

العوامل المؤثرة على التسويق الرياضي

1. النظام السياسي والاقتصادي بالدولة
2. الديانات والعادات والتقاليد والأعراف
3. نوعية الرياضة وشعبيتها
4. الاهتمام الاعلامي بالرياضة
5. التقدم التكنولوجي والحراك الاجتماعي
6. الموروث الثقافي

أساليب التسويق الرياضي

هي مجموعة الأنشطة المختلفة التي يمكن تطبيقها باستخدام المجالات الرياضية والبطولات والدورات والمنافسات المحلية والدولية والقارية والاولمبية في التسويق الرياضي

وتتعدد وفقا لما يلي

- 1 تسويق حقوق الدعاية والإعلان
- 2 التسويق التلفزيوني
- 3 تسويق البطولات والمباريات
- 4 تسويق اللاعبين
- 5 تسويق المنشآت الرياضية والاجتماعية
- 6 تسويق الخدمات الاجتماعية

1 - تسويق حقوق الدعاية والإعلان

التعاقد مع شركات الملابس الرياضية مقابل الدعاية لها

استخدام صور وأسماء وأرقام اللاعبين

بيع حقوق استغلال العلامة التجارية للمنظمة
أعداد أفلام وصور عن المؤسسة
المؤتمرات الصحفية لإبراز أهم المشروعات
الصحف والقنوات التليفزيونية الخاصة
شعارات وأعلام المؤسسة

2- التسويق التليفزيوني

- وضع شروط تعاقدية للتغطية التليفزيونية
- احتكار حقوق بث الاحداث الرياضية
- عقد اتفاقيات مع المؤسسات الاعلامية للدعاية للبطولات والاحداث الرياضية بالمؤسسة
- الاهتمام بتوقيت الاعلان، وقت الذروة، وكثافة المشاهدة
- التعاقد مع المهتمين بعمليات، الرعاية الرسميين
- جذب اهتمام المستثمرين الرياضيين وتشجيع الاستثمار الرياضي

3- تسويق البطولات والمباريات

- فتح العديد من منافذ بيع التذاكر مما يبسر على الجماهير
- دعوة كبار المسؤولين مما يحفز الاقبال الجماهيري
- طرح كمية من التذاكر تتناسب مع توقعات الحضور
- تحديد أسعار التذاكر بما يتناسب مع أهمية الحدث الرياضي
- تقديم هدايا تذكارية للفائزين في عمليات السحب على التذاكر
- تسويق حقوق الاعلان للراغبين أثناء إقامة المباراة والحدث

- التعاقد للبلث المباشر أو المسجل للبطولات أو الاحداث
- التعاقد لعقد الندوات أو التحليلات والاحاديث الرياضية المرتبطة

4 - تسويق اللاعبين

- تشكيل لجنة متخصصة لعمليات أحتراف اللاعبين
- جذب إهتمام الرعاية لتبنى أحد الفرق او اللاعبين
- التامين على اللاعبين ضد الاصابات أو الحوادث
- الاهتمام ببناء قاعدة جيدة من الناشئين فى مختلف الالعاب
- تشجيع ورعاية المواهب الرياضية بالمؤسسة
- الاهتمام بدعم العلاقات مع الوكلاء الرسميين لعمليات الاحتراف الداخلى أو الخارجى
- إعداد السجلات الخاصة باللاعبين و سيرهم الذاتية وتسجيلات مبارياتهم ومستوياتهم وتاريخهم الرياضى

5- تسويق منشآت المؤسسة

- تأجير ملاعب وصالات المؤسسة فى غير أوقات الاستخدام
- تأجير حمامات السباحة وصالات اللياقة البدنية والساونا
- تاجير أو بيع المحال التجارية و إستخدام أسوار المؤسسة
- تطوير المطاعم والكافتيريات و إسنادها للمستثمرين

- تخصيص صالة لتأجيرها للاجتماعات و الحفلات والندوات
- الاهتمام بأنشطة الطفل والاسرة كعامل جذب للمزيد من الرواد والاعضاء

6- تسويق الخدمات بالمؤسسة

- الإهتمام بأنشطة الرحلات والحج والعمرة والمصايف
- اماكن إنتظار السيارات - الحضانة - مكتب لخدمات الاعضاء
- البنك - البريد الشهر العقار-المرور- السينما
- الأنشطة الصيفية والرياضة للجميع ومراكز اللياقة البدنية
- السوق الخير- المعارض المختلفة -الحفلات - سداد الفواتير
- إصدار دليل للمؤسسة منذ إنشائها وتطورها وإنجازاتها
- تسجيل موقع للمؤسسة على شبكة الانترنت

نموذج مقترح لتسويق الرياضة للجميع

المحاور

- 1- أهداف تسويق مشروعات أرياضه للجميع
- 2- الهيكل التنظيمي المقترح
- 3- أساليب التسويق المقترحة
- 4- مجالات العمل المقترحة
- 5- مشكلات تسويق مشروعات أرياضه للجميع

1- أهداف تسويق مشروعات أرياضه للجميع

1- زيادة إعداد الممارسين للرياضة

2- توجيه الرأي العام تجاه أهمية ممارسة أرياضه للجميع

3- العمل على إيجاد راعي رسمي لمشروعات أرياضه للجميع

4- زيادة فرص الاستثمار في مجال الرياضة للجميع

5- إيجاد التمويل المالي وتقليل الاعتماد على التمويل الحكومي

2- الهيكل التنظيمي المقترح

3- 1- يراعى في الهيكل التنظيمي درجة التخصص وتقسيم العمل

4- 2- يراعى في الهيكل التنظيمي تنوع مشروعات الرياضة للجميع

5- 3- يصمم الهيكل التنظيمي على أساس الخدمات التي تقدم للممارسين

6- 4- يجب إن يتوفر في الهيكل التنظيمي في مشروعات الرياضة للجميع مدير التسويق المتخصص

7- 5- يجب إن يتوفر في الهيكل التنظيمي في مشروعات الرياضة إدارة للبحوث والمعلومات

3- 1-ساليب التسويق المقترحة

1- الاهتمام بالدعاية بالصفحات الرياضة في الصحف والمجلات

2- عمل دعاية خلال النقل التلفزيوني والإذاعي للإحداث الرياضية

3- عرض منتجات الشركات الراعية على جمهور الممارسين

4- وضع دعاية على ملابس الممارسين لمشروعات الرياضة للجميع

5-رعاية الشركات للخدمات الترويحية (الأدوات-الملابس-لأجهزة)

وتقديمها بأسعار مخفضة للممارسين

6- عقد مؤتمر صحفي للإعلان عن رعاية الشركات لمشروعات الرياضة للجميع

4- مجالات العمل المقترحة

- 1- تسويق اللقاءات الرياضية القمية بالأندية
- 2- استخدام الملاعب والصالات الرياضية نظير مقابل مادي
- 3- استخدام مراكز اللياقة والترويح والصحة بمقابل مادي
- 4- انتاج شرائط صوتية وفيديو تباع في الأسواق تتضمن معلومات ومفاهيم مشروعات الرياضة للجميع
- 5- إعداد مكاتب استشارية تقدم المعونة المادية والإدارية والقانونية

5- مشكلات تسويق مشروعات الرياضة للجميع

- 1- عدم وضع الرياضة للجميع كمجال من مجالات الاستثمار ضمن الخطة الاستثمارية
- 2- عدم مواكبة قوانين الهيئات الرياضية مع أساسيات ونظم التسويق المعاصر
- 3- ندرة التجارب التي سبق تطبيقها في مجال التسويق الرياضي
- 4- عدم وجود تكتلات اقتصادية (مجموعة شركات) للعمل في مجال الرياضة للجميع
- 5- عدم قناعة رجال المال الأعمال بالاستثمار في مجال الرياضة للجميع

خصائص التسويق الرياضي

- 1- تزامن الإنتاج و الاستهلاك
- 2- المستهلكون أيضا منتجين
- 3- تزامن المنافسة والتعاون
- 4- التنبؤ
- 5- تنوع المستهلك
- 6- تنوع المنافس
- 7- إمكانيات كبيرة تضاف - على التكاليف
- 8- الإيرادات
- 9- خطورة وسائل الأعلام
- 10- التحديات الإدارية