

# SLOVENSKÝ BIATLON

Najsledovanejšími športovými odvetvami sú na Slovensku nepochybne hokej a futbal. Petra Vlhová svojimi úspechmi upriamuje pozornosť na alpské lyžovanie, no významnú pozíciu má aj biatlon. A to predovšetkým vďaka fenomenálnemu pôsobeniu Nastii Kuzminovej. V uplynulých dvoch sezónach sme mohli sledovať úspešné napredovanie Paulíny Fialkovej, ktorá udržuje biatlon v povedomí fanúšikov aj verejnosti. Je však otázne, či sa biatlonu podarí udržať si súčasnú pozíciu aj v budúcnosti, najmä ak by neprichádzali úspešné výsledky.

Sme presvedčení, že sa tento stav dá udržať a zveľadiť, dokonca aj v prípade menej úspešného obdobia. Je ale nutné prehodnotiť súčasnú marketingovú stratégiu a v oveľa aktívnejšej miere komunikovať s verejnosťou, fanúšikmi a partnermi.

Uvedomujeme si, že marketingová stratégia je veľkým komplexom viacerých nástrojov. Naším zámerom nie je obsiahnuť ich všetky, chceme sa sústrediť na tie, ktoré budú mať rýchly, účinný a dlhodobý efekt. Pracovať preto zamýšľame s online nástrojmi.

Primárnym cieľom bude vytvorenie takej základne fanúšikov, ktorá bude sledovať biatlon dlhodobo a i v prípade neúspechov. Plánujeme využiť známu skutočnosť, že fanúšikovia sú vo svojej podstate veľmi lojálni. Biatlon ich pre svoje napredovanie nevyhnutne potrebuje a musí im poskytnúť možnosť zapojiť sa do diania. To znamená mať možnosť priamej komunikácie so športovcami a trénermi. Súčasťou tímu sa môže stať každý a okamžite. Týmto prístupom vychováme generáciu fanúšikov, ktorí budú priaznivcami biatlonu ako športu a nebudú sa tešiť iba z úspechov.

Neoddeliteľnou súčasťou sú tiež médiá a partneri, ktorí do biatlonu prinášajú peniaze. Preto je nutné ich zaujať, udržať si pozornosť, pravidelne nadväzovať kontakt a byť schopný interakcie. Partneri nebudú podporovať šport, ktorý nie je na očiach verejnosti a ktorého prezentácia sa obmedzuje na občasné publikovanie fotoalbumu. Interakcia musí prebiehať kontinuálne a takto vytvorený priestor bude postupne atraktívny nielen pre súčasných partnerov, no bude predpokladom úspešnej pozície pri rokovaniach s partnermi novými.

## SLOVENSKÝ BIATLON - REŠPEKT, DRINA, KRÁSA

Pre tieto účely navrhujeme používať novú komunikačnú platformu s názvom **SLOVENSKÝ BIATLON**. Názov v tejto chvíli nie je kľúčovým prvkom, v diskusii sa určite rýchlo zhodneme na jeho vhodnej forme.

Značka **SLOVENSKÝ BIATLON** by mala byť charakterizovaná **rešpektom** voči športovcom, trénerom, rozhodcom, médiám, funkcionárom a všetkým, ktorí sa okolo biatlonu pohybujú. Pre dosiahnutie úspechu je nutná tvrdá **drina**, sprevádzaná odriekaním i bolesťou. Biatlon je šport ukrývajúci v sebe **krásu** a pôvab, aký má málokterý iný šport. O víťazstve sa rozhoduje v každom momente pretekov a do poslednej chvíle nie je známy víťaz.

Pre značku **SLOVENSKÝ BIATLON** hovorí viacero argumentov. V prvom rade je tento názov z marketingového hľadiska vhodnejší než Slovenský zväz biatlonu, keďže slovo „zväz“ je všeobecne vnímané negatívne. Verejnosť si pod týmto názvom predstavuje funkcionárov. Tí sú pri každom spore alebo nedorozumení vnímaní negatívne, pretože na Slovensku bolo v minulosti viacero afér, v ktorých boli funkcionári vždy v roli tých, ktorí „hrabú“ pre seba. Najdôležitejším argumentom však je, že je potrebné prezentovať biatlon ako celok. Pre účely marketingovej komunikácie preto navrhujeme používať značku **SLOVENSKÝ BIATLON**.

Hlavným produktom bude reprezentácia zložená zo športovcov. Práve oni svojimi výkonmi predávajú šport, priťahujú ľudí a tým pádom aj partnerov. Avšak Slovenský biatlon má mnoho nadšených a talentovaných športovcov aj v mládežníckych a juniorských kategóriach. Títo športovci sú budúcnosťou nášho biatlonu a budú mať v tomto projekte obsiahly priestor. Mediálny tréning je pre športovca dôležitou súčasťou kariéry, pričom priestor pre vytvorenie správnych návykov je práve v mladom veku. Spolupráca na projekte bude pre nich cennou skúsenosťou do budúcnosti.

## UNIKÁTNOŠŤ INFORMÁCIÍ A OBRAZOVÝCH MATERIÁLOV

Fanúšik musí vedieť, že ak bude chcieť komplexnú správu o tom, čo sa deje, tak ju nájde iba u nás a od nás ako prvých. Ponúkame mu príbehy, cez ktoré dôverne spozná pretekárov. Zároveň získa dostatočne fundované a kultivované správy odlišné od iných médií. Za veľmi dôležité považujeme, aby sa všetky podstatné informácie dostali k verejnosti výlučne cez značku SLOVENSKÝ BIATLON. Ako príklad by sme radi spomenuli nedávne ohlásenie konca kariéry dlhoročnej reprezentantky Terky Poliakovej, o ktorom sa verejnosť dozvedela iba vďaka krátkemu článku uprostred športového denníka. Ukončenie kariéry športovca je významnou udalosťou, ktorú je nutné marketingovo predať a podobné príležitosti si slovenský biatlon nemôže dovoliť opomíňať.

Komunikácia s fanúšikmi by nemala byť príliš formálna, no s jasným nadšením a zápalom pre vec. Chceme so športovcami pracovať na kamarátskej úrovni, kde dôležitú úlohu budú hrať dobré vzťahy medzi nami a biatlonovou rodinou. Plánujeme ich ukazovať ako normálnych ľudí, ktorí majú svoje silné aj slabé dni. Pre toto je veľmi dôležité, že nás a našu prácu už poznajú a máme vytvorené vzťahy, na čo chceme nadviazať. Realizácia projektu bude čiastočne zasahovať do ich súkromia a dlhodobou budovaná dôvera je v tomto smere kľúčová.

Vytvorený marketingový materiál bude cenným podkladom aj pre vybrané relevantné médiá, ktoré budú môcť obsah bezplatne prebrať a tvoriť vlastné články (prirodzene, s uvedením zdroja). Týmto im uľahčíme prácu, podnietime ich k väčšej aktivite a dostaneme biatlon viac medzi verejnosť, čo bude prínajšie pre partnerov. Vybrané partnerské médiá budú mať všetky obrazové a textové materiály zadarmo. Vytvoríme databanku, do ktorej budú mať bezprostredne po pretekoch prístup a bez problémov si tam nájdu aktuálne podklady. Zároveň budú môcť čerpať aj z archívu starších podujatí. Toto považujeme za dôležité aj s ohľadom na partnerov zväzu, pre ktorých je dôležitá prezentácia značky v aktuálnej podobe na aktuálnom mieste. V súčasnosti médiá často uverejňujú aj niekoľko rokov staré zábery, čím sú naši partneri poškodzovaní, pretože v médiach sú prezentované aj firmy, ktoré so slovenským biatlonom už nespolupracujú (Hamé, Atex...).

## KOMUNIKAČNÉ KANÁLY

Je dôležité si uvedomiť, že hoci vrcholom biatlonovej sezóny sú 4 zimné mesiace, neznamená to, že v iných mesiacoch sa nič nedeje. Komunikáciu plánujeme udržať v potrebnej intenzite počas celého roka s výnimkou mesiaca apríl, ktorý je po sezóne oddychovým obdobím.

Interakcia musí byť prispôbená tomu, že niektorí fanúšikovia sledujú biatlon dlhšie, ovládajú pravidlá a chápu širšie súvislosti. Zároveň je tu druhá skupina, ktorá biatlon sleduje a fandi pretekárom, ale chýbajú jej detailnejšie znalosti. Preto budeme pracovať s pestrou paletou formátov komunikácie. Takáto variabilita môže dobre pôsobiť na obe skupiny fanúšikov, pretože zveľadí znalosti všetkých fanúšikov, čo je dobrým základom pre dlhotrvajúcu vernosť biatlonu, ktorá sa prejaví v časoch horších výsledkov.

Na distribúciu atraktívneho obsahu je potrebné využívať rôzne kanály, keďže každý fanúšik preferuje niečo iné, no tiež preto, lebo každý z týchto kanálov bude prinášať odlišný obsah. Takto dosiahneme, že fanúšikovia budú mať dôvod sledovať všetky, pričom najsilnejším z nich bude Facebook. Používať budeme aj Instagram, YouTube a Web (webová stránka SZB a spravodajský web biatlon-info.sk).

## FACEBOOK

**PROGRAM PRETEKOV** – pred každým podujatím, na ktorom budú v rámci medzinárodných súťaží štartovať slovenskí biatlonisti, bude zverejnená grafika s programom celého podujatia. Zároveň každý deň bude zverejnená grafika s aktuálnym programom daného dňa so štartovými číslami a časmi štartov našich reprezentantov.

**INFORMÁCIE Z MIESTA** – aktuálne informácie z miesta konania pretekov. Fanúšik musí mať pocit, že je súčasťou tímu a vie o všetkom podstatnom (zmena času pretekov, ochorenie, zranenie...). Toto sa dá sprostredkovať buď krátkou správou alebo live streamom.

**FOTOREPORTY** – výber najzaujímavejších fotiek každý večer po pretekoch. Podľa možností doplnené o zákulisie tímu.

**TEXTOVÉ SPRAVODAJSTVO** – podrobné reportáže a štatistické spravodajstvo zdieľané z portálu biatlon-info.sk

**ŽIVÉ ROZHOVORY** – realizované mimo hlavnej sezóny, zapojení budú aj fanúšikovia, ktorí budú môcť kľásť otázky.

**INFORMÁCIE Z PRÍPRAVY** – krátke videoreportáže z prípravy na sezónu

## INSTAGRAM

**VÝBER NAJLEPŠÍCH FOTIEK** – po každých pretekoch 10 najzaujímavejších momentov

**STORIES** – krátke upútavky zo zákulisia podľa situácie a potreby.

**DEŇ SO ŠPORTOVcami** – realizované mimo hlavnej sezóny. Športovec spracuje pár fotkami svoj bežný deň.

**UPÚTAVKY NA ČLÁNKY** – krátke upútavky na zaujímavé články a reportáže na ostatných komunikačných kanáloch

**PREBERANIE OBSAHU Z FACEBOOKU** – napríklad grafiky s programom pretekov

**VIDEO** – krátke minútové upútavky a reportáže

## YOUTUBE

Bude slúžiť predovšetkým ako zdroj tematických dokumentárnych filmov, ktoré sa budú pripravovať počas celého roka o jednotlivých športovcoch. Zároveň tu budú zhromažďované všetky videá vytvorené počas sezóny.

## WEB

Bude východiskovým táborom so všetkými základnými informáciami, z ktorého sa fanúšik dostane na všetky ostatné kanály.

Okrem vymenovaných tematických okruhov by sme radi uviedli do praxe aj novinku, ktorá na rôznych platformách prežíva veľký rozmach. Na pravidelnej báze budeme uverejňovať **PODCAST**, v ktorom bude diskusnou formou prezentované aktuálne dianie v slovenskom biatlone. Podcast bude zverejňovaný na Facebooku, Webovej stránke a taktiež na YouTube.

## E-SHOP

Dôležitým marketingovým nástrojom je e-shop, v ktorom si fanúšikovia môžu kúpiť predmety zviazané s reprezentáciou. Partneri biatlonu tak dostávajú ďalší priestor pre svoju prezentáciu. Navrhujeme, aby e-shop obsahoval aj rôzne originálne predmety ako napríklad biatlonový kalendár alebo trička pre mladé talenty s motívom budúcich biatlonistov.

E-shop je možné sprevádzkovať pri minimálnych nákladoch na už existujúcej platforme mediálneho partnera portálu biatlon-info.sk.

Z navrhovaných komunikačných kanálov je momentálne funkčný iba jeden a tým je WEB – webová stránka zväzu a webová stránka biatlon-info.sk. Bude nevyhnutné vytvoriť úplne novú stránku na Facebooku, Instagrame a taktiež videokanál YouTube.

Všetky komunikačné kanály budú zastrešené jednotnou značkou **SLOVENSKÝ BIATLON**. Nemáme žiadne pochybnosti, že do začiatku sezóny sa podarí vytvoriť dostatočnú základňu fanúšikov. I napriek faktu, že budeme začínať od nuly.

Navrhovaný projekt je možné rozbehnúť prakticky okamžite a pri nízkych vstupných nákladoch. V lete bude prebiehať príprava na nadchádzajúcu sezónu a už táto by mala byť pokrývaná v zmysle novej filozofie. Začať je možné nielen mapovaním aktuálnej prípravy reprezentantov, ale tiež prezentáciou jednotlivých klubov, v ktorých sa venujú mládeži. Počas sezóny a nielen počas nej sa plánujeme zamerať na celé vekové spektrum – od mládeže až po reprezentáciu na svetových pohároch. Nie je nevyhnutné, aby sme pokrývali všetky podujatia Svetového pohára, marketingová komunikácia bude prebiehať tak, aby mali rovnomerné zastúpenie všetky vekové kategórie.

Za účelom dosiahnutia stanovených cieľov bude potrebné začleniť do realizačného tímu dvoch ľudí – **Igora Stančíka** a **Lukáša Timka**. Nie je potrebné, aby na všetky podujatia cestovali obaja, z kalendára podujatí však majú absolútnu prioritu Majstrovstvá sveta, na ktorých je nevyhnutné mať dvojčlenný mediálny tím. Je tiež žiadúce, aby minimálne jeden člen mediálneho tímu pokrýval Majstrovstvá sveta juniorov.

Uvedomujeme si náročnú ekonomickú situáciu nielen slovenského biatlonu. Aj preto ponúkame biatlonu pomocnú ruku a pilotnú sezónu projektu budeme realizovať pri nízkych nárokoch na odmenu. Slovenskému zväzu biatlonu bude doterajší mediálny partner portál biatlon-info.sk fakturovať za služby mediálneho tímu sumu EUR 6 000,- bez DPH, ktorá bude uhrádzaná v pravidelných mesačných splátkach,

pričom posledná bude zaplatená v mesiaci marec 2021. Dôjde tak iba k úprave a rozšíreniu aktuálnej zmluvy s portálom biatlon-info.sk – zmluva bude uzatvorená na obdobie 10 rokov. Pre prvý rok trvania zmluvy bude pôvodná suma EUR 4 000,- bez DPH navýšená na sumu EUR 6 000,- bez DPH. Táto suma bude použitá na zabezpečenie chodu mediálneho tímu, ktorý bude vytvorený zo šiestich ľudí. **Igor Stančík** (foto, video, soc. siete), **Lukáš Timko** (texty, štatistiky, podcasty, soc. siete), **Juraj Janoták** (texty, soc. siete), **Veronika Grežďová** (editor, korektor, soc. siete), **Matej Čižmárik** (grafika), **Tomáš Orság** (správa webu, programovanie tab., štatistiky). Náklady na ubytovanie a cestovanie jedného až dvoch členov nášho tímu bude znášať Slovenský zväz biatlonu.

Radi by sme zdôraznili, že táto suma platí výlučne pre sezónu 2020/21 a neodzrkadľuje skutočnú cenu vykonanej práce a vytvorenej hodnoty. Po skončení sezóny 2020/21 a vyhodnotení perspektív novej marketingovej komunikácie budú prijaté adekvátne podmienky ďalšej spolupráce podpísaním nového dodatku k existujúcej zmluve.

Celá navrhovaná koncepcia marketingovej komunikácie je postavená na podobných fungujúcich stratégiách v iných krajinách. Základnú kostru tvorí marketingová stratégia Českého biatlonu, ktorý nám poskytol množstvo cenných rád a podelil sa s nami o svoje doterajšie skúsenosti. Implementovali sme tiež prvky používané Medzinárodnou biatlonovou úniou a prispôbili sme ich potrebám slovenského biatlonu s ohľadom na ich realizovateľnosť. Táto koncepcia je teda overená a nevydávame sa na neprebádané územie.

Aj s ohľadom na nedávno prijaté uznesenie prezídia SZB č. 2-20/12, ktoré sa týka projektu zvýšenia počtu aktívnych športovcov do veku 23 rokov, sa nazdávame, že marketingová stratégia tohto druhu a rozsahu bude veľmi silným nástrojom pre naplnenie daného uznesenia.

Nadchádzajúca sezóna bude pre tento projekt pilotnou, pričom funkčnosť a použiteľnosť jednotlivých platforiem budeme testovať. Počas sezóny vytvoríme pre fanúšikov dotazník, ktorý budú môcť vyplniť a poskytnú nám tak spätnú väzbu. Taktiež plánujeme vytvoriť plán interakcie s partnermi biatlonu. Informácie získané týmto spôsobom budú tvoriť hlavné podklady pre prípravu marketingovej sezóny 2021/22.

**Teraz je ideálny a správny čas začať s novým projektom marketingovej komunikácie. Sezóna 2021/22 bude olympijskou a sme presvedčení o tom, že Slovenský biatlon do nej musí vstúpiť v plnej marketingovej sile.**