

České vysoké učení technické v Praze

Masarykův ústav vyšších studií

Optimalizace komunikační strategie profesionálního fotbalového klubu

Optimization of the Communication Strategy of a Professional Football Club

Autor: Bc. Martin Černošlák
Studijní program: Projektové řízení inovací
Vedoucí práce: Ing. Mgr. Tomáš Sadílek, Ph.D.
Pracoviště: Masarykův ústav vyšších studií ČVUT v Praze, institut manažerských studií
Akademický rok: 2023/2024



MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE



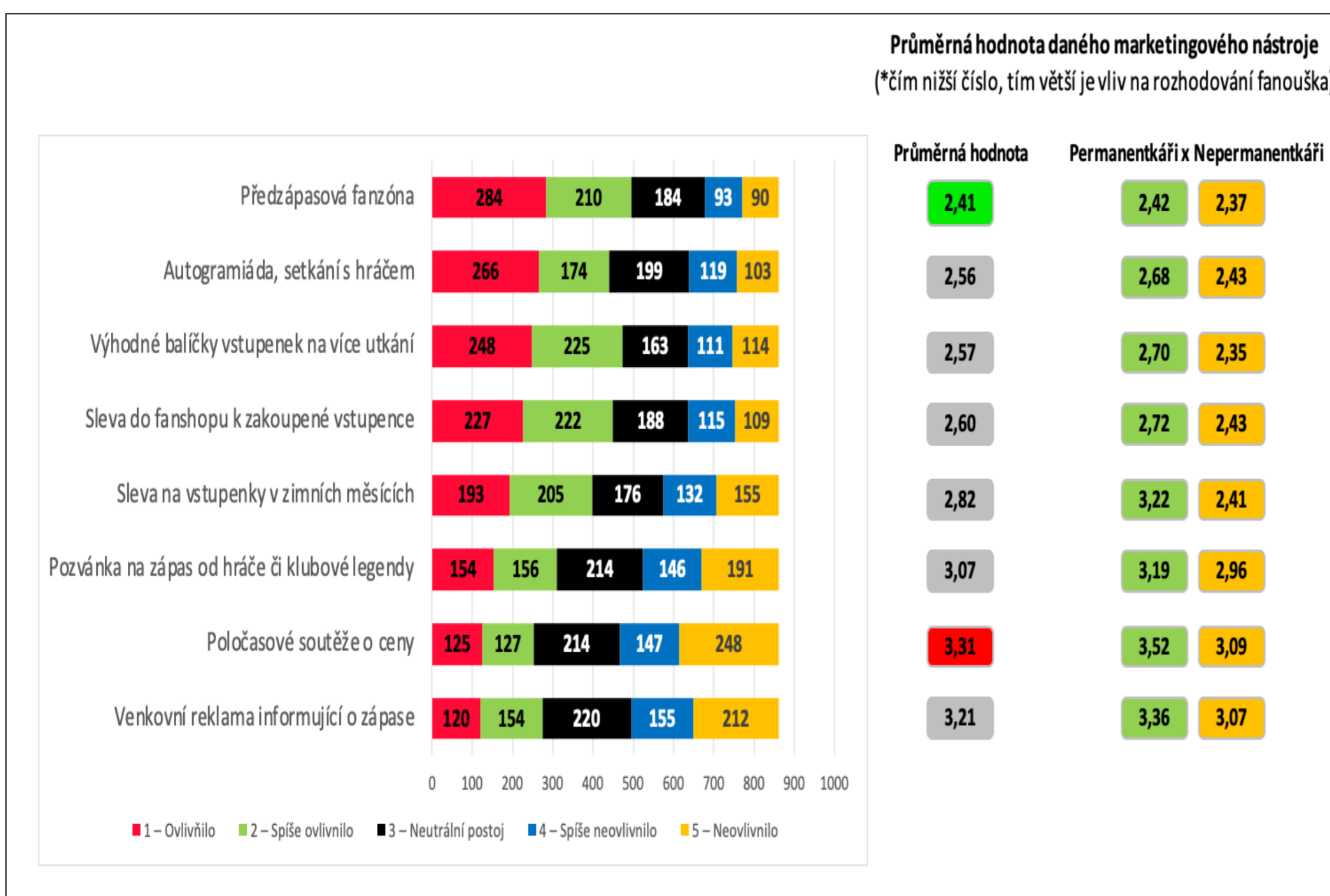
Abstrakt

Cílem této diplomové práce bylo navrhnout inovativní komunikační strategii pro vybraný profesionální fotbalový klub, která bude zvyšovat angažovanost fanoušků a pomáhat generovat příjmy pro sportovní organizaci. Metodami hloubkového rozhovoru a komparativní analýzy byly identifikovány nedostatky v aktuální klubové komunikaci, konkrétně netransparentnost komunikace vedení klubu, malá snaha o zvýšení angažovanosti fanoušků a budování dobrých vztahů s nimi, nedostatečná propagace domácích zápasů či aktivita v oblasti CSR. Následně provedené dotazníkové šetření mezi fanoušky týmů z Fortuna Ligy zase přineslo řadu zajímavých poznatků o jejich rozhodovacím procesu, vlivu marketingových aktivit klubů či preferencích fanoušků ohledně obsahu na sociálních sítích. Jedním z výsledků tohoto šetření bylo zjištění, že marketingové aktivity fotbalových klubů mají větší vliv na fanoušky bez permanentní vstupenky. K účasti na zápase je nejvíce dokáží přesvědčit předzápasové fanzóny, autogramiády a setkání s hráči, ale také podpora prodeje ve formě výhodných balíčků vstupenek na více utkání nebo sleva na vstupenky v zimních měsících. Nebylo prokázáno, že by nástroje event marketingu ovlivňovaly rozhodování fanoušků více než podpora prodeje. Výsledky výzkumu také ukázaly, že počet navštívených zápasů v rámci jedné sezony do jisté míry závisí na angažovanosti fanouška na sociálních sítích. Všechny zjištěné informace byly závěrem aplikovány pro vytvoření návrhu komunikační strategie vybraného fotbalového klubu.

Abstract

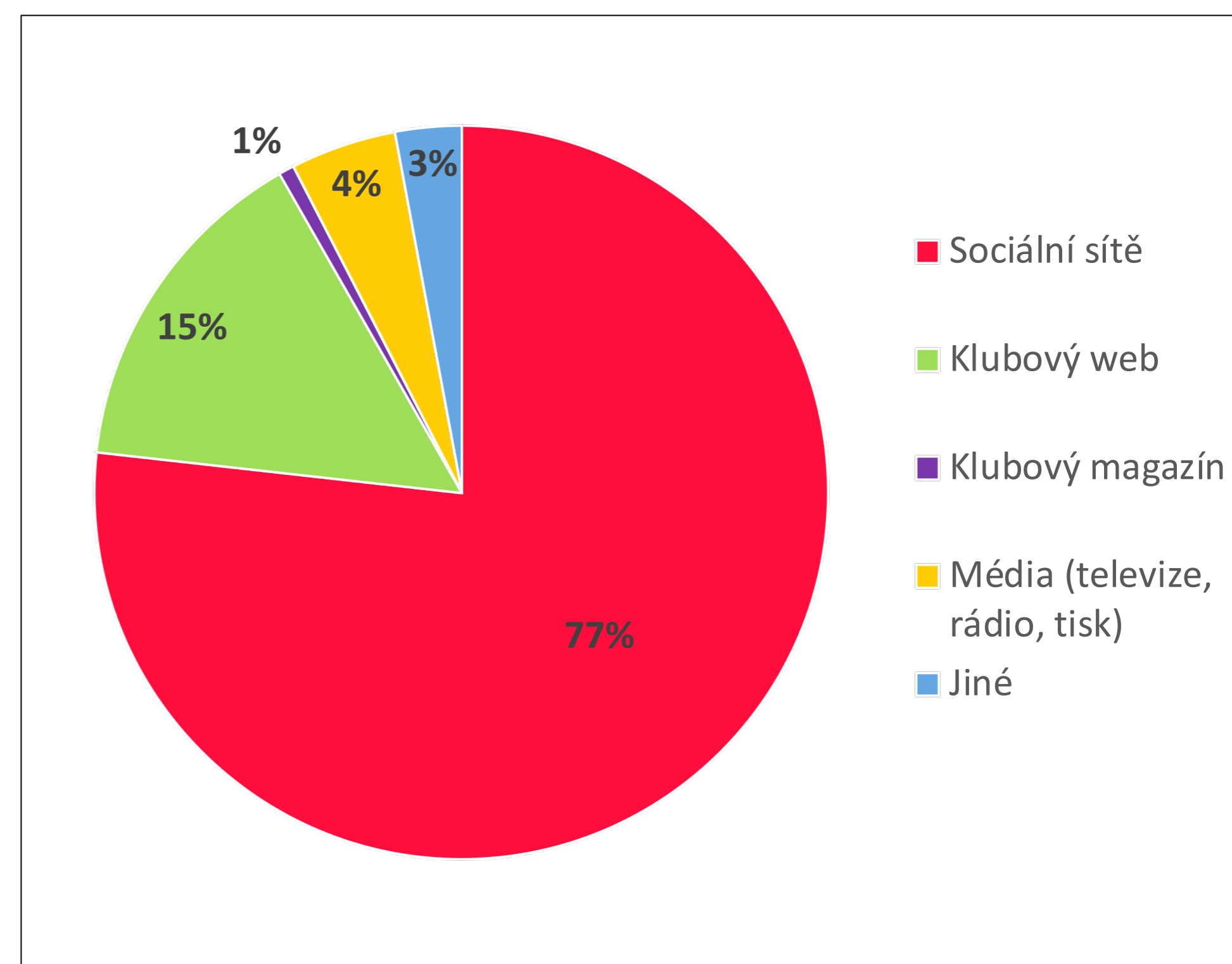
The aim of this diploma thesis was to design an innovative communication strategy for a selected professional football club that will increase fan engagement and help generate revenue for the sports organization. The methods of in-depth interview and comparative analysis were used to identify gaps in the current club communication, namely the lack of transparency in the club management communication, little effort to increase fan engagement and build good relationships with fans, insufficient promotion of home games or CSR activity. A subsequent questionnaire survey among fans of Fortuna Liga teams in turn provided a number of interesting insights into their decision-making process, the influence of clubs' marketing activities or fans' preferences regarding social media content. One of the results of the questionnaire survey was the finding that the marketing activities of football clubs have a greater impact on fans without season tickets. Pre-match fanzones, autograph sessions and meetings with players, as well as sales promotion in the form of discounted ticket packages for multiple matches or discounted tickets during the winter months are most able to convince them to attend a match. Event marketing tools have not been shown to influence fans decision-making more than sales promotion. The results also showed that the number of games attended within a season depends on fan engagement on social media. All the information was finally applied to create a proposal for the communication strategy of the selected football club.

Vliv marketingových nástrojů na rozhodování fanouška



Zdroj: Vlastní zpracování, 2024

Hlavní zdroj informací fanoušků o jejich oblíbeném klubu



Zdroj: Vlastní zpracování, 2024

Vybrané návrhy pro optimalizaci marketingové komunikace klubu

Beseda vedení klubu s fanoušky	Klubový Černobílý podcast
Využití venkovní reklamy	Video formát Dynamo pod drobnohledem
Předzápasové fanzóny	Intenzivnější propagace zápasů na soc. sítích
Výhodné balíčky vstupenek	Získávání zpětné vazby od fanoušků

Kompletní výsledky dotazníkového šetření

