

Podsumowanie magisterskiej

pracy

Niniejszy plan został napisany z myślą o potencjalnych inwestorach i sponsorach. Starano się w nim przybliżyć osobom zainteresowanym idee przyświecające działalności klubu, oraz zachęcić wszystkich zainteresowanych do udziału w niezwykłym projekcie, jakim jest rozwój K.S. „Ruchu” Chorzów SSA.

Jedno jest pewne: piłka nożna to ważna dziedzina życia zawodowego wielu ludzi, a uzyskanie wyników sportowych – wybitnych – wymaga ponoszenia znaczących nakładów związanych z coraz większym wydatkowaniem energii psychofizycznej, czasu poświęconego na przygotowania, kosztów inwestycyjnych i finansowych. Należy także pamiętać, że często nakłady nie przynoszą spodziewanych efektów, są niewspółmierne, tj. zbyt duże w stosunku do wartości społecznej wyników sportowych (zainteresowania mediów, sympatyków, sponsorów). Niekiedy jednak stosunkowo niewielkie nakłady gwarantują uzyskanie dobrych wyników.

„Ruch” Chorzów SSA jest przygotowana na każdą z wyżej wymienionych ewentualności. „Ruch” przygotowuje sformalizowane strategie w postaci dokumentów i wytycznych, oraz planów wprowadzania dla każdej z wymienionych strategii. Przygotowywane dokumenty zawierać będą:

- Plan marketingowy,
- Strategie i plany działań (kluczowe projekty),
- Analizę potrzeb (w tym finansowych),
- „One Page Plan”,
- Plany realizacji,
- Plan systemu kontroli i oceny wyników.

Zakończenie pracy magisterskiej

Marketing klubu piłkarskiego to kompleksowe działania, które mają na celu budowanie wizerunku, zwiększenie rozpoznawalności oraz generowanie przychodów poprzez zaangażowanie kibiców, sponsorów i partnerów biznesowych. **Wizerunek klubu** jest kluczowym elementem marketingu, a jego kreowanie opiera się na tradycji, sukcesach sportowych, społeczności kibicowskiej i wartościach, które klub reprezentuje. To właśnie te aspekty pozwalają wyróżnić klub na tle konkurencji i przyciągnąć większą liczbę sympatyków.

Media społecznościowe są jednym z najważniejszych narzędzi współczesnego marketingu piłkarskiego. Platformy takie jak Facebook, Instagram, Twitter czy TikTok umożliwiają klubom bezpośrednią interakcję z kibicami, udostępnianie treści związanych z codziennym życiem drużyny, promocję wydarzeń czy produktów. Aktywne działania w mediach społecznościowych zwiększają lojalność fanów i ich zaangażowanie.

Merchandising, czyli sprzedaż gadżetów klubowych, to kolejny istotny obszar marketingu. Koszulki, szaliki, czapki i inne akcesoria z logo klubu nie tylko generują dochody, ale także wzmacniają identyfikację kibiców z drużyną. Ważne jest również oferowanie produktów w sklepach stacjonarnych i internetowych, co umożliwia dotarcie do szerszej grupy klientów.

Organizacja wydarzeń i aktywności lokalnych pozwala klubowi nawiązać bliższe relacje z społecznością. Spotkania z piłkarzami, turnieje piłkarskie dla dzieci, czy działania charytatywne budują pozytywny wizerunek i zacieśniają więzi z mieszkańcami regionu.

Współpraca z sponsorami i partnerami biznesowymi jest kluczowym źródłem finansowania klubu. Partnerzy oczekują, że współpraca z klubem przyniesie im korzyści wizerunkowe i biznesowe, dlatego istotne jest tworzenie wartościowych ofert sponsorskich. Klub może oferować ekspozycję logo sponsora na

koszulkach, banerach stadionowych, czy w materiałach promocyjnych.

Marketing cyfrowy pozwala na wykorzystanie narzędzi takich jak reklamy online, kampanie e-mailowe czy programy lojalnościowe, aby lepiej dotrzeć do kibiców i zwiększyć sprzedaż biletów czy produktów. Personalizacja ofert oparta na analizie danych o kibicach umożliwia bardziej efektywne działania promocyjne.

Podsumowując, skuteczny marketing klubu piłkarskiego to połączenie tradycyjnych wartości z nowoczesnymi narzędziami promocji. Kluczowym celem jest budowanie silnej społeczności fanów, która stanowi nie tylko wsparcie podczas meczów, ale także fundament finansowy i wizerunkowy klubu.

Klub sportowy to bardzo skomplikowana organizacja, a zarządzanie nim w polskich realiach jest bardzo trudnym zadaniem. W codziennej działalności przenika się wiele elementów, poza nieustanną walką o zapewnienie płynności finansowej, należy pamiętać o relacjach z innymi niezwykle ważnymi podmiotami oraz instytucjami. W otoczeniu klubu pojawiają się kibice, media, politycy, instytucje finansowe, sponsorzy, służby bezpieczeństwa itd., zatem koordynacja działań oraz zapanowanie nad tak dynamicznym otoczeniem jest niezwykle trudnym zadaniem. Aby wesprzeć szereg podejmowanych decyzji, warto wykorzystać podstawowe narzędzia analizy ekonomicznej przedsiębiorstwa, jakim bez wątpienia jest klub sportowy.

Rozwój marketingu w tak burzliwym otoczeniu jest chaotyczny. Wiele decyzji podejmuje się w klubach intuicyjnie, co uzależnione jest w dużej mierze od problemów finansowych. Nadal w niewielu klubach wyznacza się cele strategiczne, ocenia sytuację, przeprowadza badania. Najważniejszym zadaniem większości polskich organizacji sportowych jest zapewnienie płynności finansowej oraz redukcja narastających długów. Z tych też względów planowaniu marketingowemu nie poświęca się zbyt dużo czasu, a w przypadku braku środków nie ma też szans

na jego realizację wg nakreślonego planu i harmonogramu. W takiej sytuacji zazwyczaj przychodzą kibice, którzy realizują wiele projektów, nie oczekując w zamian wynagrodzenia. Kibic jest gotowy pracować na rzecz klubu do pewnego etapu, po czym jego wkład stopniowo maleje, tym bardziej, jeśli polityka prowadzona przez zarząd klubu nie wzbudza jego zaufania, a sam kibic nie czuje się doceniony i dowartościowany. Jednak często o braku pomysłu na rozwój marketingu decyduje niekompetencja osób zarządzających.

Błędów w tej sferze nie uniknięto również w K.S. "Ruch" Chorzów SSA, ale najważniejszym jest na bieżąco wyciągać z nich wnioski, aby dalsze działania w celu przywrócenia dawnego blasku „niebieskiej eRce” przyniosły oczekiwane efekty. Efekty zarówno na niwie organizacyjnej, jak i sportowej. Mieszkańcy Chorzowa i innych miast, którym klub z ul. Cichej 6 jest bliski sercu, jak najbardziej zasługują na taki sukces!

W serwisie dyplom.com.pl prezentujemy obronione prace dyplomowe, które mogą służyć za wzór do napisania własnej pracy - gdyby potrzebowali jeszcze Państwo konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](http://pisanieprac.pl) - fachowa pomoc w pisaniu prac.