

## *Plan Marketingowy Polskiego Związku Piłki Nożnej (roczny).*

### **I Wstęp.**

Celem Polskiego Związku Piłki Nożnej, jest doskonalenie gry w piłkę nożną, oraz jej promowanie, regulowanie i kontrolowanie na terytorium Polski, z uwzględnieniem zasad fair play, oraz jej wartości integracyjnych, edukacyjnych, kulturalnych i humanitarnych, za pomocą programów rozwojowych oraz programów opracowywanych dla młodych zawodników. Organizowanie rozgrywek piłki nożnej, we wszystkich jej postaciach na poziomie krajowym. Opracowywanie reguł i przepisów dotyczących piłki nożnej oraz ich przestrzegania. Ochrona interesów członków związku, oraz przestrzeganie statutów, przepisów, wytycznych i decyzji FIFA, UEFA. Pełnienie roli gospodarza rozgrywek na poziomie międzynarodowym, oraz na różnych poziomach krajowych. Zarabianie między innymi na biletach z meczy, oraz wyprodukowanych gadżetach pt. „Świecące Gwiazdy piłkarskiej gorączki”, przez dotarcie do największej liczby kibiców.

**II Sytuacja rynkowa.** W związku z dużym zainteresowaniem piłką nożną i dużą ilością kibiców, na rynku pojawiła się seria gadżetów zaprojektowanych i wyprodukowanych na zlecenie Polskiego Związku Piłki Nożnej, pt. „Świecące Gwiazdy piłkarskiej gorączki”. Jako niezbędni: juniora kibica, kibica, oraz seniora kibica. Gadżety adresowane są do wszystkich kibiców Polskiej Reprezentacji, w wieku od 3 do 99 lat. **W skład wszystkich serii gadżetów wchodzi** komplet rękawic: jedna biała, druga czerwona, ze świecącymi oblamówkami białe czerwonych światełek led, z których szybko można ułożyć flagę, w cenie: 15 zł. Zaś dodatkowo w skład **Niezbędnika juniora wchodzi:** balon w kształcie postaci piłkarza, w czapce i stroju reprezentacji Polski, w cenie: 8 zł, a także trąbka w barwach narodowych, w cenie: 12 zł. Zaś w skład **Niezbędnika kibica wchodzi** koszulka z wizerunkiem piłkarza (do wyboru,) świecące w ciemności z autografami gwiazd piłkarskich, w cenie: 30 zł; oraz szalik lub bluza w barwach narodowych z wizerunkiem piłkarza (do wyboru) stworzonego z wielu migoczących żaróweczek led. Szalik w cenie: 15 zł, bluza 25 zł. Zaś w skład **Niezbędnika seniora kibica wchodzi** trąbka w barwach narodowych, w cenie: 12 zł, oraz laska z regulowaną długością od 0,80 m. do 1,30 m. w kolorze białe czerwonym. Z czerwonym światełkiem led, na końcu i białym na początku, w cenie 10 zł. Produkty służą kibicowaniu Polskiej Reprezentacji, można używać ich na stadionach, w domach i podwórzu. Ponadto używanie świecących gadżetów poprawia bezpieczeństwo w szczególności pieszych kibiców poruszających się w ciemnościach. Możliwe jest zakupienie jednego wybranego produktu z każdej z serii w cenie niższej o 30% niż przy zakupie całej serii. Zakup jednej serii produktów, z gadżetów serii „Świecące Gwiazdy piłkarskiej gorączki” upoważnia do zakupu pojedynczych produktów w cenach takich jak w zestawie (po okazaniu paragonu). Zakup jednego Niezbędnika juniora, kibica, lub seniora, upoważnia do zniżki 50 %, na zakup kolejnego niezbędnika kibica (do wyboru: młodego lub dorosłego, po okazaniu paragonu). Zakup biletu na mecz polskiej reprezentacji, upoważnia do zniżki 10 % na zakup jednej serii gadżetów z serii „Świecące Gwiazdy piłkarskiej gorączki”. Gadżety „Świecące Gwiazdy piłkarskiej gorączki”, można nabyć we wszystkich Klubach Piłkarskich na terytorium POLSKI, w hipermarketach (na działach sportowych i strefy kibica), w miejskich strefach kibica, w sklepach internetowych Klubów Piłkarskich, oraz w sklepach z odzieżą sportową, więcej informacji na: [www.swiecagwiazda.pl](http://www.swiecagwiazda.pl).

**III Analiza SWOT:** **Silnymi stronami** PZPN jest zapal piłkarzy, determinacja i zdolności sportowe zawodników, oraz olbrzymia ilość wiernych kibiców. **Słabą stroną** organizacji jest, zbyt mała ilość boisk i hal sportowych, w szczególności w małych klubach piłkarskich na terenie Polski. **Szanse** PZPN w realizacji celów, oceniam na bardzo duże w szczególności, iż punkt 1 silnych stron, czyli zdolność, determinacja i zapal zawodników oraz ilość wiernych kibiców są naprawdę olbrzymia. Ponadto struktura kompleksów sportowych, jest selektywnie zwiększana, zaś trenerzy są bardziej wyszkoleni, przez co gra zawodników w piłkę nożną jest, co raz to na wyższym poziomie. **Zagrożenia** nie pozyskanie dostatecznych środków finansowych i braku strategicznych sponsorów, oraz gorsze wyniki sportowe reprezentacji, przez pojawienie się, nowych lepszych zawodników innych krajów.

**IV Strategia marketingowa.** Zasadniczą częścią strategii marketingowej jest pozyskanie sponsorów przez bezpośrednie, listowne zwrócenie się do największych firm z branży sportowej i nie tylko (z pominięciem firm działających na niekorzyść zdrowia np. branża tytoniowa czy spirytusowa) z propozycją współpracy, jako sponsorzy. Z przedstawieniem warunków oferty i pozytywnych skutków współpracy obu stron. Ponadto przez umieszczeniem informacji w prasie, radiu i telewizji, oraz portalach internetowych o poszukiwaniu sponsorów, jako pośrednie pozyskiwanie sponsorów. Kolejną częścią strategii marketingowej to kampania reklamowa produktu, to przede wszystkim stworzenie i rozwieszenie plakatów i rozkolportowanie ulotek (plakat i ulotka zamieszczone w etapie I prezentacji produktu). Ponadto reklama produktu w prasie, radiu i telewizji oraz portalach internetowych i bilbordach wraz z czytelną informacją o zorganizowanych sparingach sportowców polskiej reprezentacji połączonych z pokazami produktu. Ważne jest, aby każda reklama zawierała nie tylko opis produktu, ale także informację o miejscach, gdzie można nabyć produkt, w przystępnej cenie, ze specjalnymi zachęcającymi zniżkami, oraz poinformowanie o stronie internetowej: [www.swiecaagwiaza.pl](http://www.swiecaagwiaza.pl), i zamówieniach przyjmowanych codziennie od 8 do 18 pod numerem telefonu: +48 666 666 666. Zorganizowanie licznych sparingów z zawodnikami, będą doskonałą formą, zapoznania się kibiców z pełną ofertą gadżetów. Niezbędna jest też, ekspozycja produktów w Klubach Piłkarskich, na terytorium POLSKI, oraz stworzenie ładnego estetycznego opakowania zabezpieczającego produkt przed zniszczeniem i zachęcającego do kupna. Opakowanie z "przezroczystym okienkiem w kształcie bramki" uwidaczniającym integralną część produktu.

#### V Budżet:

Lp.	Rodzaj kosztów:	Liczba jednostek:	Cena jednostkowa :	Łączny koszt:	Uwagi:
1.	Wyjazd, reprezentacji Polski, na mistrzostwa EURO 2016 we Francji, (zgodnie z kosztorysem).	1.	531 386 zł.	531 386 zł.	Ewentualne zmniejszenie ilości dni wyjazdu zmniejszą koszty
2.	Wynajęcie stadionu do Sparingów zawodników wraz z kibicami zainteresowanymi produktami z serii "Świecące Gwiazdy piłkarskiej gorączki" i bilbordów reklamowych.	14.	25 000 zł.	350 000 zł.	Przy wynajęciu jednego stadionu na okres ponad 3 dni rabat w wysokości 30%.
3.	Wyprodukowanie gadżetów Serii junior Serii kibica, Serii senior.	200 000, 300 000, 200 000,	17,50 zł, 35 zł, 18,50 zł.	3 500 000 zł, 10 500 000zł, 3 700 000 zł.	Przy produkcji ponad 10 000 szt. 20 % rabat.
4.	Kampanii reklamowej w: Telewizji, Prasie, Radiu, Internecie.	10, 100, 100, 1000.	10 000 zł, 200 zł, 50 zł, 10 zł.	100 000 zł, 20 000 zł, 5 000 zł, 10 000 zł.	Przy spocie tv, ponad 10 sekund 10 % rabat. Ponad 100 jednostek w Internecie rabat 20%.
5.	Wydruk: ulotek, plakatów, kolportaż ulotek, rozwieszenie plakatów	100 000, 10 000, 100 000, 10 000.	0,01 zł, 0,10 zł, 0,03 zł, 1 zł.	1 000 zł, 1 000 zł, 3 000 zł, 10 000 zł.	Przy rozwieszeniu plakatów ponad 1000 rabat 10%.
6.	Kontrakty: zawodników, Trenerów, oraz roczne wynagrodzenia ekipy reprezentacji.	1.	9989 000 zł.	9 989 000 zł.	Możliwość premii za osiągnięcia zawodników.
7.	Całoroczne wynajęcie kompleksu sportowego (boisko, hala sportowa) wraz wyposażeniem i napojami.	1.	300 000 zł	300 000 zł.	Przy wynajęciu na okres minimum 6 miesięcy 30 % rabat.
8.	Organizacja meczów krajowych.	25.	15 000 zł.	375 000 zł.	Firma "Sport" rabat 15 %.
9.	Organizacja spotkań i narad.	42.	5 000 zł.	210 000 zł.	Firma "Prestiż" rabat 24%.
10.	Organizacja konferencji.	12.	1 000 zł.	12 000 zł.	Firma "Prestiż"rabat 24 %.
11.	Kompletna odzież sportowa	40.	2 000 zł.	80 000 zł.	10% rabat przy zakupach
12.	Organizacja treningów z młodzieżą	24.	2 000 zł.	48 000 zł.	Firma "Sport" rabat 10 %
13.	Materiały instruktorskie Selekcjonera.	300.	50 zł.	15 000 zł.	Ilość może ulec zmianie.
14.	Materiały papiernicze i techniczne.	1.	16 000 zł.	16 000 zł.	Firma "Kleks" rabat 15 %.
15.	Materiały instruktorskie trenerów.	1500.	50 zł.	75 000 zł.	Ilość może ulec zmianie.
16.	Roczny wynajem autokaru z obsługą.	1.	50 000 zł.	50 000 zł.	Odliczane postoje - 100zł.
17.	Czynny wypoczynek wraz z basenem.	1920.	920 zł.	1 766 400 zł.	Ilość może ulec zmianie.
	Razem:			31 667 786 zł.	

Plan marketingowy wykonała Kinga Weronika Dudko studentka Ekonomicznego Uniwersytetu w Białymstoku.