

POLSKA SIATKÓWKA **MARKA KATEGORII EUROPEJSKIEJ**

**MARKETING SPORTOWY TO
DZIEDZINA MARKETINGU
KLASYCZNEGO, KTÓREJ
PODMIOTEM JEST **SPORT.****

Polska Siatkówka (Polský volejbal) – obchodní značka na evropské úrovni

Sportovní marketing – oblast klasického marketingu, předmětem jeho zájmu je sport.

V současné době je důležitým pojmem sportovní marketing. Čas od času se objeví informace, že další klub má v této oblasti lepší výsledky. Co to znamená? Na úvod tedy definice sportovního marketingu.

MARKETING SPORTOWY TO DZIEDZINA MARKETINGU KLASYCZNEGO, KTÓREJ PODMIOTEM JEST SPORT. SPECJALIŚCI WYRÓZNIJĄ NASTĘPUJĄCE TRZY OBSZARY SKŁADAJĄCE SIĘ NA MARKETING SPORTOWY:

1. MARKETING PRZEDSIĘBIORSTW WOLNORYNKOWYCH REALIZOWANY POPRZEZ SPORT,
2. MARKETING PRODUKTÓW I USŁUG SPORTOWYCH,
3. MARKETING ORGANIZACJI SPORTOWYCH.

Sportovní marketing je oblastí klasického marketingu, předmětem jejíhož zájmu je sport.

Odborníci vymezují následující tři oblasti, které tvoří sportovní marketing:

1. marketing tržních podnikatelských subjektů, realizovaný prostřednictvím sportu,
2. marketing sportovních výrobků a služeb,
3. marketing sportovních organizací.

V Polsku je sportovní marketing často chápán pouze jako sponzoring. Měli bychom ale rozlišovat marketing prostřednictvím sportu a marketing sportu.

Polski Związek Piłki Siatkowej (Polský volejbalový svaz) je příkladem instituce, která se zabývá marketingem sportu. Cílem jeho činnosti je propagace a popularizace volejbalu, jakožto sportu, do něž stojí za to investovat, sportu, který má výborné sportovní výsledky, nejlepší diváky, neuvěřitelnou atmosféru v hledišti při utkáních reprezentace a také – a to je velmi důležité – má kultivované fanoušky. V tomto ohledu se PZPS může pyšnit nejlepšími výsledky ze všech sportovních svazů.

EFEKTEM DECYZJI PODJĘTYCH PRZEZ PZPS SĄ KOLEJNE UMOWY PODPISYWANE Z POWAŻNYMI SPONSORAMI, KTÓRZY CORAZ CHĘTNIEJ INWESTUJĄ W SIATKÓWKĘ.

Výsledkem rozhodnutí, která přijímá PZPS jsou další smlouvy, podepisované s důležitými sponzory, kteří stále ochotněji investují do volejbalu.

Marketing prostřednictvím sportu, tomu se zase věnují obchodní partneři Polskiej Siatkówki (Polského volejbalu). Jde o to, aby popularita volejbalu pomáhala větší známosti dané konkrétní značky, růstu její mediální hodnoty a také spojení určitého produktu s volejbalem – čili budování image značky na základě emocí spojených s volejbalem.

Ze strany PZPS je hlavním pilířem budování pevných kontaktů mezi sponzory a PZPS dlouhodobý plán rozvoje volejbalu a růstu jeho mediální hodnoty. Základem jsou dlouhodobé sponzorské smlouvy podepisované s dalšími partnery, udržování vynikajících vztahů s největším partnerem Polského volejbalu, společností Polkomtel (podporuje PZPS již 11 let), a péče o image své značky.



Užívám-li pojem (značku) Polska Siatkówka, mám na mysli produkt, kterým je volejbal v Polsku. Někoho může rozčítit, bereme-li volejbal jako produkt, stavíme-li jej na úroveň např. vlasového šampónu. Pravidla trhu však zde pokládají rovnítko. Proto PZPS v roce 2005 vytvořil značku Polska Siatkówka, značku, která je od té doby poznávacím znamením polského volejbalu. Značku, fungující v Polsku i v zahraničí. Tímto aktem byl vytvořen produkt, který lze nabídnout potenciálním sponzorům.

**NIE SPRZEDAJEMY LOGO PZPS, LECZ MARKĘ POLSKA SIATKÓWKA,
TO OBECNIE JEDNA Z NAJLEPSZYCH MAREK SPORTOWYCH W EUROPIE.**

Neprodáváme tedy PZPS, ale značku Polska Siatkówka, což je v současnosti jedna z nejlepších sportovních značek v Evropě.

V oblasti marketingu sportu se činnost PZPS setkala se zájmem podnikatelů. Plodem tohoto úsilí jsou další dlouhodobé smlouvy, mj. s firmami Plus, Adidas, Intercars – motointegrator.pl, Jurajska, TV POLSAT. Všechny mají platnost do roku 2014.

Budování a udržování trvalých vztahů umožňuje klidné plánování budoucnosti „Polského volejbalu“ a vytváření obrazu partnerů PZPS prostřednictvím sportu. O úspěšnosti dlouhodobé spolupráce se již dávno přesvědčil hlavní partner Polskiej Siatkówki – Plus. V průzkumech povědomí o značkách – v kategorii Sport/volejbal - momentálně zaujímá jednoznačně první místo, je jasně spojován s volejbalem.



Kromě (či lépe v rámci) budování vlastní značky je nesmírně důležité vytváření vhodného „pozadí v jejím okolí“. Tzn. především příprava největších volejbalových akcí v Polsku a doprovodného programu. Volejbalová městečka, velkoplošné obrazovky před halami, setkání veřejnosti s hráčkami a hráči – to vše je v Polsku již standardem. Pomocí těchto nástrojů se vytváří pouto mezi fanoušky a hráči (hráčkami).

Polska Siatkówka je v současnosti světovou jedničkou v profesionálním pořádání sportovních akcí. Dokladem jsou absolutně nejvyšší ocenění, udělovaná federacemi FIVB i CEV, což se týká také akcí juniorských a kadetských. Díky vysokým známkám od světové i evropské federace můžeme být v Polsku svědky stále většího počtu turnajů a akcí na mezinárodní úrovni. Proto je volejbal na prvním místě mezi sportovními svazy v Polsku.

Z polského originálu **Marka kategorii europejskiej**, zveřejněného na www.akademiasiatkowki.com.pl, přeložil Tomáš Novotný.