

Český svaz jachtingu

Strategie komunikace - draft

1. Komunikační kanály – viz. monitoring médií

<https://www.sailing.cz/jachting-v-mediich>

- Webové stránky: <http://www.sailing.cz>
- Tištěná a elektronická média – tiskové zprávy, rozhovory, články – celostátní média - ČTK, krajská média, odborné časopisy
- Sociální sítě Facebook, Instagram
- Offline komunikace prostřednictvím akcí – regatt, závodů, výstav a dalších vybraných sportovních akcí a aktivit v ČR i zahraničí
- Komunikace prostřednictvím sportovců zařazených do reprezentace, SpS, SCM včetně jejich trenérů (online/offline)
- Jachtařská akademie – vzdělávací platforma pro odbornou i laickou veřejnost rozšiřující povědomí o jachtingu

1.1. Webové stránky

Na webových stránkách se shromažďují veškeré informace o aktivitách ČSJ. Web je přizpůsoben pro komunikace vnější i vnitřní. Účelem webu je to, aby se každý návštěvník rychle zorientoval a na první pohled pochopil jaký je jachting v Čechách a jak je organizován. Zároveň zde člen ČSJ musí najít veškeré informace, které ho zajímají (dokumenty, organizační struktura, kontakty, aktuality,...)

Na aktualizaci webu se stále pracuje. Mezi základní priority na webu nyní patří:

- Aktuální a uživatelsky přívětivé a atraktivní copy, hodnotný informační obsah
- Stále aktuální sekce Aktuality
- Uživatelsky přívětivé a jednoduché prostředí
- Aktuální kontakty, partneři, zodpovědné osoby

1.2. Facebook, Instagram

Facebook ČSJ má za úkol rozšířit povědomí o ČSJ a jachtingu v online prostředí a prezentovat jachting jako atraktivní, dostupný sport bez ohledu na věk.

1.2.1. Obsah příspěvků na Facebooku ČSJ

- Aktuality – významné úspěchy sportovců zařazených v repre, SpS, SCM (sdílení aktualit z webu ČSJ, předchází vytvoření aktualit na webu)
- Sportovci - představení jednotlivých sportovců (Humans of ČSJ) – předpokládá se smluvní povinnost repre ČSJ a spolupráce s PR manažerem,
- Akce, na kterých se sportovci ČSJ podílí/účastní (prioritně závody, ale také účasti na jiných akcích spojené i s osobním životem)
- Obsah spojený se sportovci (např. účasti v Talk show, exhibice, zajímavosti)
- Sdílený obsah (sportovci, sportovní kluby, týmy, zajímavosti ze světového jachtingu)

1.2.2. Styl komunikace

Atraktivní, zábavný, úderný, odlehčený, mladistvý a více „cool“ s kvalitní informační stránkou. Příspěvky by měly být jak informačně hodnotné, tak vizuálně atraktivní.

1.2.3. Online viditelnost

Facebook ČSJ musí být v úzkém kontaktu s Facebooky jednotlivých sportovních klubů, zainteresovaných institucí a osobními sociálními sítěmi sportovců a týmů .

1.2.4. Důležité body komunikace

- Publikovat příspěvky v optimální denní dobu – např. večer (ne, v 1 hodinu v noci)
 - Před tvorbou nebo sdílení příspěvku si uvědomit, zda je obsah dostatečně atraktivní a informačně hodnotný pro komunitu (nejen pro konkrétního sportovce) – filtrovat množství obsahu, které se nabízí k publikaci
 - Sdílet vlastní aktuality (nikoliv cizí odkazy) – Nejprve vytvořit aktualitu na webu, poté nasdílet na FB (zvýšení návštěvnosti webu, ukázání, že se v ČSJ „něco děje“)
 - Při tvorbě příspěvků, ale i aktualit na webu myslet na to, že vždy musí být hned jasné, o koho jde, v jakém lodní třídě závodí a co, kde a kdy se stalo. Tvoříme obsah i pro širokou veřejnost a také potenciální partnery..
 - Zpracovat a řídit příspěvky dle publikačního plánu
-

1.3. Komunikace prostřednictvím sportovních akcí s podporou ČSJ

Zacílit na medializaci akcí spojených s jachtingem. A to jak akcí pořádaných subjekty sdruženými v ČSJ tak komerčními subjekty (business regatty, klientské akce). Max. využít potenciálu akcí k prezentaci jachtařského sportu, prostředí a možností propojení jachtingu a komerční sféry. Vyhledávat a zajistit podporu pro představení jachtingu ve spojení se sportovním prostředím a sportovními autoritami nejen v ČR– ČOV, ČUS ankety a další akce, které mohou jachting zviditelnit.

V Brně 25. 5. 2019

Kateřina Fantová