

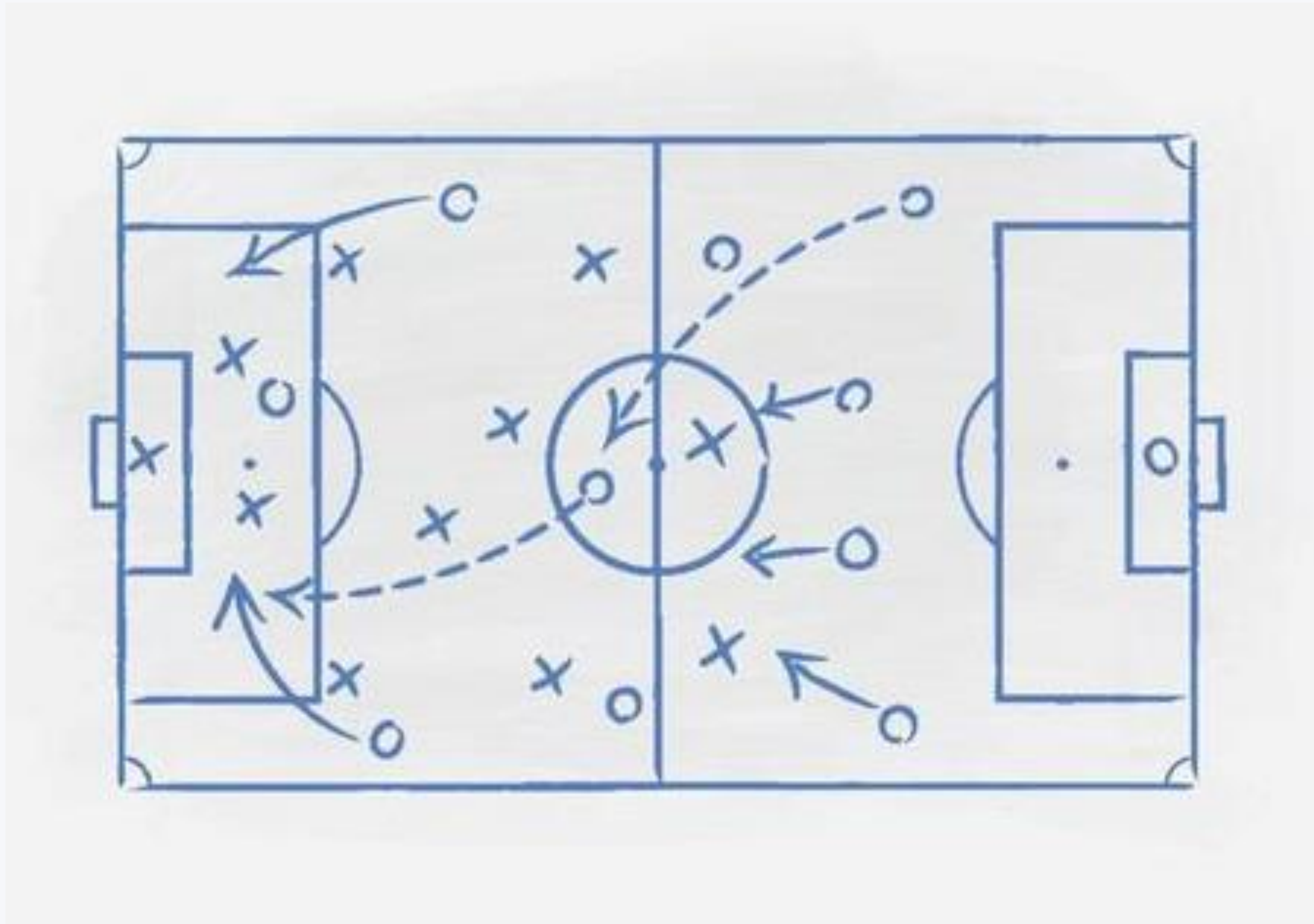
SPORT MARKETING IS A SHEET OF...



Jak rozpocząć ?



Tytułowy „Sheet” jako nasz arkusz działania



Ekosystem wzajemnych powiązań

4



PORZADEK



ŁAD



HARMONIA



EKOSYSTEM

Strzelamy do jednej bramki



Marketing sportowy – szersza perspektywa

6



Marketing sportowy – szersza perspektywa

7



Dzisiaj czasami wygląda to tak:

8



Popełniane błędy

- krótkofalowość prowadzonych działań, czasami nawet działania adhoc
- sponsoring nie poparty dodatkowa komunikacją
- źle dobrany produkt do grupy, z którą chcemy się komunikować
- pomimo dobrego produktu źle dobrany komunikat reklamowy
- mała świadomość marketerów jak racjonalnie mogą wykorzystać marketing sportowy w swojej komunikacji
co może powodować duże rozbieżności podczas realizacji projektu
- brak odpowiedniego serwisu ze strony sponsorowanych, może prowadzić do zachwiania wiarygodności produktu
- zachowawcze aktywacje



Case study Super Mecz

LECHIA GDAŃSK vs. FC BARCELONA

Case study Super Mecz

11



Case study Super Mecz

12



Case study Super Mecz

13





UEFA EURO 2012



Kampanie sponsorów

UEFA Euro 2012

15



CARLSBERG



BANK PEKAO



KIA



Mc DONALD's



COCA COLA



CASTROL

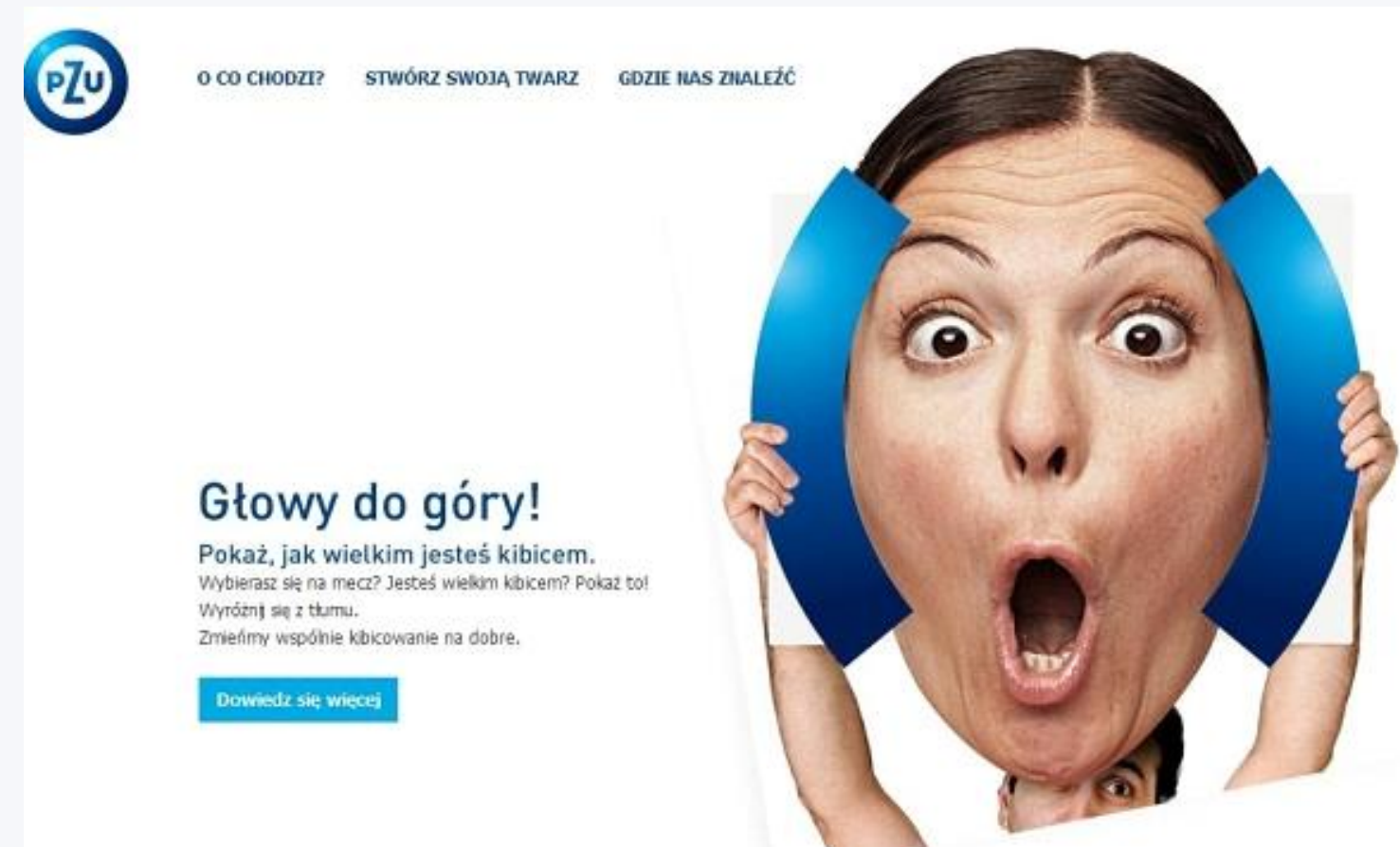
Kampanie ambushowe

UEFA Euro 2012

16



TYSKIE



PZU



Woj.. MAŁOPOLSKIE



MEDIA MARKT



EURO RTV AGD



ING Bank

Kampanie ambushowe

UEFA Euro 2012

17



WŁATCY MÓCH



PAROC



ZOZOLE



TIK TAC



PIZZA HUT



GOPLANA

Kampanie ambushowe

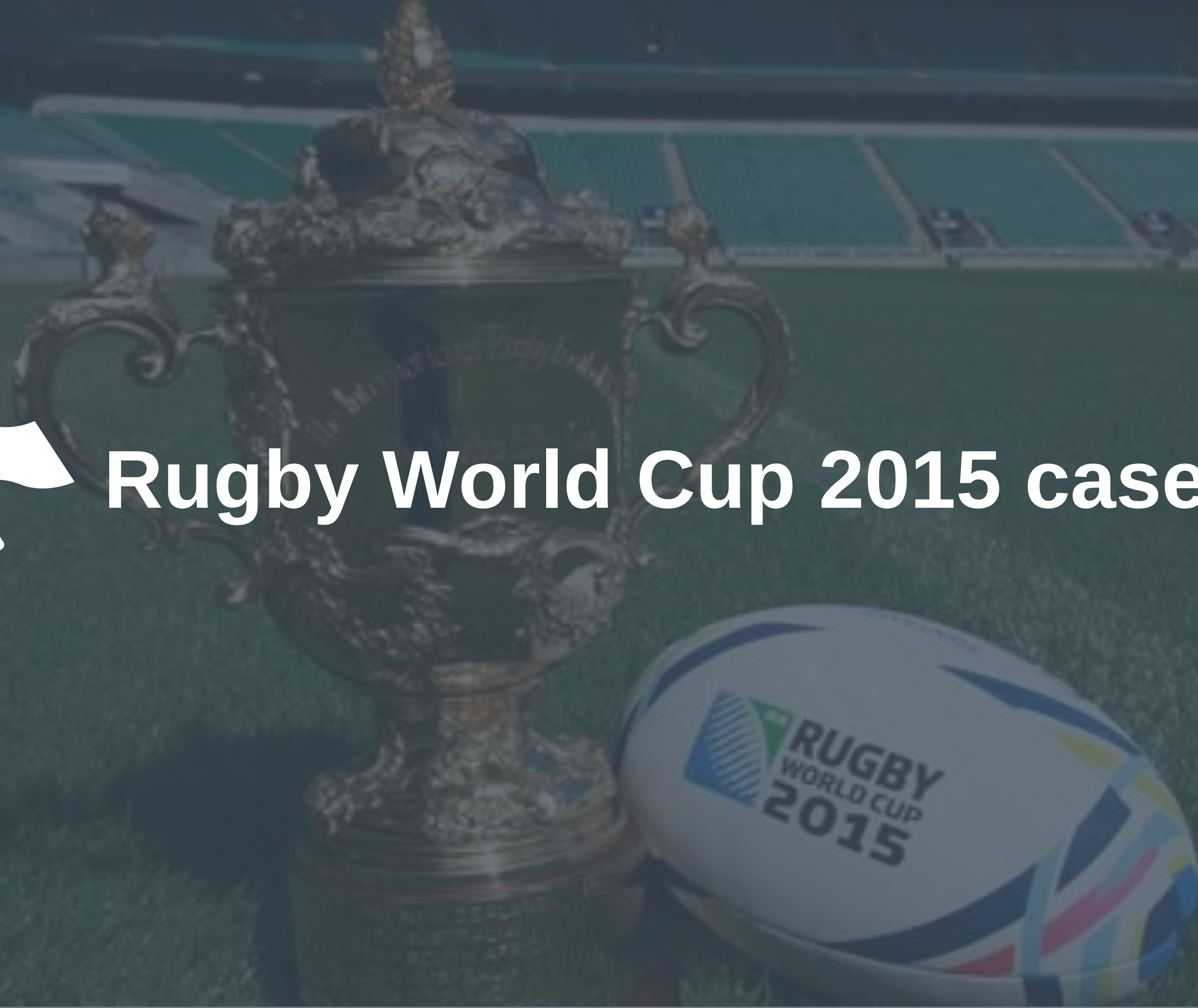
UEFA Euro 2012

18





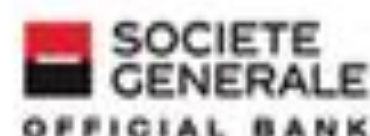
Rugby World Cup 2015 case study



Sponsorzy oficjalni

20

WORLDWIDE PARTNERS



OFFICIAL SPONSORS



TOURNAMENT SUPPLIERS



Kampanie sponsorów

RUGBY WORLD CUP 2015

21



MASTER CARD



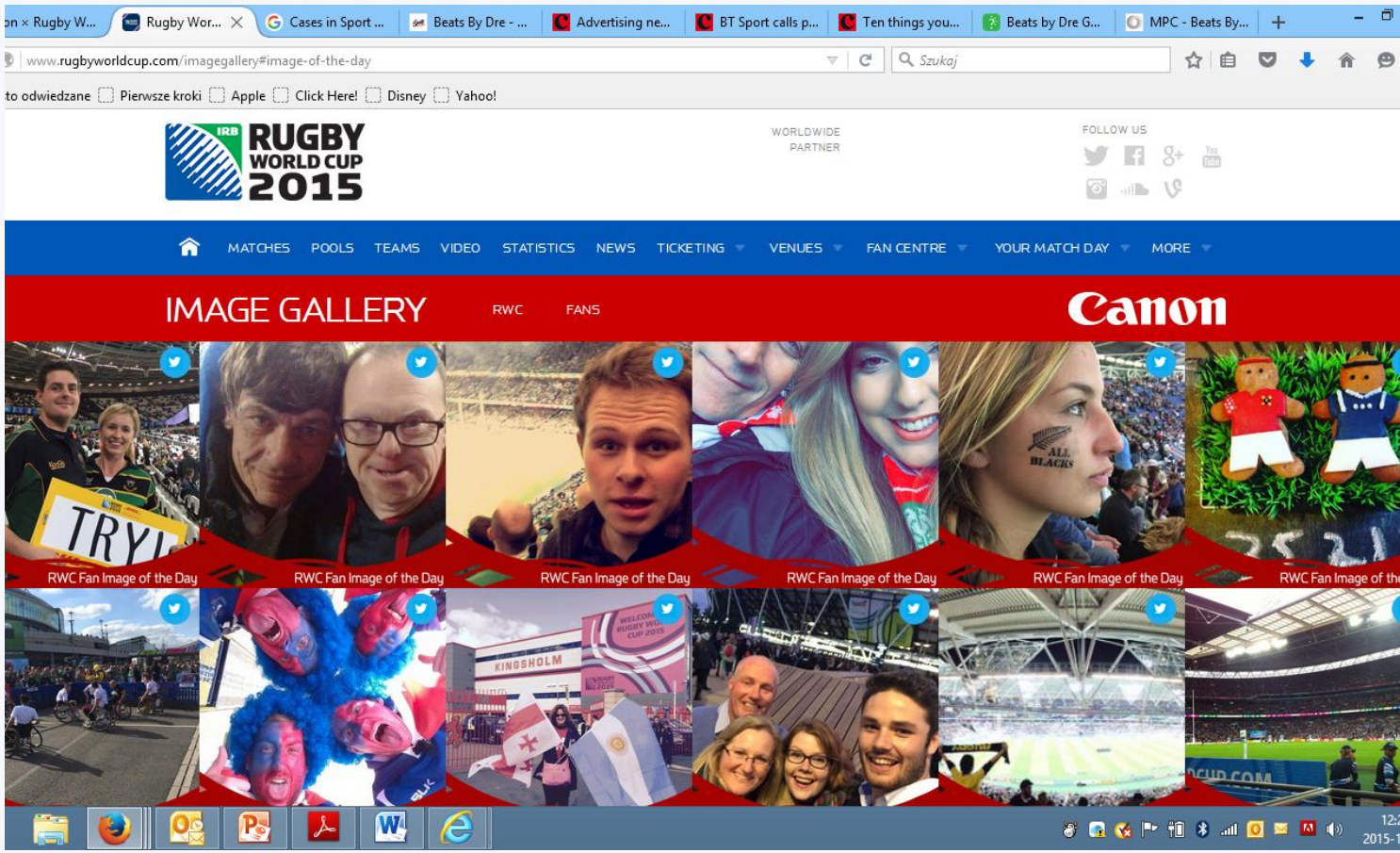
LAND ROVER



COCA COLA



DHL



CANON



SOCIAL GENERAL

Kampanie ambushowe

RUGBY WORLD CUP 2015

22

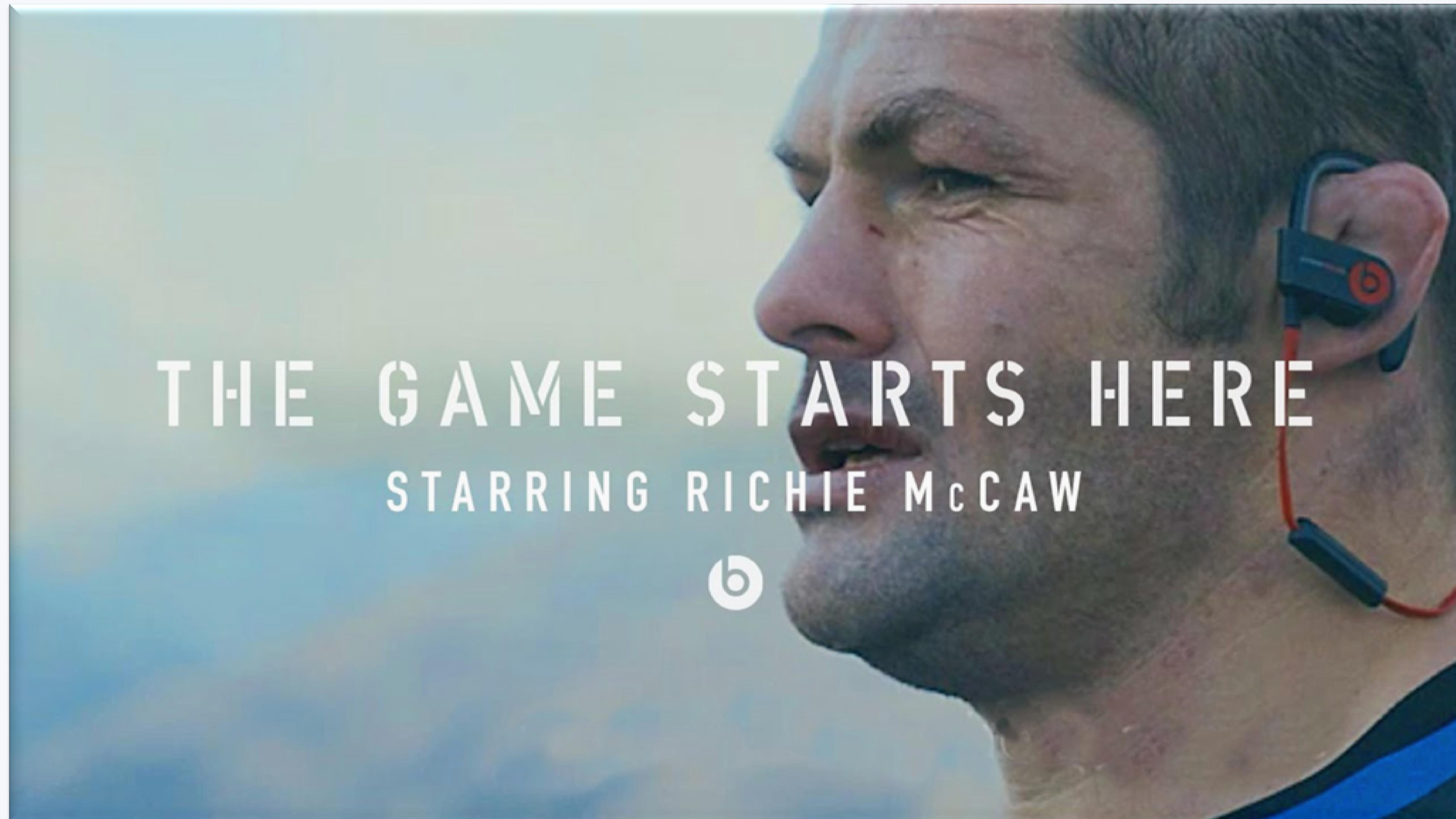


THE GAME STARTS HERE
CHRIS ROBSHOW, RICHIE MCCAOW, WESLEY FOFANA

Kampanie ambushowe

RUGBY WORLD CUP 2015

23



Kampanie ambushowe

RUGBY WORLD CUP 2015

24



We stand proud. We stand strong





KTO, CZY CO ?

Robert Lewandowski



Które produkty sprzeda Robert Lewandowski

27

Huawei czy Modecom



Które produkty sprzeda Robert Lewandowski

Huawei czy Modecom

28





DZIĘKUJĘ BARDZO ZA UWAGĘ



O Feelmotion

31



Feelmotion jest agencja marketingową, która powstała z połączenia agencji wchodzących w skład grupy PSP, której głównym członem była agencja marketingu sportowego Polish Sport Promotion działająca na rynku od 2002 roku. Agencja jest również członkiem ESA (European Sponsorship Association).

Case studies

32



FIS Puchar Świata w Skokach Narciarskich



ISU Mistrzostwa Europy w Łyżwiarstwie Figurowym



FIBA Mistrzostwa Europy w Koszykówce Mężczyzn



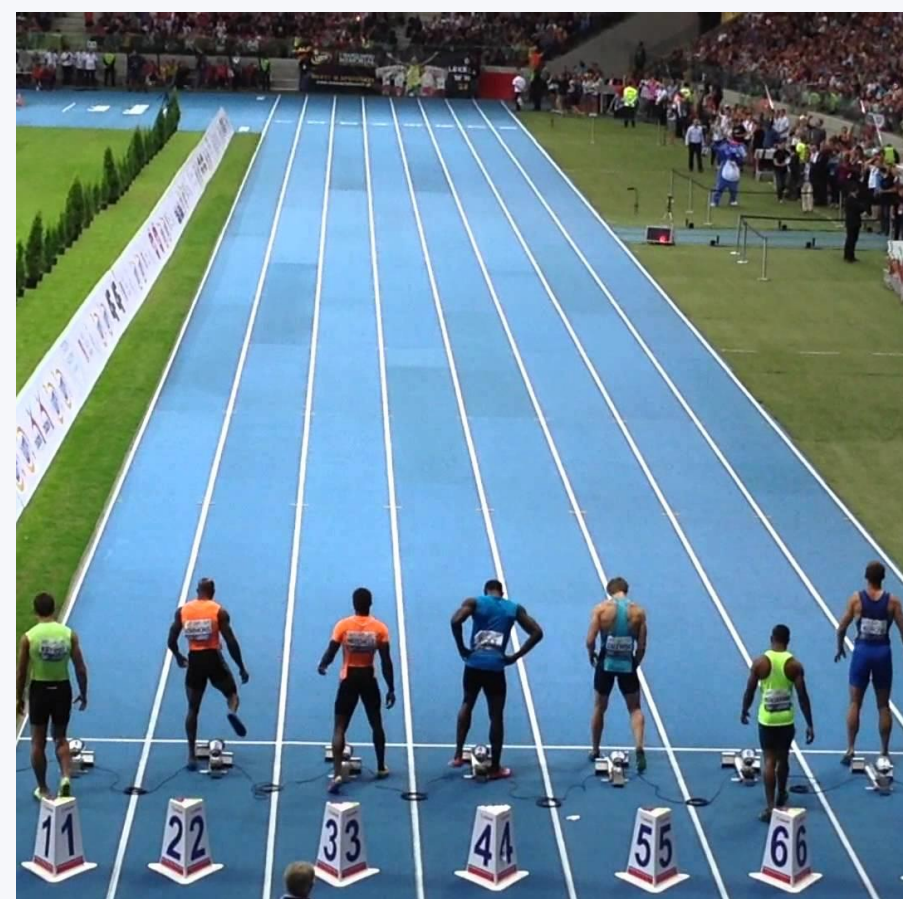
UEFA Euro 2012



Case studies



Super Mecz



Memoriał Kamili Skolimowskiej



FIS Croos-Country World Cup Szklarska Poręba



FIM SuperEnduro World Championship 2012



KONTAKT

34

feelmotion

Tomasz Rachwał

E-mail: tomek.rachwal@feelmotion.eu

