



NÁBOROVÁ ČINNOST

SK KELTI 2008

Roman Novák

30.1.2016



Obsah

1. Výchozí stav
2. Projekt „STAŇ SE KELTEM“



1. Výchozí stav



Výchozí stav

- **Příznivý demografický vývoj v oblasti**
- **Příliv dětí z „vlastních řad“**
- **Zavedené propagačně – náborové akce**
- **Mediální aktivita**
- Kvalitní grafické práce
- Komunikativní trenérský kolektiv
- Celková atmosféra v klubu, přátelské (rodinné) prostředí



Demografické vlivy

- Atraktivní lokalita poblíž Prahy
- Silná populace v produktivním věku
- 40 tisíc obyvatel ve spádové oblasti (Beroun, Králův Dvůr, okolní obce)
- Ideální lokalita hřiště v centru města



Vliv „vlastních řad“

- Bývalí či aktivní hokejbalisté v produktivním věku
- Sourozenci či příbuzní aktivních hráčů
- Pozitivní působení rodičů aktivních dětí mezi jejich přáteli („kladné slovo z úst“)



Propagačně - náborové akce

- Hokejbal proti drogám
- Sportovní odpoledne pro školní družiny
- Zapojení do sociálního programu města Berouna
- Nárazové akce ve spolupráci s městem Berounem či neziskovými organizacemi



Mediální aktivita

- Pravidelné články v nejčtenějším okresním deníku
- Informace v městském zpravodaji i dalších periodikách
- Aktivita na FaceBooku
- Pronájem informační LCD obrazovky v autobusech MHD



2. Projekt „STAŇ SE KELTEM“



Projekt „STAŇ SE KELTEM“

- Konsolidace různých náborově – propagačních aktivit pod jednu hlavičku
- Jednotná vizuální stránka (typ písma, základní grafické prvky)
- Zvýšení atraktivity pro generace rodičů a dětí zaměřených na informační technologie



Projekt „STAŇ SE KELTEM“

- Internet, elektronická média
- Tradiční formy distribuce
- Náborově – propagační akce
- Měření zpětné vazby



Internet a sociální média

- Vytvoření webu www.stansekeltem.cz
- Základní informace pro rodiče a děti
- Interaktivita (videa, kvíz, dotazník)
- Propojení s webem www.skkelti.cz
- Placená propagace na FaceBooku zacílená na okres Beroun a odpovídající věkové „kategorie“ rodičů hráčů (od MP po MŽ)



Tradiční formy distribuce

- Letáky rozdávány při náborových akcích klubu
- Propagace v Berounském deníku (speciální promo články včetně grafiky „Staň se Keltem“)
- Propagace v jiných tištěných médiích (Radniční list, místní „menší“ periodika)
- LCD banner v místní MHD
- Banner v bezprostřední blízkosti hřiště



Náborově – propagační akce

- Hokejbal proti drogám 2016
 - Tradiční turnaj vnímaný pozitivně pedagogy i dětmi
 - Relativně vysoká účast škol v kategoriích I. – III.
 - Navýšení o turnaje dívek 1. – 5. tříd ZŠ
 - Pětidenní akce
 - Nově ve spolupráci s HBC Coyotes Hýskov
 - Cílem pro rok 2016 je účast deseti škol v každé z kategorií I. a II.



Náborově – propagační akce

- Červnový turnaj školních družin
- Účast na akcích města
 - Berounský Bike maraton, Sportovní dny města apod.
- Spolupráce s neziskovými organizacemi
- Okresní hokejbalová liga žáků *(ve formě úvahy)*



Měření zpětné vazby

- Google Analytics pro web „Staň se Keltem“
- Zpětná vazba interakcí návštěvníků webu
- FaceBook pomocí vlastních nástrojů
- Počet skutečně nově příchozích dětí
- Počet dětí, které u hokejbalu vydrží déle než 1 měsíc (tzv. „měsíc na zkoušku“) + následná registrace
- Průběžné vyhodnocování, případná změna formátu, zapojení nových prvků atp.



Q & A



Děkuji za pozornost!