

Příloha č. 1: Přepis interview s Jakubem Mezlíkem, PR manažerem klubu

Kdo se v sezoně 2011/12 staral ve vašem klubu o marketing?

Marketingový ředitel ing. Jan Kratochvíl a pak já. Od příští sezony bude v klubu místo pana zaměstnán Karel Hromádka. Nebude v klubu ale na plný úvazek.

Jaké má váš klub vytyčené střednědobé a dlouhodobé cíle?

Pokud vím, žádné konkrétní cíle nemáme, krom těch běžných, jako jsou předvádět pěkný hokej a podobně. Sportovní cíle se stanovují vždy před každou sezonou

V marketingovém oddělení tedy nemáte žádné?

Chtěli bychom zastavit propad návštěvnosti domácích zápasů. A také samozřejmě finanční stabilita.

Víte jak? Máte k tomuto cíli nějakou cestu?

Žádnou konkrétní.

Jaká je náplň vaší práce v klubu?

Je to hodně zařizování a řešení běžné agendy. Na kreativní práci nezbyvá moc času.

Kdo za váš klub komunikuje se sponzory?

Pan Blažek.

Má klub nějakou ucelenou reklamní nabídku pro sponzory?

Nově jsme vytvořili katalog, ale jinak s našimi partnery jednáme o konkrétních cenách i reklamních plochách individuálně.

Myslíte, že vaši partneři využívají Slavii proto, že jim to přijde efektivní?

Myslím, že zhruba 20% z nich ano.

A zbytek?

Jsou to spřízněné firmy nebo firmy napojené na členy našeho vedení nebo společnosti, které řídí slávisté. Ti chtějí pomoci klubu. Při shánění partnerů nám v poslední době pomáhá agentura Remoex, která náleží jednomu z majitelů.

Využívá Slavia ke své propagaci reklamu?

Ano, máme vybarterovaný prostor ve dvou rádiích, dále máme inzertní plochy v časopisech městských částí, zápasovém programu SK Slavia Praha a reklamní plochy na obrazkách v nákupních střediscích.

Jak je využíváte?

Většinou informacemi o nejbližších zápasech.

Dbáte nějak na budování klubové identity?

Pokud vím, tak ne.

Máte grafický manuál a nějakou koncepci vašich výstupů?

Nemáme.

Je podle vás personální obsazení marketingového oddělení dostatečné?

Není. Bylo by potřeba alespoň jednoho dalšího člověka navíc, spíše však dva.

Jak provozujete fanshop a jaký je váš názor na něj?

Sami ho provozujeme, ale od příští sezony licenci na něj pronajmeme. Myslím, že máme docela dobré věci, ale chybí nějaká koncepčnost při jejich tvorbě. Nemáme žádné kolekce a podobně.

Jste spokojeni s prodavači?

Poměrně ano.

Neuvažovali jste někdy o zavedení jakéhosi věrnostního programu?

Jeden čas jsme něco takového zaváděli, ale moc o tom nevím. Jmenovalo se to Lyoness, ale pak se to zase zrušilo. Pak jsme také zkoušeli prodávat přes slevový portál, ale to také valný úspěch nemělo.

Jste spokojen s domácími návštěvami na zápasech Slavie?

Nejsme.

Víte, proč chodí málo lidí?

Z části je to určitě dáno relativně vysokým vstupným a také tím, že kromě hokeje jim toho moc nenabízíme.

Přemýšleli jste o změně cen vstupného?

Přemýšleli. Po sezoně jsme dělali nějakou analýzu, kdy jsme počítali, kolik lidí by muselo přijít, kdybychom snížili cenu a o kolik. Pak jsme od toho ustoupili, protože by se nám to nejspíš nevyplatilo. Snažili jsme se zavést jakési balíčky 14 zvýhodněných vstupenek. Myslím, že jsme podcenili jejich propagaci, jinak věřím tomu, že by tohle mohlo mít v budoucnu úspěch.

Máte nějakou analýzu, jací fanoušci chodí na hokej?

Nemáme. Ale podle mě to jsou mladí lidé a také hodně turistů.

Mohl byste nějak blíže charakterizovat, kdo tedy chodí na hokej?

Podle mě jsou to dvě hlavní skupiny – permanentkám, kterým stačí hlavně hokej a nic moc jiného je nezajímá, a pak ostatní návštěvníci, kteří očekávají kromě hry i něco navíc.

Jak funguje tištěný zápasový program?

Za jeho výrobu jsem zodpovědný já. Z nedostatku času na jeho přípravu ho často nejsme schopni plnit původními texty. Kopírujeme do něj tedy články z internetu. Nemáme přehled o jeho čtenosti, náklad uzpůsobujeme soupeři a očekávané návštěvě.

Plánujete nějak změnit či zatraktivnit průběh domácích zápasů?

Zatím ne, na inovace v tuto chvíli nemáme dostatek finančních prostředků a nejsme to schopni zajistit ani personálně.

Příloha č. 2: Přepis interview s Václavem Baumannem, šéfredaktorem klubového webu

Kdo se v sezoně 2011/12 staral o klubový web?

Já jako šéfredaktor a pak další redaktoři.

V jakém jste zaměstnaneckém poměru s klubem?

Jsem externista firmy, která provoz internetových stránek Slavii zajišťuje externě. Stejně jsou na tom ostatní redaktoři.

Jak jste za svou práci placeni?

V řádech stovek korun až tisíců. Všichni jsme nadšenci a děláme to pro to, že máme ke Slavii vztah.

Jste v kontaktu s klubem?

V poslední době se to zlepšilo, o plnění webu komunikujeme hodně s Jakubem Mezlíkem.

Máte nějaký koncept, kam web směřovat?

Nemáme, standardně redaktorsky pokrýváme utkání Slavie, a to jak doma, tak venku. Ke každému zápasu se píše pozvánka, reportáž, online přenos a ohlasy hráčů a trenérů. Občas se snažíme vymyslet nějaké články navíc.

Příloha č. 3: Náhled vizuálu ke kampani DNA:SLAVIA

