

# FK JABLONEC

CASESTUDY 2014–2016

# ÚVOD

V létě 2014 došlo v FK Jablonec k velkým změnám. Klub přišel s novou sportovní filozofií, výrazně posilnil hráčský kádr a rozhodl se věnovat více pozornosti svým fanouškům.

Agentura 2Score byla oslovena, aby vybudovala základy klubového marketingu a komunikace.

# HLAVNÍ CÍLE

Cílem klubu bylo dělat marketing profesionálně, efektivně a dlouhodobě budovat fanouškovskou základnu.

## Cíle:

- Vytvořit kvalitní interní marketingový tým.
- Vybudovat silný klubový brand.
- Budovat pozitivní image klubu v regionu.
- Dlouhodobě zvyšovat návštěvnost utkání.
- Zvyšovat příjmy generované fanoušky.

# PŘEKÁŽKY

## S jakými problémy se klub potýkal?

- Absence mladé generace fanoušků.
- Obecně nízký zájem o fotbal v Jablonci.
- Špatná kvalita služeb pro fanoušky na stadionu i mimo něj.
- Slabé pouto mezi hráči a fanoušky.
- Velká regionální konkurence – Slovan Liberec
- Rozporuplný vztah veřejnosti k majiteli klubu.

# HLAVNÍ PILÍŘE

Na základě detailní analýzy jsme stanovili 3 strategické principy pro dlouhodobé fungování marketingu klubu:

- Je potřeba budovat povědomí o klubu mezi obyvateli Jablonce a okolí.
- Nabídnout fanouškům na stadionu skvělý servis a nové zážitky.
- Zapojit klub i hráče do života města a regionu.



# REALIZOVANÉ AKTIVITY

# INTERNÍ NASTAVENÍ

- Vytvořili jsme marketingový tým doplněný o specialisty 2Score a kvalitní externisty.
- Zavedli jsme pravidelné klubové porady.
- Pomohli jsme zaměstnancům ztotožnit se s novými hodnotami klubu.

# POVĚDOMÍ O KLUBU A KOMUNIKACE

Snažili jsme se, aby současný i potenciální zákazník měl klub a jeho komunikaci neustále na očích.

## O co jsme se zasloužili?

- Moderní vizuální identita
- Budování komunikačních nástrojů (*nový web vč. mobilní verze a komunikace na sociálních sítích*)
- Kvalitní content s důrazem na videoobsah
- PR & média
- Zápasové kampaně a propagace permanentek (*billboardy, plakáty, letáky, radio, streetcall, direct marketing, promotým, taxi, žákovské knížky*)
- Výročí 70 let (*vizuální identita, kampaň, event včetně koncertů, výstavy artefaktů, utkání legend a ohňostroje, 100stránková publikace, DVD, unikátní merchandising a založení Klubu legend*)



# TICKETING

Určili jsme novou ticketingovou strategii a nastavili jsme věrnostní programy.

## O co jsme se zasloužili?

- Systém výhod pro permanentkáře – dárky a servis (*sms se sestavou, hodnocení od trenéra do emailu, sedačka se jmenovkou*)
- Cenová strategie a zvýhodnění věrných permanentkářů
- Nové produkty – rodinný sektor, vstupné pro ženy a děti
- Založení Dětského fanklubu – obsahuje vstup na stadion, hodnotné dárky, výhody, soutěže a akce

# FAN EXPERIENCE

Pozitivní zážitek z návštěvy stadionu a utkání je základem pro to, aby se zákazník vracel zpět. A klub s ním mohl budovat vztah.

## Co jsme připravili a realizovali?

- Fanzóna pro děti i dospělé
- Nadstandardní servis pro fanoušky (*roznos piva, welcome drink, ...*)
- Atraktivní bulletin zdarma
- Bohatý doprovodný program (*moderátor, produkce LED obrazovky, rozhovory, autogramiády, hudba, soutěže*)
- Nový maskot
- Speciální tématické zápasy (*Podještědské derby, Víkend otců, Jablonec hasičům, Zápas pro děti, Rozlučka se sezónou, Vánoční besídka, Valentýn, Duel rivalů*)

# MERCHANDISING

Efektivní využití merchandisingu zajistilo klubu vyšší příjmy do klubové pokladny a pomáhalo s identifikací fanoušků s klubem.

## O co jsme se zasloužili?

- Vybudování prodejních kanálů (*návrh a přestavba fanshopu, nový eshop, prodej v Kauflandu*)
- Nové kolekce a produkty (*kolekce Jablonec, historické produkty, DVD,...*)
- Komunikace a podpora prodeje suvenýrů
- Zlepšení zákaznického servisu
- Nastavení cenové politiky

# ZAPOJENÍ DO KOMUNITY

Ambicí kluby bylo stát se nejdůležitějším reprezentantem města a regionu.

## Co jsme realizovali?

- Návštěvy škol s hráči
- Akce pro děti na Střelnici (*Den otevřených dveří, Nábor*)
- Spolupráce s Jizerskými horami (*Úklid Jizerek, Soví noc, maskot*)
- Klubový magazín zdarma
- Charitativní akce
- Zapojení do projektu Kopeme za fotbal a Zelený život
- Vánoční akce v divadle
- Projekt Jablonec hasičům
- Výročí 70 let klubu



# VYHODNOCENÍ AKTIVIT



POČET **+74 %**  
PERMANENTEK



FANOUŠCI  
NA FACEBOOKU  
**+110 %**



TRŽBY ZA  
VSTUPENKY  
**+73 %**



TRŽBY VE  
FANSHOPU  
**+133 %**



NÁVTĚVNOST  
WEBU **+44%**

# HODNOCENÍ VEŘEJNOSTI A ODBORNÍKŮ

- Jablonecký deník – Top momenty roku 2015
- SportBiz.cz – Nejlepší tvůrci digitálního obsahu



**FK JABLONEC**

Zelenobíl již druhým rokem vsadil na bohatou komunikaci s hlavním mottem skrývajícím se pod komunikační linkou avyprvnitlní, kterou v roce minulém zdálie doplnil o materiály vycházející z oslav 70 let od založení klubu. Největší contentové počiny jablonce jsou překvapivě offlinové - obsahově nadupaný *stokránkový Časopis a dokumentární film* o historii klubu nabízený na DVD. Nejvirsnějším počinem roku 2015 pak bylo v jablonci bezesporu video, ve kterém začala zlobit další nová marketingová akvizice klubu, *Sovička Jizerka*.

Jizerka v pátečním utkání zlobila

ČÍSLO	JMÉNO	POZICE
1	BRÁNA	BRÁNA
2	BRÁNA	BRÁNA
3	BRÁNA	BRÁNA
4	BRÁNA	BRÁNA
5	BRÁNA	BRÁNA
6	BRÁNA	BRÁNA
7	BRÁNA	BRÁNA
8	BRÁNA	BRÁNA
9	BRÁNA	BRÁNA
10	BRÁNA	BRÁNA
11	BRÁNA	BRÁNA
12	BRÁNA	BRÁNA
13	BRÁNA	BRÁNA
14	BRÁNA	BRÁNA
15	BRÁNA	BRÁNA
16	BRÁNA	BRÁNA
17	BRÁNA	BRÁNA
18	BRÁNA	BRÁNA
19	BRÁNA	BRÁNA
20	BRÁNA	BRÁNA
21	BRÁNA	BRÁNA
22	BRÁNA	BRÁNA
23	BRÁNA	BRÁNA
24	BRÁNA	BRÁNA
25	BRÁNA	BRÁNA
26	BRÁNA	BRÁNA
27	BRÁNA	BRÁNA
28	BRÁNA	BRÁNA
29	BRÁNA	BRÁNA
30	BRÁNA	BRÁNA
31	BRÁNA	BRÁNA
32	BRÁNA	BRÁNA
33	BRÁNA	BRÁNA
34	BRÁNA	BRÁNA
35	BRÁNA	BRÁNA
36	BRÁNA	BRÁNA
37	BRÁNA	BRÁNA
38	BRÁNA	BRÁNA
39	BRÁNA	BRÁNA
40	BRÁNA	BRÁNA
41	BRÁNA	BRÁNA
42	BRÁNA	BRÁNA
43	BRÁNA	BRÁNA
44	BRÁNA	BRÁNA
45	BRÁNA	BRÁNA
46	BRÁNA	BRÁNA
47	BRÁNA	BRÁNA
48	BRÁNA	BRÁNA
49	BRÁNA	BRÁNA
50	BRÁNA	BRÁNA



# SPOKOJENOST FANOUŠKŮ



# REAKCE FANOUŠKŮ



**Tomáš Mecner** Další velikánska změna k lepšímu. Je vidět že jsme v Jablonci začaly dělat fotbal na 100%.

**hans86** | Cerhovice

29.11.2014, 14:01

HUSTYYYYYYYYYYYYYYYYYYYYYYYYYYYYY gratulece všem kdo stojí za probuzením webu a nejenom toho ale celej klub teď vypadá jako by tu fakt někdo budoval něco většího než je třeba sparta jen tak dál



**Libor Kocman** to jsou neskutečný změny letos



Už se mi to nelíbí · [Odpovědět](#) · 8 · 3 srpen v 19:39



**Jirka Chlum** Doufám, že se úroveň bude držet celý rok. Jak nějaký informace tak videa atd. 😊

[To se mi líbí](#) · [Odpovědět](#) · 25 červenec v 17:13

**Tomáš2** | 25.07.2014 16:04:15

Tak musím říct, že se klub opravdu snaží dostat lidi na stadion, předzápasové rozhovory, dresy, šály, skvělý kanál na Youtube atd.. Prostě to, co tu dlouho tak straně chybělo. O to víc mrzí, že je fotbal ve stejný den jako fourcross na Dobré vodě. Co vím,

# INFORMOVANOST

**96 %**

respondentů má informace o termínu konání zápasů.

**86 %**

fanoušků zve přátelé a členy rodiny na fotbal.

# VÝHODY PERMANENTKÁŘŮ

NEJPOPULÁRNĚJŠÍ

1,34



**Sleva na  
další rok**

1,56



**SMS  
sestava**

1,94



**Email  
trenéra**

(známkování jako ve škole)

# SERVIS PRO FANOUŠKY

## NEJPOPULÁRNĚJŠÍ VÝHODY

1,43



**Bulletin  
zdarma**

1,79



**Welcome  
drink**

1,9



**Akce ve  
fanshopu**

(známkování jako ve škole)

# NOVINKY NEJOBĹIBENĚJŠÍ

1,41



**Nový  
web**

1,59



**Videa**

1,61



**Moderní  
identita**

(známkování jako ve škole)

# KONTAKT



---

Kamil Veselý

tel.: +420 734 640 680  
e-mail: [kamil.vesely@2score.cz](mailto:kamil.vesely@2score.cz)