

# VODNÉ PÓLO

## MARKETINGOVÝ PLÁN

Prvá zmienka o loptovej hre vo vode je z roku 1840. Hráči pri nej sedeli obkročmo na sudoch a loptu sa do bránky snažili dostať za pomoci pádla. Podobnosť tejto hry s konským pólom mala za následok, že táto hra dostala meno „Vodné pólo“.

Prvé pravidlá boli spísané približne v roku 1870. V rokoch 1880 až 1888 získalo vodné pólo súčasnú podobu. Vodné pólo je najdlhšie hraným kolektívnym športom na OH.

Prvýkrát sa objavilo na olympiáde v Paríži, v roku 1900.

zdroj: WIKIPEDIA

Mojím cieľom je vytvoriť vďaka vhodnému obsahovému a digitálnemu marketingu povedomie o tomto športe.

Jednotlivými krokmi šíriť myšlienku rovnosti športov . Poukázať na skutočnosť, že aj vodné pólo si zaslúži rovnakú popularitu verejnosti, či podporu rôznych organizácií rovnako, ako iné športy na Slovensku.

Poskytnúť mu samostatný priestor na svoju prezentáciu, zviditeľnenie sa a edukatívnym spôsobom prispievať k hodnote a sile značky „VODNÉ PÓLO“.

## CIEĽ PROJEKTU

## MARKETINGOVÉ ZNALOSTI a SKÚSENOSTI

Petra  
Nagyová

BLOGGERKA, REDAKTORKA, PR , SPRÁVA SOC.SIETÍ  
- spravovanie soc.sietí pre kliniku ENVY ( FB, IG,)  
- príprava článkov pre médiá, editovanie textov, príprava scenárov pre videoprodukciiu, spravovanie YOUTUBE kanálu kliniky  
- redaktorka ENVY magazínu  
- spravovanie webu envymagazin.sk  
- písanie blogov pre Envymagazín  
- správa soc.sietí obchod ECOTERRA  
- konzultantka spravovania soc.sietí

IDEAMAHER, INSTAGRAMEKA  
-založenie a rozbehnutie už niekoľkoročného projektu secondsanca, správa IG siete obchodu, vytvorenie kamennej prevádzky projektu.

ONLINE COPYWRITING A KOMUNIKÁCIA NA SOC. SIEŤACH /  
agentúra Promiseo

Marketingový pracovník v neziskovej organizácii  
DORKA BAGS, n.o.

1) Vytvorenie funkčného webu, ktorý by zastrešoval všetky kluby a vodnopólové aktivity na Slovensku.

2) Uviest' „VODNÉ PÓLO“ ako značku, vytvorit' mu vlastný „brand“.

3) Spustiť digitálnu kampaň sekcie vodného póla.

4) Podporiť a zastrešiť projekty sekcie vodného póla.

5) Sekcia vodného póla ako ambasádor reprezentácie Slovenska.

HLAVNÉ  
ÚLOHY  
PROJEKTU

Webová stránka je akýmsi online ekvivalentom nielen úspešného biznisu, ale aj budovania vzťahov.

Vhodný, nový web sekcie vodného póla (prepojený s webom Slovenskej Plaveckej Federácie) by vytvoril možnosť zastrešenia jednotlivých klubov a ich aktivít.

Stal by sa funkčným miestom pre získavanie informácií o vodnom póle.

Perfektný dizajn a nové logo sú súčasťou kvalitnej, firemnej identity.

Webová stránka taktiež poskytuje možnosť pre umiestnenie reklamy a spolupráce so sponzormi.

Dynamický web navyše dokáže príjemne kooperovať so Slovenskou Plaveckou Federáciou.

## 1) WEBOVÁ STRÁNKA

*vodné pólo*

## 2) ZNAČKA „BRAND“

Kvalitná značka ( BRAND) zvyšuje predaj.

Kvalitná značka pomáha vytvárať povedomie.

Kvalitná značka prináša záujem.

Všetky tieto tri aspekty napomôžu šíriť povedomie o vodnom póle.

Vytvorenie hmatateľného ( predajného) produktu je nielen pridanou hodnotou pre podporovateľov vodného póla na Slovensku, ale aj kreatívnou možnosťou zviditeľnenia sa.

### 3) DIGITÁLNA KAMPAŇ

Po vytvorení (a spustení) FB profilu a IG profilu, je najdôležitejšie získať relevantných sledovateľov teda (followers) .

Vhodne zvolená digitálna kampaň vie obsiahnuť oba smery a šíriť tak povedomie o tomto športe. Edukovať sledovateľov a poskytovať im aktuálne informácie.

WATERPOLO

Podpora projektov sekcie vodného póla (turnaje, zápasy, prednášky, atď. ) významne napomáha v budovaní značky. Vytvára priestor na osobný kontakt. Poskytuje zároveň okamžitú a relevantnú spätnú väzbu. Navyše je výborným miestom na odprezentovanie rôznych sponzorských aktivít.

### 4) PODPORA

Úlohou ambasádora je viditeľné spojenie so značkou, prípadne organizáciou. V tomto prípade, REPREZENTÁCIU SLOVENSKA vo vodnom póle.

Ambasádor( sekcia vodného póla), poskytuje zázemie, zdieľa spoločnú filozofiu a informuje o aktivitách. Je významným spojtkom medzi širokou verejnosťou a danou organizáciou.

## 5) AMBASÁDOR

Spomínané úlohy a ciele sú zatiaľ len základným a predbežným návrhom, ako čo najjednoduchšie optimalizovať už zabehnuté procesy. Poukazujú na možnosť vytvorenia jednoduchých krokov ďalšieho marketingového fungovania sekcie vodného póla.

Práve niekoľkokrát spomínané povedomie, ktoré je jedným z hlavných cieľov, prináša záujem jednotlivcov, ale aj firiem, organizácií, ktoré môžu finančne podporiť a obohatiť rozpočet pre tento šport na Slovensku.

**Ak chceme  
dosiahnuť veľké  
veci, musíme nielen  
konať, ale aj snívať.  
Nielen plánovať, ale  
aj veriť.**

*Anatole France*