

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (РГГУ)**

**ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА**

**ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ**

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НА ТЕМУ:

**ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ  
ХОККЕЙНОГО КЛУБА «ДИНАМО»  
СПОРТИВНОГО СООБЩЕСТВА «ДИНАМО»  
(БЕЗ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ СРЕДСТВ)**



Работу выполнила:  
Студентка 1 курса магистратуры  
Специальность: маркетинг  
Яковлева М.А.  
Руководитель секции:  
доцент кафедры  
маркетинга и рекламы,  
к.э.н. Корчагова Л.А.,

Москва, 2018

# "ДИНАМО" - СИЛА В ДВИЖЕНИИ И ЕДИНСТВЕ!





## СПОРТИВНОЕ ОБЩЕСТВО «ДИНАМО»

Общество было учреждено 18 апреля 1923 года в Москве. Первоначальное название: «Московское пролетарское общество „Динамо“». Лозунг — «Сила — в движении». На протяжении всей истории существования общества его полное официальное название несколько раз менялось, однако краткое — никогда.

На V Пленуме Центрального совета Общества «Динамо», который состоялся 12.04.2017, были определены ключевые цели на ближайшие годы.

Принципиальная позиция руководства — индивидуальный подход к обсуждению глобальных проблем и текущих дел в регионах.

### ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ, РАССМОТРЕННЫЕ ЧЛЕНАМИ ПРЕЗИДИУМА И ДЕЛЕГАТАМИ



**Защита бренда «Динамо»** и повышение ответственности, в том числе региональных организаций и клубов, за то, чтобы использование бренда не несло репутационных рисков



Направление целевых отчислений от азартных игр на **развитие детско-юношеского и профессионального спорта** в соответствии с новым федеральным законом



**Восстановление антидопинговой системы** и формирование с детского возраста философии неприятия допинга, использование опыта работы с детьми в рамках движения «Юный динамовец», которое развивается во всех регионах России



**Внесение Минспортом изменений в перечень служебно-прикладных видов спорта** — теперь по данным видам также будут присваиваться разряды и звания



Изменения в соответствующем федеральном законе, благодаря которым **руководители управлений внутренних дел могут возглавлять региональные динамовские организации**, что позволит укрепить их авторитет и значимость

**Радостное событие года — досрочный выход ФК «Динамо-Москва» в Премьер-лигу. За семь туров до финиша команда возглавила турнирную таблицу ФНЛ с 69 очками.** Вернувшийся в элиту отечественного футбола клуб является 11-кратным чемпионом СССР, шестикратным обладателем Кубка СССР. В российский период команда один раз выиграла Кубок России, четыре раза завоевывала бронзу чемпионата страны.



**Внедрение в 2017 году комплекса ГТО** полноценно, для всех возрастных групп населения, необходимость дальнейших действий по расширению сети центров тестирования комплекса ГТО

## Спортивное Общество «Динамо» реализует свою деятельность по следующим направлениям:

- развитие спорта высших достижений и видов спорта, исторически приоритетных для Общества «Динамо»;
- поддержка массового физкультурно-спортивного движения;
- работа по нравственному, патриотическому и физическому воспитанию молодежи;
- развитие служебно-прикладных видов спорта;
- физическая подготовка сотрудников органов безопасности и правопорядка РФ;
- укрепление международного сотрудничества в области физической культуры и спорта.



В 2017 ГОДУ УПРАВЛЕНИЕМ РАЗВИТИЯ ФКИС В СООТВЕТСТВИИ С КАЛЕНДАРНЫМ ПЛАНом ПРОВЕДЕНЫ СПОРТИВНЫЕ И ФИЗИКУЛЬТУРНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ПО 24 ВИДАМ СПОРТА





Датой основания ХК «Динамо» Москва принято считать 22 ноября 1946 года.

ВТБ Ледовый Дворец – «Парк Легенд» основной объект СОД ХКД.



Официальное открытие ледового дворца состоялось 26 апреля 2015 г.

Многофункциональный комплекс признан уникальным сооружением как в России, так и в Европе. Под одной крышей дворец вмещает сразу 3 арены, каждая из которых арена-трансформер: большая (на 12 000 мест), малая (3 000) и тренировочная (500). Это позволяет провести не только хоккейные матчи, но и соревнования других видов спорта, концерты и шоу-программы российского и международного класса.



# Спортивный центр Даниловского района

Дворец является домашней ареной хоккейного клуба «Динамо» (Москва).

С сезона 2017/2018 — также домашняя арена ХК «Спартак» (Москва).

После реорганизации в 2017 году ХК «Динамо» (Москва), новое руководство клуба достигло соглашения о продолжении проведения во дворце своих домашних игр в чемпионате КХЛ.



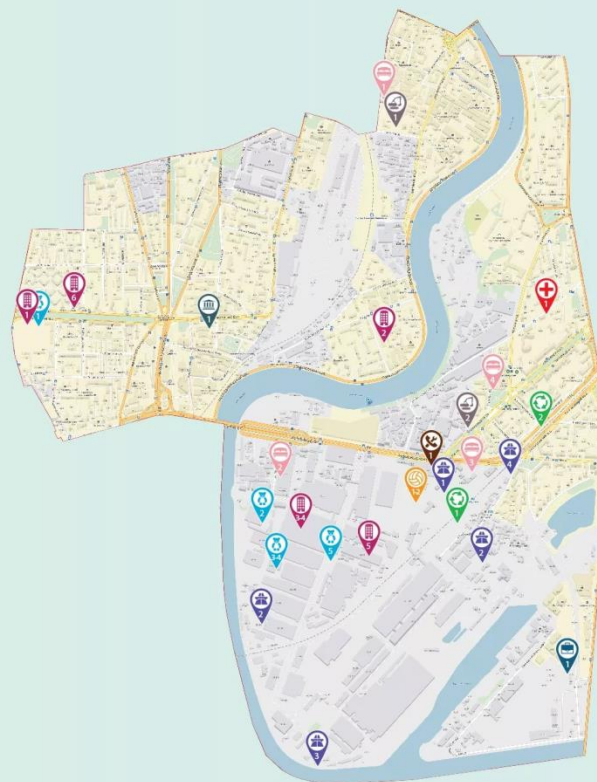
На территории района расположено 15 детских садов, 13 общеобразовательных школ, 13 ВУЗов.

## ГРАДОСТРОИТЕЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

### РАЙОНА ДАНИЛОВСКИЙ

ЮЖНОГО АДМИНИСТРАТИВНОГО ОКРУГА ГОРОДА МОСКВЫ

ПЛАНИРУЕМЫЕ ОБЪЕКТЫ 2016–2018 ГГ.



- ОБЪЕКТЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ**
  1. Подстанция скорой медицинской помощи. Ленинская Слобода, вл.5
- СПОРТИВНЫЕ ОБЪЕКТЫ**
  1. Центр олимпийского планирования. Автозаводская ул., вл.23
  2. Центр водных развлечений. Автозаводская ул., вл.23
- ИНФРАСТРУКТУРА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА**
  1. Дилерские центры "AUDI", "Mercedes Benz"
- ТПУ**
  1. "Парк Легенд"
  2. Автозаводская
- ГОСТИНИЦЫ**
  1. Гостиница. Ленинковская ул., вл.12
  2. Гостиница. Автозаводская ул., вл. 23, стр.931, 982, 638
  3. Гостиница. 3-й Автозаводский пр-д., вл.13
  4. Гостинично-деловой комплекс. Автозаводская ул., вл.23
- ДОРОЖНО-МОСТОВОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО**
  1. Развитие УДС для транспортного обслуживания территории развития САОМО "Завод им. И.А. Лихачева"
  2. Улично-дорожная сеть по территории перспективной застройки САОМО "Завод им. И.А. Лихачева"
  3. Улично-дорожная сеть в южной части территории "Завод им. И.А. Лихачева"
  4. Улично-дорожная сеть УДС ТПУ "Парк Легенд"
- ОБЪЕКТЫ ОБРАЗОВАНИЯ**
  1. ДОУ. Серпуховский Вал ул., вл.19
  - 2-5. ДОУ Автозаводская, вл. 23
- ПРОЧИЕ ОБЪЕКТЫ И СООРУЖЕНИЯ**
  1. Электростанция. Жуков пр., вл.21
  2. Центр управления Московской телерадиосетевой компанией, ул. Автозаводская, вл. 12
- АДМИНИСТРАТИВНО-ДЕЛОВЫЕ ОБЪЕКТЫ**
  1. Московский городской телецентр "Медиа-ЗИП" (2 очередь) Малоглинская поляна (Западная часть)
- СОЦИАЛЬНЫЕ ОБЪЕКТЫ**
  1. Центр делового развития молодежи. Дачковский Вал, вл. 13
- ЖИЛЫЕ ДОМА**
  1. Жилой дом. Серпуховский Вал, вл.19, 21, корп.А.5.В.Г
  2. Жилой дом. Павелецкая наб., вл. 8
  3. ул. Автозаводская, вл. 23, уч. 5 (корп.4)
  4. ул. Автозаводская, вл. 23, уч. 5 (корп.5)
  5. ул. Автозаводская, вл. 23 (корпус 1-4)
  6. Серпуховский Вал, вл. 20

## Структура отдела маркетинга Хоккейного клуба «Динамо»

<p><b>Взаимодействие со СМИ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Интернет издания;</li> <li>• ТВ (Матч ТВ);</li> <li>• Газеты, журналы;</li> <li>• Социальные сети;</li> <li>• Спортивные форумы;</li> <li>• Официальный сайт клуба.</li> </ul>	<p><b>Работа с фан – клубом</b> <i>(персонализированная)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Семинары по безопасности, корректному поведению; девиз ХКД - толерантность;</li> <li>• Проведение викторин для болельщиков.</li> </ul>	<p><b>Мерчендайзинг</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Полиграфия, сувенирная продукция;</li> <li>• <u>Mascots</u></li> </ul>	<p><b>Медиа права</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Фирменный цвет, лого клуба;</li> <li>• Оформление разрешений (на использование символики клуба);</li> <li>• Оформление договоров (заключение контрактов).</li> </ul>	<p><b>Спортивный музей и архив</b> (экскурсии по стадиону).</p>	<p><b>Билеты</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Абонементы;</li> <li>• <u>Fan</u> – карты;</li> <li>• Программа лояльности;</li> <li>• Специальные цены;</li> <li>• Скидки;</li> <li>• Акции.</li> </ul>	<p><b>Партнерство, спонсорство</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Партнёрство и/или кураторство над школами, детскими домами;</li> <li>• Спортивная школа (по всей территории РФ);</li> <li>• Социальные программы.</li> </ul>
---	--	---	---	---	--	--

**Задача – повышение уровня конкурентоспособности ХКД при условии привлечения финансовых средств и без дополнительного финансирования.**



## Проанализировав маркетинговую деятельность наиболее успешных Северо-Американских хоккейных и футбольных клубов, возможно выявить следующие основные черты: *(на всякий случай для инфо)*

1. Наличие логотипа – герба – символа – брендового цвета/знака; наличие символа – талисмана (mascot); фирменное приветствие, фирменный (узнаваемый) жест, гимн команды; сувениры, спортивная атрибутика для болельщиков в цветах команды; встречи с членами команды, фотосессии; экскурсии на стадион и музей;
2. Общение с главой болельщиков (инициативной группой):
  - Лозунги, речевки;
  - Фан-карты - наличие многоуровневой клубной карты;
  - Семинары по безопасности, корректному поведению;
  - Девиз - толерантность ;
  - Проведение викторин;
  - Возможность посещения открытых тренировок;
  - Проведение аукционов для болельщиков;
3. Сопровождение команды на выездных матчах – помощь в организации транспорта и гостиниц;
4. Наличие у команды социальных проектов, социальных акций «я борюсь за....»;
5. Аккаунты в социальных сетях;
6. Наличие официального сайта клуба/общества:
  - Регулярное обновление новостной и фото/медиа ленты;
  - Календарь мероприятий, турнирная таблица;
  - Фирменное ПО для моб устройств;
  - Обратная связь, форум;
  - Он-лайн магазин;
7. Спец условия по продаже билетов и абонементов;
8. Наличие спортивной школы, секций, кружков, сезонных лагерей;
9. Наличие инфраструктуры питания (спортбар); зона отдыха / ожидания для родителей; библиотека спортивных мероприятий (архив).





## Основные атрибуты деятельности хоккейных команд НХЛ

№	Атрибуты	Команды лиги НХЛ	«ХК Динамо»
1	Наличие логотипа, герба, символа, брендового цвета, знака	Есть у всех команд	Есть
2	Наличие символа талисмана (mascot)	Есть у всех команд	Есть (но никто не видел)
3	Фирменное приветствие, фирменный (узнаваемый) жест, гимн команды	Есть у всех команд	Есть
4	Сувениры, спортивная атрибутика для болельщиков в цветах команды	Есть у всех команд	Есть
5	Регулярные встречи с членами команды, фотосессии	Есть у всех команд	Есть, но не на регулярной основе
6	Общение с главой болельщиков (инициативной группой)	Есть у всех команд	Есть, но не на регулярной основе
7	Наличие многоуровневой клубной карты, фан-карты	Есть у всех команд	Отсутствует
8	Сопровождение фанатами команды на выездных матчах – помощь в организации транспорта и гостиниц	Есть у всех команд	Есть
9	Наличие у команды социальных проектов, социальных акций «я борюсь за...»	Есть у всех команд	Есть
10	Аккаунты в социальных сетях, наличие официального сайта клуба	Есть у всех команд	Есть
11	Библиотека спортивных мероприятий (архив), экскурсии на стадион, клубный музей	Есть у всех команд	Есть

CATEGORIES

Главная > По Клубам

- ▶ Eastern (908)
- ▶ NHL Shield (12)
- ▶ Western (677)

ЦВЕТ

- Gold (40)
- Navy (2)
- Белый (3)
- Коричневый (3)
- Красный (140)
- Оранжевый (1)
- Синий (35)
- Черный (121)

ПОЛ

- Infant & Baby (37)
- Для детей (120)
- Для женщины (154)
- Для мужчины (607)
- Унисекс (468)

NHL EASTERN CONFERENCE

- Boston Bruins (108)
- Buffalo Sabres (28)
- Carolina Hurricanes (23)
- Columbus Blue Jackets (19)
- Detroit Red Wings (90)
- Florida Panthers (29)



WASHINGTON CAPITALS

# Наличие онлайн магазина

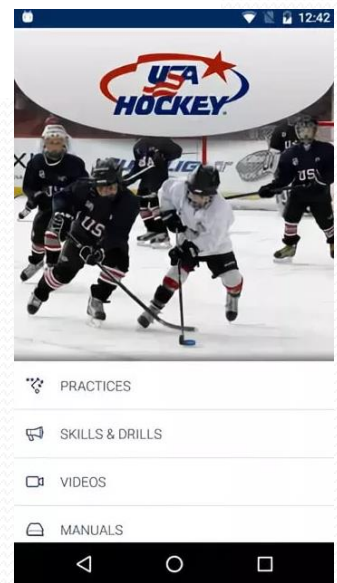
## Социальные сети



## Талисманы (mascot)



## Программы лояльности

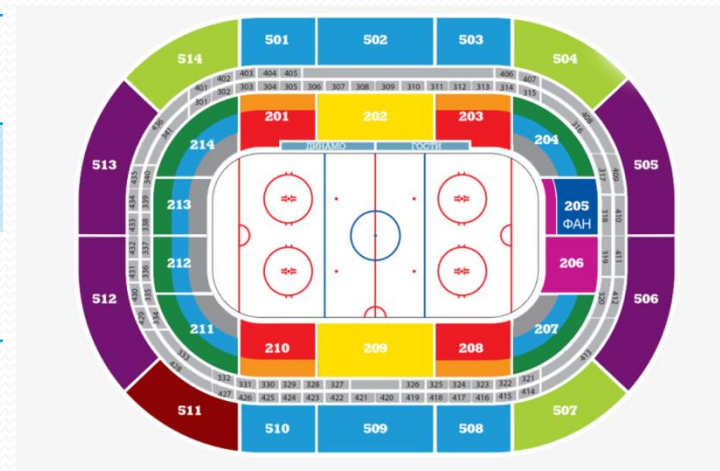


## Предложения по повышению конкурентоспособности ХКД (без дополнительного финансирования):

1. Совместно с управой Даниловского района провести акцию по предоставлению бесплатных билетов жителям района на посещение домашних матчей ХКД;
2. При успешном проведении акции, запустить акцию «1+1», с учетом экономической эффективности (ограничение акции по сезонам);
3. Совместные уроки физкультуры со школьниками района;
4. Размещение мини видео-роликов и бил-бордов на возможных стендах района.

Численность населения Даниловского района

2002	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017
90 265	91 109	91 783	92 148	92 689	92 897	93 239	93 296

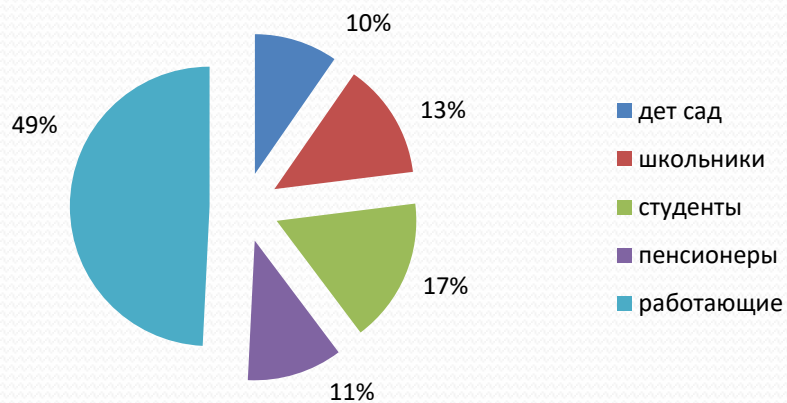


*Минимальная стоимость одного билета = 400 рублей*

СТОИМОСТЬ БИЛЕТОВ НА МАТЧИ РЕГУЛЯРНОГО ЧЕМПИОНАТА (СЕЗОН 2017–2018)

КАТЕГОРИЯ №1	КАТЕГОРИЯ №2	КАТЕГОРИЯ №3	КАТЕГОРИЯ №4
2 500	2 000	1 500	1 000
2 000	1 500	1 000	700
1 500	1 000	800	600
1 200	850	650	550
800	600	500	400
650	450	350	350
400	200	100	100
550	350	250	250
500	300	200	200
700	500	300	300
700	500	300	300

Целевая аудитория Даниловского района г. Москвы



Наименование социальной группы	Детские сады; 3-7 лет	Школьники; 7-18 лет	Студенты вузов; 18-22/25 лет	Пенсионеры; 55/60-80 лет	Работающие; 25 – 55/60 лет
Кол-во чел.	9 000 чел.	12 480 чел.	15 600 чел.	10 300 чел.	45 916 чел.
Уд.вес, %	9,65%	13,4%	16,72%	11%	49,21%

КАТЕГОРИЯ №1



СКА



СПАРТАК



ЦСКА

КАТЕГОРИЯ №2



АВАНГАРД



ЙОКЕРИТ



ЛОКОМОТИВ



МЕТАЛЛУРГ МГ

КАТЕГОРИЯ №3



АК БАРС



ДИНАМО МН



ДИНАМО Р



КУНЬЛУНЬ РЕД СТАР



САЛАВАТ ЮЛАЕВ



СИБИРЬ



ТОРПЕДО

КАТЕГОРИЯ №4



АВТОМОБИЛИСТ



АДМИРАЛ



АМУР



БАРЫС



ВИТЯЗЬ



ЛАДА



НЕФТЕХИМИК



СЕВЕРСТАЛЬ



СЛОВАН



ТРАКТОР



ХК СОЧИ



ЮГРА

# Рекламные ролики по удержанию и привлечению болельщиков

## Предполагаемый сценарий ролика по популяризации СО «Динамо»:

Главный герой ролика: мальчик лет 10-12, толстенький увалень, проводящий все время за учебниками, мечтает (визуализирует себя) выйти со спортсменами (хоккеистами) на построение перед матчем.

Действие: после школы, понура бредя домой видит, как во дворе на турнике разминается (занимается) спортсмен в фирменной толстовке и шапке СО «Динамо». Мальчик в восхищении наблюдает за спортсменом, не осмеливаясь подойти ближе. Спортсмен замечает парня и с улыбкой «гагарина» предлагает тому попробовать свои силы. Попутно спортсмен объясняет, что у него отпуск, заехал к родителям в Воронеж (город, где точно есть стадион Динамо), решил размяться. Несколько упражнений, обещание мальчика делать их ежедневно. Спортсмен приглашает мальчика на дружеский матч.

На следующий год: парень продолжал заниматься и заметно физически окреп, опять встречаются со спортсменом. Парень со спортсменом выходят на построение перед (уже более ответственным) матчем. Местная ТВ компания ведет трансляцию, которую видят все одноклассники. Мальчик – герой, его мечта осуществилась. Он гордится собой.

Еще через год: группа ребят во главе с героем не только присутствуют на матчах, но и занимаются в спортивных клубах Динамо (хоккей, футбол, волейбол, баскетбол ...).





2017

**СИЛА В ДВИЖЕНИИ  
И ЕДИНСТВЕ!**