemiroff
Ти образ. Сайт підтримає.

СВІТовий бокс

СВІТова музика

СВІТові враження

КАК ДУМАЕТ КЛИЕНТ*

1

СТОИМОСТЬ СПОНСОРСТВА =
СТОИМОСТЬ КОММУНИКАЦИИ

2

СПОНСОРСТВО ОТДЕЛЬНО,
КОММУНИКАЦИЯ ОТДЕЛЬНО

3

СПОНСОРСТВО КАК КРАТКОСРОЧНЫЙ
ИНСТРУМЕНТ КОММУНИКАЦИИ

* Есть исключения из правил. О них поговорим
далее

ТАК НЕ НАДО ДЕЛАТЬ

Из брифа клиента:

«Грядёт ЕВРО 2012.

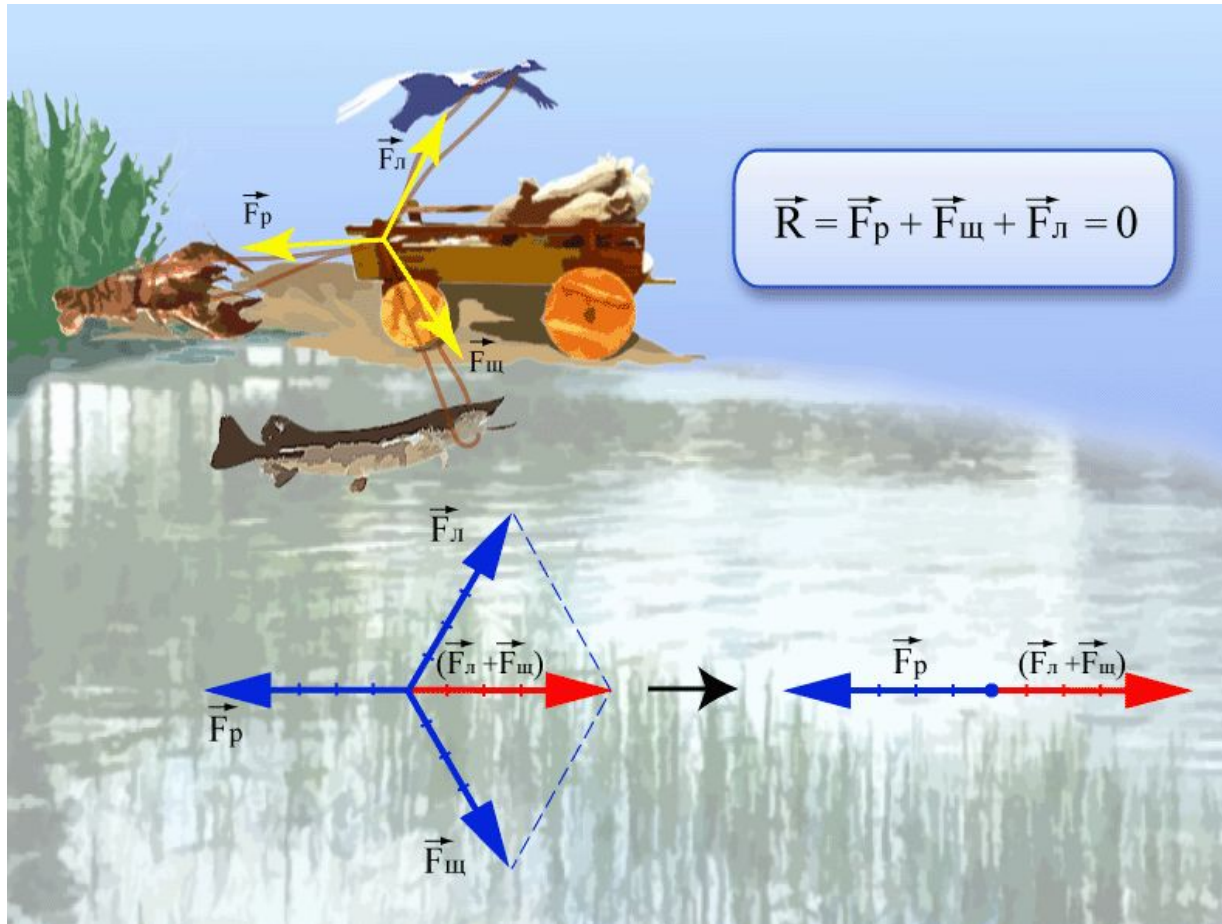
Я не спонсор.

Я не работаю на платформе футбола.

Я не хочу, чтобы в дальнейшем мой бренд ассоциировали с футболом.

Но очень хочу косвенно примазаться к ЕВРО 2012»

ОБЩИЙ РЕЗУЛЬТАТ





**КОГДА СПОРТИВНЫЙ
МАРКЕТИНГ СТАНЕТ
ЭФФЕКТИВНЫМ ИНСТРУМЕНТОМ
КОММУНИКАЦИИ В УКРАИНЕ?**

РЕКОМЕНДАЦИИ ВИДАМ СПОРТА

- (1) **Создавайте** продукт и бренд из своего вида спорта
- (2) **Сопоставляйте** инвестиции, которые просите, с возможностями, которые предоставляете
- (3) **Инвестируйте** сами или найдите богатого покровителя

РЕКОМЕНДАЦИИ АГЕНТСТВАМ

- **Не мешайте** Клиенту, если он действительно увидел потенциал в спортивном спонсорстве
- **Помогите** ему найти оптимальный формат участия

РЕКОМЕНДАЦИИ **КЛИЕНТАМ**

- (1) **Будьте** целостны и последовательны
- (2) **Соблюдайте** законы платформ
- (3) **Действуйте** долгосрочно

СПАСИБО!



ВЛАДИСЛАВ ПОЛОНСКИЙ

директор по развитию

агентство интегрированных коммуникаций

Promotion Technologies

По вопросам сотрудничества обращайтесь:

vlad.polonskiy@p-t.com.ua

095 27 47 619