



MAGYAR EVEZŐS
SZÖVETSÉG

Marketing stratégia és 2024-es terv

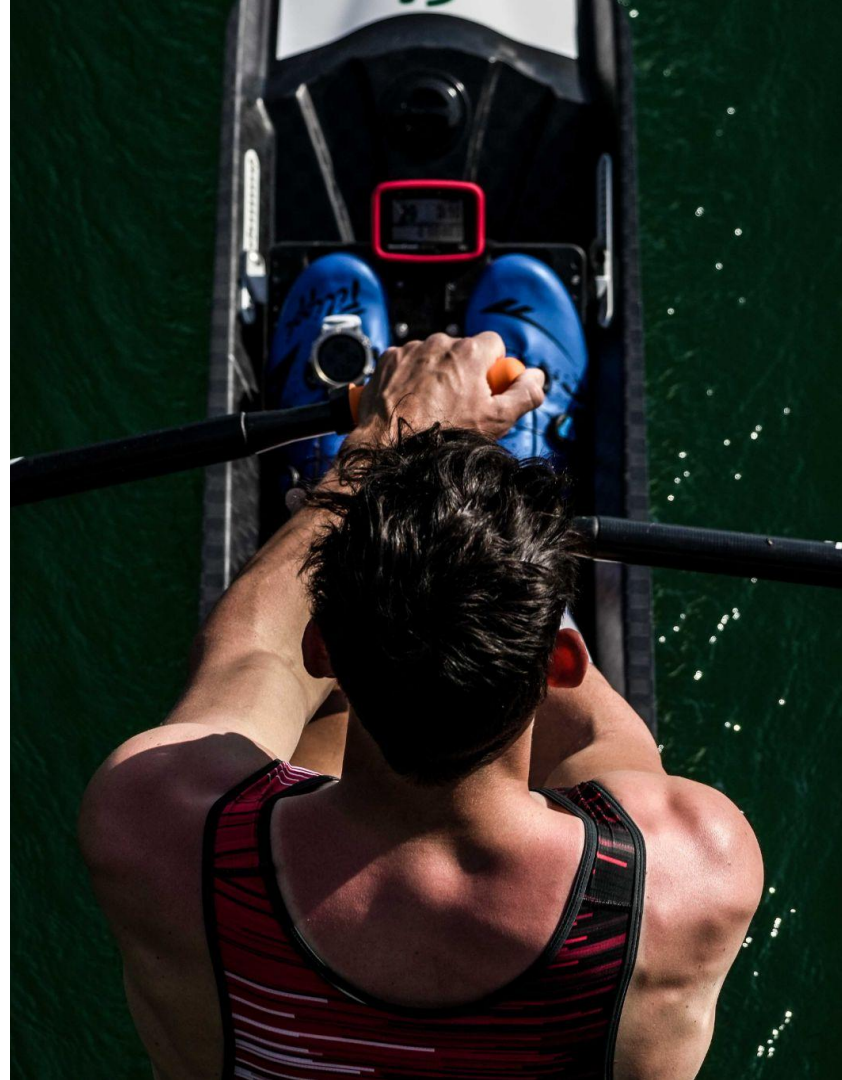
Javaslat

Tartalom

Jelen dokumentum a **MESZ 2024-es marketing stratégiájának és tervének** összefoglalója:

Prezentáció felépítése:

1. Kiinduló helyzet
2. Marketing célkitűzések a 2023-2032-es stratégia alapján
3. MESZ marketing tevékenység fókuszterületei
4. Célcsoportok
5. Célkitűzések célcsoportok szerint
6. Jelenleg rendelkezésre álló marketing eszközök és javasolt használatuk a célkitűzések eléréséhez
7. Marketing aktivitás javaslat (2023 Q4 - 2024)
8. Következő lépések



- A MESZ átfogó **stratégiát alkotott a 2023-2032-es időszakra**. Az abban megfogalmazott célkitűzések eléréséhez és a meghatározott beavatkozási területeket támogatásához a **marketing és kommunikációs aktivitások újragondolása és továbbfejlesztése** is szükséges.
- A stratégiában meghatározásra került **3 alapérték** is, amely a marketing és kommunikációs stratégia alapján is jelentik:
 - **Teljesítmény** – a fizikai és szellemi erőnlét határainak próbatétele
 - **Harmónia** – összhangban a vízzel, természettel, társakkal
 - **Tradíció** – a mozgásforma és a csónakházak évszázadok közössége és kultúrája
- A javasolt marketing aktivitások közül jónéhány más formában, vagy eddig nem működött, így az alapeszközök felállítása és rendszeres működtetésének kialakítása alapfeladat az aktivitások megkezdése előtt.
- A javaslatban felvázolt eszközök és aktivitások a 2024. évi terv alapjai, azok megvalósíthatóságát, intenzitását és körét a rendelkezésre álló költségvetés is jelentősen befolyásolja.
- A dokumentumban megfogalmazott eszközökön túl további eszközök és ötletek is rendelkezésre állnak, azonban a 2024-es év során a legmagasabb prioritást a felelősségi körök felállítása és működtetése.

2. Marketing célkitűzések a 2023-2032-es stratégia alapján

4 fő stratégiai cél:

NÉPSZERŰSÉG:

a regisztrált sportolókon felül további 10 000 fő üljön hajóba a csónakházakban vagy az evezést népszerűsítő rendezvények alkalmával.

LÉTSZÁM:

a 2018-as 1600 főről 2023-ra 1700 főre bővült sportolói létszám további gyarapítása, 2032-re elérve a 2500-3000 fős létszámot.

EREDMÉNYESSÉG:

a következő tíz év során olimpiai éremszerzés.

FINANSZÍROZÁSI FORMA:

a nem központi költségvetésből származó források arányának növelése, szövetségi és egyesületi szinten egyaránt.

1

2

3

4

Főbb marketing célkitűzések:

Ismertség építés:

az evezés általános ismertségének növelése és kipróbálás ösztönzése

Imidzs építés

A stratégiában meghatározott értékek bemutatása (harmónia, teljesítmény, tradíció)

Toborzás

az aktív evezősök számának növelése

Közösségépítés

evezős közösség építése, élmény szerzés

Élsport támogatása

az evezés és evezős válogatott "eladhatóságának" fejlesztése, sportolók fejlesztése és népszerűsítése

Gazdasági szemléletmód fejlesztése:

szponzorszerzés és partneri együttműködés támogatása.

2. Marketing célkitűzésekhez kapcsolódó mérőszámok

A marketing tevékenység során befolyásolt mérőszámok:

- Közösségi média követő bázis, elérés, aktivitás szintje
- Sajtómegjelenések száma
- Sportágnépszerűsítő rendezvények során elért sportolók száma
- Verseny indulóinak és kilátogató nézők száma
- Támogatói és szponzorbevételek mértéke

Megjegyzés: bár a marketing tevékenység hatással van a fenti mérőszámokra, a mérőszámok alakulását több további tényező is befolyásolja.



3. A MESZ marketing tevékenység fókuszterületei

A marketing tevékenységek során a MESZ a lent felsorolt fókuszterületekkel rendelkezik. Ezek tekinthetők a MESZ fő "termékeinek" is, amelyek népszerűsítése, "eladása" a marketing tevékenység feladata.

- Az evezős sport szépsége és az evezési lehetőségek bemutatása
- Magyar evezős válogatott
- Nemzetközi és országos szintű evezős események
 - 2024 kiemelt versenye: Európa-bajnokság
 - Országos Bajnokság (vízen és ergométeren)
 - MESZ versenyek: SportXXI és felnőtt versenyek
 - MESZ közösségformáló események (pl. Díjátadó, Evezős Bál - *elbírálás alatt*)
 - Együttműködések (nem saját események)
- Szakmai anyagok és fórumok
- A MESZ maga (tagjai, közreműködői)



BELSŐ (MÁR BEVONÓDOTT):

- Egyetemisták
- Utánpótlás sportolók
- Válogatott sportolók
- Felnőtt szabadidő sportolók
(masters és amatőr sportolók)
- Szakemberek (edzők, klubvezetők)
- Tagszervezeteket (egyesületek)

KÜLSŐ (BEVONANDÓ, MEGTARTANDÓ)

- Sportkedvelő lakosság
- Sportdiplomáciai kapcsolatok
- Potenciális támogatók, szponzorok,
gazdasági szereplők
- Kormányzat és önkormányzatok, helyi
szervezetek

5. Célkitűzések célcsoportok szerint

Belső	Egyetemisták	Több egyetemista evezzen (meglévő evezősök megtartása, egyetemen kezdők számának növelése).
	Utánpótlás sportolók	Utánpótlás bázis építése, meglévő sportolók számára élményszerzés, sportolók megtartása.
	Válogatott sportolók	Kommunikációs tevékenységgel támogatni a válogatott sportolókat és ismertségük építését.
	Szabadidő sportolók	Az evezés mint szabadidősport népszerűsítése, toborzás, megtartás, élménynyújtás.
	Szakemberek	Szakmai inspiráció, közösségépítés.
	Egyesületek	A helyi kezdeményezések, toborzás, rendezvények, aktivitások támogatása.
Külső	Sportkedvelő lakosság	Az evezés sport ismertségének növelése és imidzsének építése.
	Sportdiplomácia	Az evezés imidzsének javítása, szakmaiság, együttműködések kialakítása.
	Szponzorok, támogatók	Kapcsolatépítés szakmai és anyagi támogatás érdekében, hosszabb távú partneri kapcsolatok.
	(Ön)kormányzatok	Tudatos kapcsolatépítés, együttműködések.

6. Jelenleg rendelkezésre álló marketing eszközök

Saját digitális eszközök

Weboldal (statikus és változó tartalom, tudástár, stb.)

Facebook (tartalom és hirdetés)

Instagram (tartalom és hirdetés)

YouTube

Adatbázis építés

eDM

Hírlevél

Esemény marketing

- Saját események
(versenyek, díjak, szakmai események, stb.)

- Mások által szervezett események (pl. Sportágválasztó, stb.)

- Személyes részvétel & kitelepülés

- Állandó, márkázott megjelenés kitelepülő szettekkel (zászló, molino, szórólap, monitor, stb.)

Public relations

- Sajtó adatbázis és kapcsolatok építése

- Sajtóközlemények kiküldése

- Eseti interjúk

- Médiapartnerségek

Együttműködések

- Szponzori kapcsolatok kialakítása

- Kiemelt támogatók

- Szakmai partnerek

- Kormányzati és önkormányzati szervezetek

- CSR jellegű aktivitások

- Influenzszerek

- Más sportágakkal

6. Marketing célok megvalósítása a rendelkezésre álló eszközökkel:

Ismertség és imidzsépítés főbb eszközei 2024-ben

Saját digitális eszközök

Megújult website (folyamatos):

naprakész, dinamikusan frissülő tartalom, összehangolva egyéb megjelenési felületekkel (szinergiák, elérés növelése, stb.)

Folyamatos közösségi média

kommunikáció: Facebook, Instagram, YouTube

- Tartalom tervezés:
 - vizualitás és hangnem továbbfejlesztése
 - éves/havi/heti szintű tervezés
 - aktualitások, stratégiai témák, szakmaiság, sportolói márkák, stb. összehangolása
 - saját és átvett tartalmak vegyesen
- Hirdetések indítása alkalmi jelleggel (FB és Instagram) az elérés növelése érdekében

Esemény marketing

Európa-bajnokság:

rendezés kihasználása sportági ismertség és imidzs építésben
(az EB kommunikációjára önálló marketing és kommunikációs terv készül)

Sportág népszerűsítő eseményeken

(pl. sportágválasztó) megjelenés

PR kommunikáció

Újságírói kapcsolatok

felépítése (sportújságírók, életmód újságírók, országos és helyi szinten, stb.)

Sajtótájékoztató szervezése

Sajtóközlemények megírása és kiküldése min. negyedévente

Interjúk, riportok

generálása (sportolókkal, tisztségviselőkkel, helyi szereplők)

Együttműködések

Szponzorok és szakmai együttműködők felületein megjelenés az elérés növelése érdekében

Influenszer kommunikáció: megjelenés az influenszerek felületein

6. Marketing célok megvalósítása a rendelkezésre álló eszközökkel:

Toborzás főbb eszközei 2024-ben

Területei: utánpótlás, egyetemi, felnőtt szabadidősport

Saját digitális eszközök

Megújult website (folyamatos):

- evezős szakágak és egyesületek bemutatása
- remarketing: weboldalra terelés (Gyere evezni!)

Folyamatos közösségi média kommunikáció:

Facebook, Instagram, YouTube

- Beharangozó- és utókommunikáció a MESZ saját felületein minden esemény során
- Egyesületek toborzó aktivitásainak támogatása tartalom és hirdetés megosztásával: iskolai toborzás, nyílt napok, kerületi események, stb.

Adatbázis építése sportági és sportágnépszerűsítő események során, **eDM és hírlevél alkalmazása**

Esemény marketing

Európa-bajnokság:

rendezés kihasználása
sportági ismertség és
imázs építésben
(az EB kommunikációjára
önálló marketing és
kommunikációs terv készül)

Megjelenés sport

rendezvényeken (pl.
Sportágválasztó, Mozgás
éjszakája, stb.) modern
kitelepülő szettel és
eseményhez kapcsolódó
kommunikációval

Csónakházi nyílt nap
(elbírálás alatt)

PR kommunikáció

Újságírói kapcsolatok

felépítése (sportújságírók,
életmód újságírók,
országos és helyi szinten,
stb.)

Interjúk, riportok

generálása (sportolókkal,
tisztviselőkkel, helyi
szereplők)

Együttműködések

Influenszer

kommunikáció:
megjelenés az
influenszerek felületein,
influenszerek digitális
felületein keresztül elérés
növelése és aktivizálás

Egyetemi együttműködési szerződések és

kommunikációjuk (saját
felületek és PR aktivitások)

6. Marketing célok megvalósítása a rendelkezésre álló eszközökkel:

Közösségépítés főbb eszközei 2024-ben

Saját digitális eszközök

Digitális közösség építés különböző célcsoportok és motiváció mentén

- Facebook (zárt) csoportok (pl. egyesületek, mastersek, szülők, stb.)
- Edzéstervék és kihívások megosztása
- Nyereményjátékok

Esemény marketing

MESZ események: speciális közösségépítő programok kiemelt versenyeken (pl. OB, Ergo OB, Evezősbál)

Szakmai közösségek szervezése (edzői fórumok, stb.)

MESZ Díjak (pl. Az év embere – egyesületenként 1 fő, aki a legtöbbet tette az adott közösségért)

Különböző szakágak és korcsoportok kezdeményezéseinek támogatása (helyszín, kommunikációs támogatás, sporteszközök, stb.) – pl. közös edzések, évadzárók, stb.

Önkéntes program szervezése (pl. az EB-re, OB-ra, egyesületi szinten)

Együttműködések

Közös CSR aktivitás kidolgozása (közös cél mentén) és a közösség aktivizálása közös programokon, vagy egyesületi szinten

6. Marketing célok megvalósítása a rendelkezésre álló eszközökkel:

Élsport támogatásának főbb eszközei 2024-ben

Saját digitális eszközök

Megújult website (folyamatos):

evezős válogatott és versenyek bemutatása híreken és cikksorozatokon keresztül

Folyamatos közösségi média

kommunikáció: Facebook, Instagram, YouTube

- Versenybeszámolók, tudósítás válogatott sportolók eredményeiről
- Válogatott tagjainak bemutatása (posztok, sztorik, "takeover" akciókkal)
- Betekintést nyújtani a válogatott készülésébe és az edzőtáborokba

Esemény marketing

Európa-bajnokság:

rendezés kihasználása sportolók ismertségének építésére (az *EB kommunikációjára* önálló marketing és kommunikációs terv készül)

Sportolók díjazása a

MESZ közösségépítő eseményei során kitüntetése

MESZ események, valamint potenciális partnerrendezvényeinek való megjelenés

PR kommunikáció

Válogatotthoz és versenyekhez kapcsolódó interjúk, riportok generálása

(különös tekintettel a 2024-es Európa-bajnokságra)

Válogatott csapat számára médiatréning szervezése

Együttműködések

Szponzorszerzés a válogatott csapat számára (különleges lehetőség a hazai Eb rendezése)

Élsportolói szponzorszerzési támogatás

(tudásmegosztás szponzorszerzésről, összekötések támogatása potenciális szponzorokkal, segítség sportolói portfólió készítésében)

6. Marketing célok megvalósítása a rendelkezésre álló eszközökkel:

Üzleti szemléletmód támogatásának főbb eszközei 2024-ben

Saját digitális eszközök

Megújult website (folyamatos):

szponzorok és támogatók megjelenítése a honlapon

Folyamatos közösségi média

kommunikáció: Facebook, Instagram, YouTube

- Szponzoráltak sportolói márkájának felépítése (i-storyk, stb.)
- Támogatókat is szerepeltető programok megosztása (MESZ értékrendjét tükröző módon)

Esemény marketing

Szponzori megjelenési lehetőségek tovább fejlesztése az eseményeken

**Szponzori események
szervezése** (versenyek, gála,
stb.)

Együttműködések

Szponzori kiajánló elkészítése

- Kiemelt versenyekre és/vagy folyamatos együttműködésre
- Onepager, média felületek, események bemutatása, stb.)

Szponzori targetlista összeállítása

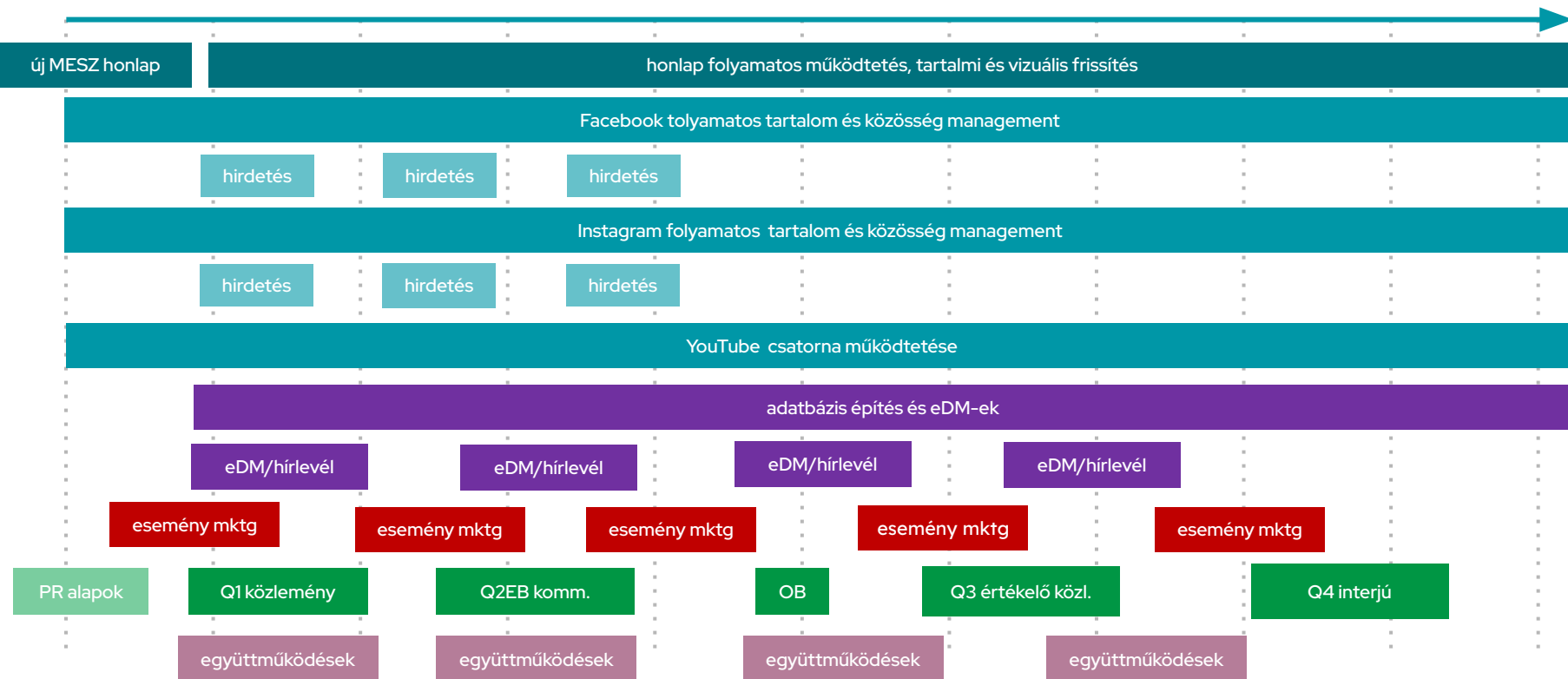
Szponzori kapcsolatok kialakítása és hosszútávú felépítése

**Szponzorok bevonása a CSR
aktivitásokba**

7. Marketing tevékenységek időzítése 2024-ben

2023 JAN

DEC



7. Marketing aktivitás javaslat (2023 Q4 - 2024)

AKTIVITÁSOK	2023					2024									
	OKT	NOV	DEC	JAN	FEB	MAR	APR	MAJ	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEC
KIEMELT ESEMÉNYEK (EB, OB)					Ergo Ob		Eb			Ob					
HAZAI VERSENYEK	Folyamatos (kevésbé intenzív)					Folyamatos									
NEMZETKÖZI VERSENYEK								Folyamatos							
EGYÉB ESEMÉNYEK (szakmai fórumok, sportági kitelepülés, egyetemi sportnap, közgyűlés, stb.)	Folyamatos														
MARKETING FÓKUSZ (fő prioritások, nem kizárólagos)	Közösségépítés, szórakoztatás, motiválás: kevésbé intenzív versenyidőszakot megtölteni izgalmas népszerűsítő és közösségépítő közösségi aktivitásokkal Szakmai tartalmak megosztása az edzők részére Szakmai partnerek, szponzor kapcsolatok építése, Eb szponzorszerzés (pl. találkozók, karácsonyi ajándék)			Ergo Ob felvezetés Eb felvezető kommunikációs kampány (pl. challenge) Motiváció, közösségépítés (vizreszállásig)		Eb felvezető kommunikáció Toborzás (utánpótlás, felnőtt és egyetemista sportolók körében is)		Eb utókom-munikáció (Csónak-házi nyílt nap) Tudósítás: hazai-és nemzetközi versenyek		Ob felvezető kommunikáció Tudósítás: hazai-és nemzetközi versenyek (közösségépítés: közös verseny nézés)		Tudó-sítás: hazai-és nemzet-közi versenyek	Toborzás (utánpótlás, felnőtt és egyetemista sportolók körében is)	Közösségépítés, szórakoztatás, motiválás: kevésbé intenzív versenyidőszakot megtölteni izgalmas népszerűsítő és közösségépítő közösségi aktivitásokkal Szakmai tartalmak megosztása az edzők részére Szakmai partnerek, szponzor kapcsolatok építése (pl. találkozók, karácsonyi ajándék)	

- Új honlap élesítése / 2023. november – december
- Marketing javaslat elfogadása / 2023. Nov.
- Marketing- és kommunikációs tevékenységekhez kapcsolódó felelősségi körök kijelölése (külső- és belső operatív megvalósítás és támogatói szerepkör kijelölése, utánkövetés módjának meghatározása) / 2023. December – 2024. Január
- Marketing terv részletes kidolgozása / 2023. November
 - Az éves aktivitási naptár részletes feltöltése és tematikai na
 - Az év kiemelt eseményeinek meghatározása: időpontok, kommunikációs szempontok, helyszíni aktivitások, stb. (Ergo Ob, Európa-bajnokság, Országos bajnokság)
- Összehangolás az EB kommunikációjával / folyamatos
- Tematikai naptár elkészítése / 2023. Dec.
- Szükségletek meghatározása / 2023. November – 2024. December



MAGYAR EVEZŐS SZÖVETSÉG

Köszönöm a figyelmet!