

# Frågor och kommentarer till bilderna ”Sportmarknadsföring i praktiken”.

## **Bild 7 – Trampolinmetaforen**

- Hur förpackar vi egentligen upplevelsens tre olika steg? Hur arbetar vi vid varje fas (före, under och efter upplevelsen)?
- Hur skapar vi rätt förväntningar innan besöket?
- Hur förmedlar vi känslor, bilder och minnen av besöket?
- Hur kommunicerar vi med besökaren efteråt? Följer vi upp besöket? Använder vi sociala medier?

## **Bild 8 – Upplevelserummet**

- Hur tänker vi kring upplevelserummet?
- Hur påverkas kunderna av andra besökare? Av vår personal?
- Hur skapar vi en ökad trivsel i hallen eller arenan?

## **Bild 11 – Hur förstärker vi vår upplevelse?**

- Hur ska vi inom curlingsporten skapa en extraordinär upplevelse för medlemmen eller besökaren?
- Vad kan/bör vi förändra i upplevelserummet? I trampolinmetaforens olika faser?

## **Bild 12 – Intressentmodellen och varumärket**

- Hur kommunicerar vi med var och en av våra intressenter? Vad berättar vi för historia? Vet vi alla internt vad vi kommunicerar? Hur enhetlig är berättelsen?
- Vilka intressenter ska vi prioritera först? Hur skapar vi en god relation med dessa?

## **Bild 13 – Samverkan och samarbete**

- Hur ser ni på samarbete över gränserna? Hur skulle curlingen kunna samarbeta med varandra? Med andra idrotter? Gemensam dag med andra OS-idrotter?
- Se exemplet med golfklubbarna i Blekinge: <http://www.golfiblekinge.se/>
- Se exemplet med Idrottsfesten i Landskrona: <http://www.landskronaidrottsfest.com/>

## **Bild 15 – Sponsring**

- Har vi ställt oss följande frågor:
  - 1) Hur ser vår målgrupp ut?
  - 2) Hur kan vi skapa en attraktiv mötesplats genom vår förening?
  - 3) Vilka associationer är intressanta för våra sponsorer att förknippas med i samarbetet med vår förening? Ex: Föredömlig ungdomssektion? Socialt ansvarstagande? Miljöprofil? Starkt lokalt varumärke?
  - 4) Hur talar vi egentligen om vilka värden som företaget får genom oss?
- Motivera och konkretisera era värden till era sponsorer och var lyhörda i vad just den enskilde sponsorn söker.

## **Bild 16 – Exemplet Svenska Skidskytteförbundet och Sveaskog**

- Kan vi liksom Svenska Skidskytteförbundet, genom en sponsor, kunna lösa ett problem tillsammans med en sponsor?
- Hur kan vi göra vår sport mer tillgänglig? Kunna komma ut till köpcentrum och presentera vår sport?

- Kan vi likt Svenska Skidskytteförbundet marknadsföra oss på sommarevent? Lokala eller nationella tävlingar?

#### **Bild 18 – Basket**

- Basketen tänker tillgänglighet, underhållning, livsstil, engagemang från deltagarna och ett nytt koncept. Vad kan vi inom curlingen lära av detta?

#### **Bild 19 – Gymnastik**

- Hur jobbar vi inom curlingen för att kommunicera med vår yngsta målgrupp? Kan vi tänka i nya banor med nya koncept som exempelvis gymnastiken gjort?

#### **Bild 20 – Volleyboll**

- Hur kan vi kombinera lek och tävling? Hur kan vi förenkla sporten så de allra yngsta kommer in i den enklare? Bör vi som volleybollen kunna erbjuda ett nivåreglerat system för att locka in barn att testa på?

#### **Bild 21 – Kvalitetstid i rampljuset?**

- Hur kan vi förstärka upplevelsen för besökaren under OS?
- Kan vi engagera sponsorn lokalt? Anordna seminarium/symposium/temakvällar under OS?
- Se till att använda gratiskanaler som finns (sociala medier). Sprid bilder och händelser via er förening.
- Glöm inte att följa upp och mäta resultat av era satsningar. Utvärdera!