



Beszámoló

Marketing és Pr Bizottság 2011. évi munkájáról

A Bizottság tagjai:

Zsömle Balázs
Szántó Éva NSSZ-MESZ
Vasvári Ferenc NUSI kommunikációs vezető
Bán Mercédesz UP Hungary Kft. Pr-Marketing cég
Viski Sándor Duna Televízió
Kecse-Nagy Sándor KNS Kommunikáció

A Bizottság feladatai

1. A sportág marketing tervének kidolgozása, megvalósításának koordinálása és karbantartása. Az **evezés, mint BRAND** építése. Az evezős sportot minél több helyen, minél szélesebb körben ismertetni kell.
2. Javaslattétel, illetve véleményezés az elnökség részére:
 - a marketing, pr, és kommunikációs ügyekkel összefüggő kérdésekben,
 - a Szövetség marketing, pr és kommunikációs feladatai kialakítására és végrehajtására,
 - a marketing célok érvényre juttatására a sportág szabályzataiban, verseny-rendszerében, minősítési rendszerében.
 - mindazokban a kérdésekben, melyekre az elnökség vagy az elnök felkéri.
3. Kapcsolattartás és szoros együttműködés más bizottságokkal.

Elvégzett feladatok

- **Vasvári Ferenc** sajtófőnök alkalmazásával több, mint 30 esemény, 60 sajtóközlemény és közel 1000 megjelenést realizáltunk 2010-ben, ezzel hozzájárulva az evezés, mint sport, illetve evezős sportolóink népszerűsítéséhez. Soha ennyi megjelenése nem volt eddig a Magyar Evezésnek. Elsősorban az online kommunikációs csatornákat használtuk, de offline alapon is jelentek meg cikket. Kiemelkedőbb médiumok, amelyek átvették cikkeinket a nemzetisport.hu, index.hu, mob.hu, telesport.hu, ...stb., illetve offline médiumok, mint például Nemzeti Sport, Demokrata, Over magazin. Ezeken a helyeken kívül pedig még megannyi hír szólt az evezésről a helyi médiumokban, amit a klubok maguk szerveznek. Természetesen ezek a hírek a szövetség oldalán mindig megtekinthetőek. (mellékelve az eddig megjelent írások)
- Ehhez szorosan kapcsolódik, hogy megkezdtük a **sajtó-kapcsolati adatbázis** felépítését
- 2011-ben sikerült azt elérni, hogy **a költségvetésben külön sorral szerepeljen a marketing**. Nem csak ad-hoc dolgokra szánunk pénzt, hanem egy tudatosan felépített marketing tervet dolgozunk ki, amit az elnökség elé tárunk.
- A 2009-ben megújításra került a **Magyar Evezős Szövetség weboldala** a www.hunrowing.hu, 2010. Január 1. és december 31. között közel 50ezer egyedi látogató, több, mint 182ezer látogatás, több, mit 725ezer oldalletöltést mértünk 95 országból. Legnépszerűbb oldalak a főoldal, a fórum/evezés menüpont, valamint a versenyek. Ezen oldalakat keresték legtöbbször a felhasználók.



- Az **evezős társadalom belső kommunikációjának** szerves részévé vált a weboldal. Itt megtalálható minden fontos dolog az erzsébeti pályázatról, illetve pályázatok menüpontot alakítottunk, ahol elsősorban evezősöket preferálunk, ezzel is összetartva a közösséget.
- A Közösségi, úgynevezett Social Web oldalakban rejlő lehetőségeket a MESZ is elkezdte kiaknázni. Jelen pillanatban 988 ismerőse van a MESZ-nek a legnépszerűbb közösségi oldalon a **Facebookon**, és ez a szám napról napra növekszik. Ezen az oldalon híreket, felhívásokat teszünk közzé, amit nem csak evezősök, hanem azok ismerősei és barátai is látnak, ezzel bővítve a további megjelenéseket.
- A **Youtube.com/hunrowing** videómegosztó weboldalon folyamatosan kerülnek fel a magyar evezéssel kapcsolatos kisfilmek. Ergo ob, egy-egy verseny, vagy edzés videója tekinthető meg itt, valamint felkerült a NUSI-val együttműködve elkészült Evezés Módszertana szakmai útmutató. Terveink között szerepel, hogy erre az oldalra a későbbiekben minél több az evezésről szóló film felkerüljön, hiszen a Google kereső oldal után ez a második legnépszerűbb kereső oldal a világon. Percenként 32 óra videót töltenek ide fel.
- Elkezdtük a Magyar Evezés **saját arculatát** kiépíteni, hogy a Magyar Evezés, mint Brand belekerüljön a köztudatba. Egyre több helyen használjuk ezt a design-t. Ezen arculat alapján elkészítettünk 2 nagy méretű molinót, amelyet a MESZ saját rendezésű eseményei mellett a klubok is elkérhetnek versenyekre.

A bizottság további feladatai:

A marketing bizottság fő irányvonalai a közeljövőben:

1. További elektronikus megjelenések (E-marketing) - nagyobb hangsúly a szélesebb köre és alacsonyabb ára miatt
2. Arculati kézikönyv kialakítása az egységes megjelenés érdekében
3. Kiadványok, leporellók, filmek - készítés és terjesztés
4. Kiállítások, roadshow-k - amint beköszönt a jó idő, nagyobb rendezvények (lásd: Balaton átevezés, stb...) kísérő rendezvényei lehetünk.
5. Hirdetések, reklámok - közösen a kommunikációval meg kell vizsgálni melyek azok a lehetőségek, amelyeket „ki kell használni”
6. PR, újságírói tanulmányutak - közösen a kommunikációval generált megjelenést biztosít a médiában
7. Előkészületben van egy megállapodás Magyar Televízió sportszerkesztőségével az evezős versenyek kép megjelenítésével kapcsolatban.

Budapest, 2011. március 31.

Zsömle Balázs

Magyar Evezős Szövetség