

## **Příloha č. 1**

### **Přepis interview s Pavlem Brožem**

#### **Jaká je Vaše pozice a za co jste v klubu zodpovědný?**

Jsem zodpovědný za obchod, tzn. získávání a udržení stávajících partnerů. Dále také řeším marketing spolu s dalšími spolupracovníky. Organizujeme různé akce, jako např. setkání U Fleků. Dále se snažíme o to, aby se naši partneři navzájem znali. Jde nám o to, aby v případě, že některý z našich partnerů poptává určitou službu nebo výrobek, nejdříve zjistil, zda tuto službu nebo výrobek nemůže poskytnout některý z našich jiných partnerů. Tento princip je pro nás výhodný v tom, že získáváme výhodnější vyjednávací pozici při jednání o výši sponzorské smlouvy.

#### **Jak vypadá tým, který se stará o marketing?**

Do toho tohoto týmu patřím já, pan Bařa (Svatopluk Bařa – PR a marketingový manažer), pan Mutinský (Tomáš Mutinský – tiskový mluvčí). Dále nám vypomáhá paní Kamila Šteřlová ze společnosti Barvy a Laky Hostivař. S touto společností máme navázanou úzkou spolupráci, protože je to větší společnost, která má větší možnosti než náš klub.

#### **S jakým rozpočtem na marketing pracujete?**

Je to opravdu minimum. Spíše si ten klub musí na to vydělat. Marketing děláme především prostřednictvím barteru. Snažíme se partnerům nabídnout reklamu tak, aby na to klub nemusel vynakládat finanční prostředky.

#### **Kdo se stará o profily na sociálních sítích (Facebook, Twitter, Instagram)?**

Tuto oblast má na starosti pan Mutinský s tím, že má k dispozici klubového fotografa a dalšího externího pracovníka, který řeší online přenosy ze zápasů.

#### **Všiml jsem si rozdílu v designu hlavních webových stránek a klubového e-shopu.**

##### **Kdo řeší tuto oblast a jaký je důvod tohoto rozdílu?**

Jde o to, že hlavní stránky spravuje jiná společnost než stránky e-shopu. Původní stránky Bohemians vznikaly jako fanouškovské, kdy se o vznik postarali dva fanoušci. Správa hlavních stránek poté přešla pod samotný klub. E-shop je opět vytvořen za barter, ale spravuje ho jiná společnost. Obsah webových stránek a jeho aktualizaci mají

na starost pan Baťa a pan Mutinský. Řešili se i nové webové stránky, ale zatím jsme se nedomluvili s žádnou společností na 100% barteru.

### **Jaká je prodejnost magazínu Klokan?**

Z hlavy přesná čísla nevím, ale opět máme kompletní vytištění za reklamu s tím, že obsah řeší Tomáš Mutinský.

### **Jaká je současná finanční situace klubu?**

Snažíme se klub především stabilizovat. Naším hlavním a dlouhodobým partnerem je společnost Barvy a Laky Hostivař, ke které se snažíme sehnat dalšího velkého partnera. Bohužel se pořád pohybujeme na rozhraní první a druhé ligy, proto je nutné shánět další partnery, jelikož fotbal je o penězích. V současnosti to je tak, že většina věcí tady leží na několika lidech. Ve větších klubech s vyššími rozpočty jsou lidi na všechno. Tady si velkou část věcí děláme sami.