

SEMINARIUM – SZKOLENIE ZAMKNIĘTE

„ Nowoczesne zarządzanie klubem sportowym ”

Jak skorzystać z zachodnich modeli zarządzania i przenieść je na polski grunt ?

Jak odnieść sukces sportowy i biznesowy ?

Jak pozyskiwać sponsorów ?

Termin do uzgodnienia

Miejsce Siedziba klubu

Koszt udziału 9000 zł + 22% VAT

Program szkolenia

CZĘŚĆ I

9:00 - 10:00 Nowoczesne modele zarządzania klubem sportowym

- Strategia biznesowa Juventusu Turyn
- Manchester United – wzór perfekcji biznesowej
- Na czym opiera swój dobrobyt Newcastle Utd. ?
- Najbogatsze kluby świata i ich struktury przychodów
- Struktury przychodów w ligach europejskich

10:00 - 11:00 Zagadnienia strategiczne

- Klub sportowy – firma o specyficznych celach
- Dlaczego opłaca się mieć profesjonalną Strategię Rozwoju ?
- Dysonans operacyjny i jego konsekwencje
- Błąd strategiczny - Nieproporcjonalność zaangażowań
- Profesjonalna organizacja i Zasoby ludzkie

11:00

Przerwa na kawę



11:15 - 12:15 TEORIA DWÓCH PIĄTEK

- Cztery grupy czynników konieczne do odniesienia sukcesu sportowego i biznesowego w klubie
- Czy na wyniki sportowe ma wpływ Zarząd , kibice , tradycja i położenie geograficzne ? Niespodziewane i zaskakujące korelacje skutkowo-przyczynowe
- Cztery źródła przychodów i ich dywersyfikacja
- Zarządzanie kosztami klubu sportowego

12:15 Przerwa na kawę

CZĘŚĆ II

12:30 - 13:30 Sponsoring – zagadnienia podstawowe

- Ocena rynku sponsoringu w Polsce
- Dlaczego przyszłość rynku rysuje się tak różowo ?
- Transfer emocji czyli co jest istotą sponsoringu ?
- Jak uwieść sponsora ? - przewagi konkurencyjne i atuty sponsoringu
- Praktyczne wskazówki wyływające z podziału rodzajów sponsoringu
- Mocna broń na sponsorów - badania i dane statystyczne

13:30- 14:30 Klub jako produkt marketingowo – biznesowy

- Jak zamienić klub w dobry produkt rynkowy ?
- Zrozumieć siebie - tworzenie Karty Wartości klubu
- Zasady tworzenia oferty produktowej
- Jak stworzyć dobrą i skuteczną ofertę współpracy ?
- Generacje ofertowe – dlaczego niektóre oferty są wyrzucane do kosza zaraz po utworzeniu ?
- Zindywidualizowana oferta korzyści
- Zrozumieć sponsora – research i monitoring

14:30 Przerwa na kawę

14:45 - 16:00 Techniki operacyjne sponsoringu

- **Marketing kreatywny** (wyróżnij się albo zgiń, kreatywność koncepcyjna i nośnikowa)
- **Marketing ofertowy** (apoteoza działania, sztuka kontaktu)
- **Marketing ukryty** (wieloscieżkowy) – (mnożenie ścieżek dostępu, efekt śnieżnej kuli)
- **Marketing spójny** (budowa wizerunku, wizje a rzeczywistość, kto reprezentuje ? wizerunek menadżera sportowego)

16:00 - 17:00 Decyzje sponsorskie

- Czy wiesz już wszystko o technikach operacyjnych sponsoringu ?
- Kolejnych siedem ważnych zasad
- Dywersyfikacja źródeł przychodów – co zrobić, żeby nie uzależnić się od jednego głównego sponsora
- Brutalne negocjacje
- Teoria Herzberga – czynniki na NIE i Decyzja na TAK
- Podsumowanie – wykres Ishikawy i Metoda DAGMAR

17:00 Przerwa na kawę

17:15 - 18:00 Finanse sponsoringu w Polsce

- Kto, komu, za co i ile płaci ?
- Wielkim też nie jest łatwo - prawdziwe kwoty jakie otrzymują największe polskie kluby
- Mity i fakty dotyczące sum sponsorskich - case studies liderów

18:00 - 19:00 Społeczność lokalna gwarantem sukcesu

- Jak przekonać lokalnych biznesmenów do sponsoringu ?
- Tworzenie lokalnych i regionalnych business clubów
- Kibice – naturalny sojusznik w rozwoju klubu
- Jak zbudować dobrą frekwencję na imprezie sportowej ?
- Jak korzystać i doskonalić współpracę z lokalnymi mediami ?
- Korelacje pomiędzy rozwojem klubu i rozwojem miasta i gminy

