

Poznatky z mezinárodní konference

**LEADERS**

The Sport  
**Business**  
Summit

8. - 9. říjen 2019

## Obsah:

- ▶ **Juve: Budoucnost evropského fotbalu**
- ▶ **NFL: maximalizování kvality centralizovaným digitálním ekosystémem**
- ▶ **(Co)laboratory: nakopněte svůj obsah**
- ▶ **Zvýšení prodeje prémiových služeb Cleveland Cavaliers pomocí 3D Digital Venue**
- ▶ **Globální dosah & inovace ve fotbale - SSC Napoli & Amazon Partnership**
- ▶ **Challenger Clubs: Boj o impakt**

# Juve: Budoucnost evropského fotbalu



**Andrea Agnelli**

**Juventus, chairman**

## Klíčová hesla:

### Jak vypadá budoucnost evropského fotbalu?

**Nový business model a ekonomika top evropského fotbalu.**

**Dynamika rozdělení moci mezi UEFA, FIFA a top kluby.**

- velká čtyřka evropských lig (Anglie, Itálie, Německo, Španělsko) ovládá téměř 50% trhu
- tuto pozici si vlastně nevypracovali, je to v podstatě “štěstí” - velký stát, tradice, dobrá ekonomika, tato “nadvláda” není pro fotbal dobrá
- za poslední dekádu nastal obrovský ekonomický růst - merchandising, nové stadiony, atd.
- ekonomické nůžky mezi velkými a menšími ligami resp. týmy se rozvírají - úkolem je tento trend zastavit a potlačit

## Juve: Budoucnost evropského fotbalu

Cíle:

- v roce 2024 končí hrací stávající kalendář, v roce 2022 musí být znám nový plán, nová strategie
- zaměřit se na generaci Z - již nyní sledujeme chování této generace
  - už to není o soupeření sousedních klubů nebo sportů ve městě, hlavním “rivalem” je esport atd.
    - jednoznačně musíme podporovat sport obecně
- vtáhnout menší hráče (týmy, ligy) do hry
  - nyní lze vlastně s velkou přesností predikovat kdo postoupí ze skupiny ligy mistrů, to je špatně, lidé mají ve sportu rádi nepředvídatelnost výsledku, nejistotu
  - vybudovat komerční systém, který neznevýhodňuje “malé” kluby/ligy
- pokračovat v symbióze národních lig a Champions league

## Amerika uzavřený systém vs. Evropa otevřený systém

- chceme nadále využívat výhody evropského systému
- navázat vytvořením stabilního systému pro všechny
- stále neochraňovat systém, který už vlastně není funkční a platný
- začít spolupracovat společně, velcí hráči, leadeři, musí budovat společně produkt, v současné době si každý hraje na svém “písečku”
- vytvořit podmínky klubům, které mají ambice růst
- uvědomění klubů, že ženský sport má obrovský potenciál, aktivně tento potenciál rozvíjet

# NFL: maximalizování kvality centralizovaným digitálním ekosystémem

**George Scott - více president, generální manažer Club Media Group, NFL**

**Andrea Marini - prezident Deltatre Amerika**

## **Klíčová hesla:**

**Nový model digitálního vlastnictví týmů NFL**

**Příležitosti a výzvy při pokračování strategie “mobile first”**

**Bližší přiblížení příběhů pomáhá více vtáhnout fanoušky NFL do dění, a tím zvýšil zisky z digitální reklamy**

**NFL vytvořilo centralizovaný digitální systém, který dává všem 32 týmům skvělou příležitost zvýšit počet online diváků/fanoušků**

## **Klíčové body, které vedli k vytvoření funkčního systému**

- je velice důležité, aby všichni viděli “stejný film”, který tvoří, toto je absolutně esenciální pro spolupráci
- je potřeba nastavit standardizované prostředí - efektivita práce
- testovací subjekty jsou reálné dva týmy, které dodávají konstantní zpětnou vazbu přímo z praxe - zajištění tvorby systému, který odpovídá reálným požadavkům
- společný systém využívá silné stránky klubů, toto je výhoda mít systém pod “jednou střechou”
- je výhodné mít společný systém, ale volnost individualizace layoutu, grafické podoby dle požadavků klubů

## (Co)laboratory: nakopněte svůj obsah



**Jaymee Messler, spolumajitelka (Co)laboratory**



**Michael Smith, vice president, ředitel obsahové stránky (Co)laboratory**

### **Klíčová hesla:**

**Jaké příběhy doopravdy rezonují fanouškovskou komunitou?**

**Porozumění způsobu tvorby sportovních dokumentů**

**Nalezení pravého partnera pro projekt**

**Budoucnost obsahu vytvářeného sportovci**

## (Co)laboratory: nakopněte svůj obsah

**Kvalita sportovního obsahu v průběhu let rostla mimořádně, protože stále více platforem začíná distribuovat sportovní programy. Je nezbytné dát dohromady dva nezbytné aspekty, špičkovou úroveň tvorby obsahu (produkce) a příběh, který má tu správnou jiskru, aby zaujal publikum.**

- je potřeba poskytnout službu, která umožní sportovcům realizovat resp. prezentovat. své příběhy v obsahu který je uvěřitelný
- spojuje s nejlepšími producenty, kameramany atd.
- dělají news na denní bázi
- pomáhají vybudovat brand jako osobní tak týmový
- web stránky se stávají mrtvé resp. použitelné pouze pro velká jména, slouží pouze jako PR
- jsou dva způsoby jak tvořit, buď producent určí obsah a vytvoří příběh (nepružné, nerealistické) nebo sami hráči dávají své pohledy, příběhy, názory atd. toto zajímá diváky a má to dynamiku
- uvědomit si, že příběhy se také určitým dílem podílí na vývoji prostředí

# Zvýšení prodeje prémiových služeb Cleveland Cavaliers pomocí 3D Digital Venue

**Eric Clouse, vice prezident, prodej & služby, Cleveland Cavaliers**

**Francis Casado, spolumajitel a ředitel obchodního rozvoje 3D Digital Venue – Mobile Media Content**

**Hlubková případová studie zkoumá, jak Cleveland Cavaliers NBA revolucionizoval svůj přístup k prodeji prémiového a pohostinského prostoru v nově přejmenované aréně Rocket Mortgage FieldHouse pomocí interaktivní technologie 3D Digital Venue.**

- modernizace infrastruktury je cesta k možnosti prezentace týmu, organizace, partnerů atd
- fanoušci se musí cítit spjatí s týmem, k tomu napomáhá prostředí
- nová aréna byla opláštněna led světly, to dává možnost “obléci” stadion do “jakéhokoliv” motivu
- led technologie poskytuje variabilitu prostorů
- restaurace v aréně jsou totožné jako ty nejlepší restaurace ve městě, i kuchaři z těchto top restaurací chodí vařit do arény
  - již nestačí fanouškům prodávat párek a hranolky atd.
- návštěva zápasu není již jen o samotném zápase, je to show, je to společenská událost, může to být také rodinná večeře atd., toto vše by měla moderní aréna návštěvníkům poskytnout, aby se cítili již od příjezdu a do konce akce v maximálním komfortu
- s novou arénou byla spuštěna 3D technologie prodeje lístků - fanoušci mají možnost reálně vidět výhled ze svého potenciálního místa, také případně “klubu” do kterého si kupuje vstup

<https://3ddigitalvenue.com/>

<https://pogoseat.com/>





# Globální dosah & inovace ve fotbale - SSC Napoli & Amazon Partnership

**Luigi De Laurentiis, spolumajitel, SSC Napoli**

**Antony Yiannaki, GM UK, Amazon**

Společnost Amazon Retail a Serie A Club SSC Napoli zahájili průkopnickou online maloobchodní platformu. Tento projekt by mohl být dalším krokem ve sportovní maloobchodní revoluci.

- společnost Amazon vytvořila novou platformu, která je svým způsobem unikátní a umožňuje aplikovat nové strategie na poli marketingu
- koncept umožňuje partnerům testovat aniž by podstupoval risk
- lze pružně reagovat na speciální události, např. vítězství v lize, xy gól hráče v kariéře atd.
- systém dovoluje rozšířit portfolio produktů - toto je vnímáno jako esenciální věc
- systém umožňuje personalizovat produkty, tato malosériová produkce není v “normálním” systému možná
- možnost spojení prodeje s informačními službami, to je přesně co fanoušky zajímá
- personalizace umožňuje přes zahraniční hráče komunikovat v jejich domovské zemi - každý stát má svá specifika - systém dovoluje tyto “speciality” produkovat
  - Také oslovovat specifické skupiny, novináře atd.
- lze upravovat produkty pro konkrétní trhy



## Challenger Clubs: Boj o impakt



**Darren Eales, prezident Atlanta United FC**



**Alejandro Irarragorri, předseda Orlegi Sports Santos Laguna**



**Paul Barber, výkonný a místopředseda Brighton & Hove Albion FC**

### Klíčová hesla:

**Zajištění zájmů klubů na úrovni celé ligy**

**Úsilí o úspěch, propagaci ligy při zachování dlouhodobého finančního zdraví klubu/ligy**

**Práce s očekáváním fanoušků**

Vlastnit fotbalový klub, který je mimo zavedené velké ligy, představuje významnou výzvu. V rámci boje o vytváření hodnoty, ovlivňování a budování budoucího úspěchu, majitelé challenger klubů poukazují jak čelí překážkám sezónu po sezóně.

## Challenger Clubs: Boj o impakt

- klub musí svojí činností dlouhodobě vytvářet zisk, toto je závislé na fanoušcích
- kluby musí budovat ligu jako celek, musí to být silný produkt
- potřeba mít na paměti, že každá liga je specifická a má svoje výzvy, které se mohou velice lišit od jiných lig/soutěží
  - nelze prostě kopírovat úspěšné modely
- nebrat současnou situaci tak, že stávající (možná dobré) podmínky se zachovají, např. příjmy z vysílacích práv se mohou ponížít o významnou částku
  - kluby se na tuto situaci musí připravit, v současné době jsou příjmy z vysílacích práv v rozpočtu výrazně největší položkou
    - Obrovskou výzvou je zvýšit příjmy mimo televizní práva, dostat se z jisté “závislosti” na TV právech
- nenechat se ovlivňovat vnějšími vlivy, mít strategii a té se držet, nepanikařit



**LEADERS™**

