

Informacja prasowa Warszawa, 27 listopada 2015 r.

**„Marketing sportowy w cyfrowym świecie”**

**2016 rok będzie owocować w międzynarodowe wydarzenia sportowe. O tym jak zmienia się perspektywa kibica oraz jaką rolę odgrywać będą marki w sporcie dyskutowano podczas konferencji „Marketing sportowy w cyfrowym świecie”, którą zorganizowała grupa Dentsu Aegis Network Polska i portal sport.pl.**

Zbliżający się rok to rok sportu – EURO w piłce ręcznej, Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej, czy igrzyska w Rio de Janeiro. Wielkie imprezy z Polakami w rolach głównych gwarantują emocje na niespotykaną dotąd skalę. Sieci społecznościowe, aplikacje mobilne są popularniejsze niż kiedykolwiek. Już podczas zeszłorocznych Mistrzostw Świata w Siatkówce Mężczyzn zauważyć można było, że kibice coraz chętniej komentują to co się dzieje na boisku w internecie. Tylko w trakcie trwania mistrzostw Polscy kibice opublikowali w mediach społecznościowych ponad 300 tys. postów odnoszących się do zawodów. Wiedza o tym, jak i co komentują internauci jest i będzie kluczowa w czasach real time marketingu, pozwalając wykryć trend i wykorzystać go w komunikacji marki, w odniesieniu do konkretnych zdarzeń na arenie sportowej.

W trakcie konferencji można było zobaczyć prezentacje związane z marketingiem sportowym, obecnością marek w sporcie oraz wykorzystaniem potencjału dużych imprez sportowych przez marki. Na scenie wystąpili m.in. Agnieszka Gajzler, VP Carat Polska, Zbigniew Nasarzewski, szef Innowacji z Hypermedia (Dentsu Aegis Network), Artur Grochowski, Sport.pl. Gościem specjalnym wydarzenia był Charlie Wylie, dyrektor w Dentsu Aegis Network Sport & Entertainment, Wielka Brytania.

„*Każdy świadomy marketer powinien przenalizować jak jego produkt/marka może łączyć się z daną dyscypliną sportu. Cyfrowe kanały pozwalają na precyzyjne mierzenie efektów, wykorzystywanych ekosystemów komunikacji, czego efektem jest zwiększenie sprzedaży danej marki. Historia współpracy dan ze sportem sięga aż 1984 roku, wiemy jak wykorzystać technologie, innowacje w budowaniu zaangażowania marek w sport.” –* Komentuje Charlie Wylie, dyrektor w Dentsu Aegis Network Sport & Entertainment, Wielka Brytania

*„Carat Polska już od kilkunastu lat tworzy i rozwija lokalne oraz globalne narzędzia wspomagające planowanie mediów, tak aby zoptymalizować kampanie i uzyskać możliwie największy zwrot z inwestycji reklamowych klientów. W przypadku wydarzeń sportowych, w trakcie których tak wiele się dzieje na boisku jak i poza nim, kluczem do sukcesu jest nie tylko sam monitoring/nasłuch internetu ale przede wszystkim umiejętność i możliwość kontekstowej reakcji na content tworzony przez kibiców. House of Loop to badania marketingowe internetu, pogłębione analizy blogosfery i social media. Na ich podstawie jesteśmy w stanie określić trendy, insighty konsumenckie, motywacje dotyczące decyzji zakupowych. Social Pylon zaś to narzędzie do punktowej analizy i moderacji real time, czyli obsługa klienta 24\h w internetowym kanale sprzedaży. Wielu z naszych klientów podejmuje także decyzje biznesowe w oparciu o analitykę SocialPylon, w zakresie składu oferty czy np. procesu obsługi klient.” – mówi Agnieszka Gajzler, Vice President Carat Polska.*

Grupa Dentsu Aegis Network Polska jest partnerem strategicznym Związku Piłki Ręcznej w Polsce oraz narodowym dostawcą Mistrzostw Europy w Piłce Ręcznej Mężczyzn EHF Euro 2016. Działania wspierające ZPRP obejmą m.in.: uczestnictwo w opracowaniu strategii marketingowej związku na lata 2015-2018, strategię promocji piłki ręcznej, zdefiniowanie polityki sponsoringowej i przygotowanie strategii współpracy promocyjno-komunikacyjnej z klubami oraz okręgowymi związkami piłki ręcznej, począwszy od roku 2016.

Dodatkowo w Listopadzie podczas odbywającego się w Soczi XXXV Kongresu IHF, Komitet Wykonawczy Międzynarodowej Federacji Piłki Ręcznej ogłosił decyzję o powierzeniu organizacji Mistrzostw Świata w Piłce Ręcznej Mężczyzn IHF MWC w 2023 roku Polsce i Szwecji. Dentsu Aegis Network Polska jako partner marketingowy Związku Piłki Ręcznej w Polsce wspierała aplikację.

###