

KVĚTEN 2023

**ČSTS**

# **NOVÝ FORMÁT TANEČNÍCH SOUTĚŽÍ**

marketing ČSTS

# PROČ MĚNÍME ZAVEDENÝ FORMÁT SOUTĚŽÍ TL & STL?

Cílem ČSTS je zviditelnit taneční sport a **přilákat do hlediště na soutěžích diváky**. Mnohem více diváků, než doposud. Chceme, aby byly **taneční soutěže mnohem atraktivnější**. Chceme v hledišti **fanoušky tance z řad široké veřejnosti**. Nejen rodiny tanečníků, jejich kamarády nebo přátele, jak tomu nyní většinou bývá.

Uvědomujeme si, že nikdy nebudeme tak velký sport, jako je fotbal, tenis nebo hokej. Ale také víme, že se musíme změnit. Protože čím více fanoušků, tím budeme mít lepší pozici při vyjednávání se sponzory a tím lepší možnosti budeme moci nabídnout všem našim klubům a tanečníkům.

Jenže, kde **fanoušky najít**?

Musíme je hledat, vychovat nebo vzít z jiného sportu. Nebude to lehká, krátká ani snadná cesta, ale musíme začít.

Proto jsme **navrhli změny soutěží TL a STL**, které vám vysvětlíme v tomto dokumentu.

Máme ambice oslovit a zaujmout co největší počet lidí a vytvořit co největší základnu fanoušků tanečního sportu. Chceme být synonymem tanečního sportu v ČR - pokud někdo jen pomyslí na tanec, musí se mu vybavit ČSTS.

Měníme a modernizujeme ČSTS zevnitř, aktualizujeme a nastavujeme procesy, pracujeme intenzivněji se sociálními sítěmi, vytváříme originální obsah, otevíráme se novým možnostem a hledáme nové cesty.

**Chceme více fanoušků tanečního sportu.**

# PO ČEM DIVÁK TOUŽÍ?

Divák chce především **zážitky**. V každém sportu hledá svůj vzor, osobnost, se kterou by se mohl ztotožnit. A má málo času, takže, když už si koupí lístek, nechce se nudit.

Zkusme se podívat na dosavadní průběh tanečních soutěží očima běžného člověka: na parketu se střídají různé věkové kategorie, různé výkonnostní třídy, první kolo, druhé kolo, semifinále, finále... neznalý člověk se v tom brzy ztratí. Stejný formát trvá od rána až do večera. Střídání párů mu může divákovi připadat jednotvárné a téměř jistě celý den v hledišti nevydrží.

Což ale také znamená, že takový divák si příště lístek nekoupí a nepřijde.

Taneční sport a průběh soutěží není navíc tak snadný k pochopení. Výkon tanečnicků se nedá změřit na čas, délku, góly, hodnocení rozhodčích není transparentní. To vše klade na fanouška tanečního sportu více nároků než jiné sporty (typicky hokej, fotbal...).

Výzkumy prokázaly, že problémem současného diváka jakéhokoli sportu je **nedostatek volného času a malá soustředěnost** - celý den nám zkrátka na soutěži nevydrží. Zvláště mladí diváci (generace Z) většinou nejsou ochotni sledovat ani celý zápas hokeje či fotbalu a dívají se jen na sestřih zajímavých okamžiků (highlights).

## **Z toho vyplývá, že musíme taneční soutěže:**

- zkrátit
- zprehlednit
- zatraktivnit
- udělat z nich silný divácký zážitek

# PŘEDSTAVUJEME INOVOVANÝ FORMÁT STL & TL 2024

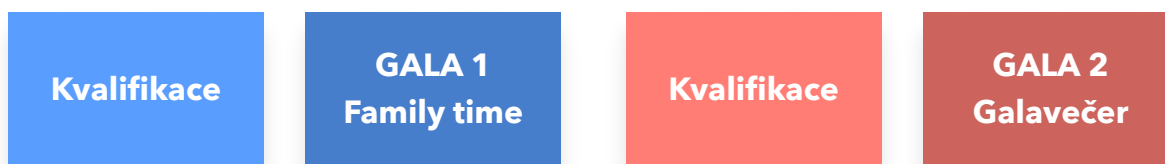
Hlavní myšlenka je jednoduchá: **nabídnout divákům to nejlepší** ve dvou hlavních a relativně krátkých blocích během dne (předpokládaná délka cca 1 - 2 hodiny).

**Dopolední** je určen typicky rodinám a mladším tanečníkům, **odpolední** starší generaci a uzavírá ho například společenský ples (to už je na každém organizátorovi).

Hlavní divácky atraktivní části jsme nazvali **Gala1 - Family Time** a **Gala2 - Galavečer**. V těchto blocích vystoupí jen ti nejlepší tanečníci a utkají se o místa na stupních vítězů.

**Kvalifikační soutěže** jsme rozdělili na dvě části, kdy probíhá kvalifikace pro Gala1 a 2.

Průběh celého soutěžního dne pak graficky vypadá následovně:



## **GALA 1 - Family time**

- vyvrcholení dopolední části soutěžního dne (začátek cca 13 - 14 hodin)
- obsahuje finálová kola minimálně 2 věkových kategorií
- střídání alespoň jednou STT a LAT disciplíny
- doprovodný dětský program v areálu soutěže
- taneční workshopy, doprovodné soutěže a atrakce pro děti, představení sponzorů
- vystoupení hostů
- slavnostní vyhlášení výsledků

## **GALA 2 - Galavečer**

- vyvrcholení odpolední části soutěžního dne (začátek cca 19 - 20 hodin)
- obsahuje finálová kola minimálně 2 věkových kategorií
- střídání alespoň jednou STT a LAT disciplíny
- vystoupení hostů
- slavnostní vyhlášení výsledků
- ples / taneční zábava na konci celého soutěžního dne (volitelně)

**Výběr hostů GALA 1 a 2** záleží na možnostech a představitivosti organizátora. Měl by to být typicky někdo, kdo bude natolik známý, že vzbudí zájem diváků. Ideálně, kdyby byl spojený s hudbou nebo tancem, například hudební skupina, která bude hrát finální tance naživo, exhibiční vystoupení páru ze StarDance atd. Využít je možné i zajímavé představení hlavního sponzora, ten může ke vstupenkám přidat reklamní dárky, soutěž o hodnotné ceny atd.

Potřebujeme vyplnit čas, udržet pozornost diváka z ulice. Potřebujeme dostat na soutěž diváky z města, kde se soutěž pořádá a blízkého okolí. Některé části (např Family time) by mohly být **i bez vstupného, tj. pro širokou veřejnost.**

**Galavečer** má být koncepcí sám o sobě tahák. Něco, na co se lidé budou těšit a na co budou dlouho vzpomínat. **Lidé vyžadují, hledají a kupují zážitky.** A to nabízíme.

Po skončení galavečera může následovat ples, tj. taneční zábava s účastí tanečníků i hostů večera + samozřejmě se mohou účastnit i diváci (doporučte vhodné oblečení, je to společenská akce).

**Vstupenky** bude možné prodávat v několika úrovních a cenách (pozor na cenotvorbu, částka musí být dostupná pro diváka a vám přinést očekávaný zisk):

- celý den + galavečer
- jen na galavečer
- jen na Family time
- nebo jinak

# JEDEME V TOM S VÁMI!

**My v ČSTS jsme připraveni nabídnout organizátorům tohoto nového formátu soutěží pomocnou ruku:**

- zviditelníme vaši soutěž na našich sociálních sítích
- soutěže, které budou obsahovat obě části Gala, podpoříme přímo ve vašem regionu placenou propagací na našich sociálních sítích
- zveřejníme vaši soutěž na webu [csts.cz](http://csts.cz) (grafický banner, článek atd)
- poradíme s propagací a hledáním cest k oslovení nového diváka

Budete-li mít nějaké připomínky, návrhy na zlepšení, napište nám.

[www.csts.cz](http://www.csts.cz) • e-mail: [marketing@csts.cz](mailto:marketing@csts.cz)

## JAK OSLOVIT A NAJÍT NOVÉ DIVÁKY?

Zde přinášíme **souhrn několika tipů marketingového mixu**, který by vám mohl pomoci nebo vás inspirovat při propagaci nového formátu tanečních soutěží směrem k veřejnosti.

Hledáme nové diváky, tj i ty, kteří netuší, že nějaké taneční soutěže existují. Musíme obsadit **online i offline prostor cílenou marketingovou aktivitou.**

## REGION

Zaměřte se na svůj region a okolí. Téměř jistě na TL či STL v Ostravě nepojedou diváci z Kolína nebo Hradce Králové. Mějte ambice vyplnit cílenou propagací přilehlý region, tj. zacílte na geografickou polohu budoucího diváka. Jeho věk může být široký, předpokládejme samostatnost v rozhodování a pohybu tj. v průměru cca 18 – 70 let.

## KOMUNIKACE

Komunikujte událost, tj. termín soutěže, název a také budujte svoji vlastní značku (klubový brand). Svě aktivity soustřeďte na dobu před soutěží, během soutěže a nepřestávejte komunikovat ani po skončení soutěže! Cílová skupina diváků hledá informace a zároveň tak oslovíte i budoucí fanoušky. Potřebujete cílovou skupinu neustále zvětšovat.

## NAČASOVÁNÍ

S propagací začněte včas, lidé plánují na týdny dopředu. První informaci vypusťte cca 2 měsíce před soutěží, postupně, jak se termín konání blíží, by měla komunikace houstnout, tj snažte se obsadit co nejvíce informačních kanálů.

## VIZUÁL SOUTĚŽE A DESIGN

Mějte originální a profesionální vzhled a grafiku soutěže. Buďte rozpoznatelní, snadno identifikovatelní. Vizualní styl ať má soutěž stále stejný nebo využívejte konstantní prvky. Doporučujeme oslovit profesionálního grafika, navrhne vám vizuální stránku i design.

## ONLINE PROPAGACE

Využívejte možností sociálních sítí, **mějte kvalitní web**. Tam všude umístěte informaci o soutěži, pozvěte diváky na galavečer, popište co uvidí. Požádejte o propagaci soutěže i své partnery, sponzory atd. Využijte možností zejména Facebooku (starší diváci) a Instagramu (mladší diváci). Vytvořte **událost** na Facebooku, pozvěte současné fanoušky. Vytvořte **příspěvky** a ty **propagujte** (FB/INSTA), zkuste pokročilejší nastavení **reklamních kampaní** na sociálních sítích, Google, Seznamu, využijte **remarketing** (složitější, spíše ve spolupráci s marketingovou nebo reklamní agenturou), dokáží přivést nové fanoušky. Bez placené propagace (alespoň propagované příspěvky) se na FB/INSTA neobejdete, potřebujete oslovit i své "nefanoušky" a to bez investice už dávno není možné. Maximálně využijte svoji komunitu a přátele, aby vám pomáhali se sdílením.

## OFFLINE PROPAGACE

Letáky, plakáty, bannery, billboardy, polep autobusu, tisková inzerce v lokálních časopisech nebo novinách. Propagace v rádiu, v místní televizi. Inzerujte a distribuujte na více místech, zjistěte, která reklama a kde vám funguje nejlépe. Vytvořte "živou pozvánku"

na vaši taneční soutěž – nacvičte v tanečním klubu vystoupení “Flash Mob” a zatančete na frekventovaném místě ve vašem městě, umístěte tam plakáty, rozdávejte letáky a informujte okolo jdoucí. Udělejte si reklamu (pozor, domluvte si vystoupení s úřady) – lidé sledující Flash Mob si ho budou natáčet na mobilní telefony a sdílet na sociální sítě, taková forma reklamy je pak zadarmo a funguje i jako doporučení.

### **AMBASADOR, OPINIONLEADER**

Využijte ke své propagaci veřejně známou osobnost, kterou ve svém městě máte. Požádejte, aby vaši akci pomohla propagovat. Bude mít velký dosah, pomůže vám oslovit budoucí fanoušky (ambasadora však vybírejte pečlivě).

### **SNADNÁ KOUPE VSTUPENKY**

Vstupenky musí jít koupit jednoduše, nejlépe online. Lidé často a zvláště v online prostředí jednají impulsivně, pokud budou muset pro vstupenky někam chodit a dodržovat otevírací dobu, tím spíše vstupenku nekoupí.

### **PLÁNUJTE A MĚŘTE**

Vytvořte si plán propagace, počítejte investice, měřte, kde jste měli největší účinek. Příště zaměřte snahu hlavně tam, kde vám reklama fungovala nejlépe a kde měla největší přínos.

### **DÍVEJTE SE NA VŠE CO DĚLÁTE OČIMA BUDOUCÍHO FANOUŠKA**

Zkuste se vcítit do postavy toho, koho chcete svojí propagací oslovit. Váš fanoušek (netanečník, prostě jen ten, kdo má rád tanec a chce se na něj dívat a fandit) má jiné potřeby a obavy, než máte vy. Proto je důležité propagaci směřovat na toho, koho oslovujeme.

### **MÉDIA**

Pozvěte na vaši soutěž lokální **novináře**, nebo **influencera**, zkrátka někoho, kdo tvoří kvalitní obsah a má možnost vaši soutěž zviditelnit. Ať o tom co viděli a zažili napíší, natočí video, nafotí fotografie. Kvalitní video či foto report vás pomohou zviditelnit. Cílem je oslovit další nové fanoušky tance a zvětšit tak dosah a vzbudit zájem o další soutěž, kterou budete pořádat (příjemce sdělení si řekne: *“Hele, ta soutěž vypadá pěkně, to bychom příště mohli jít také, co říkáš!”*).

### **ZVIDITELNĚTE PROBĚHLOU SOUTĚŽ SAMI**

Tvořte **svůj vlastní** obsah, který pak použijete na svých sociálních sítích a webu. Zviditelněte ve svém okolí nejen soutěž samotnou, ale využijte ji i ke zviditelnění svého



tanečního klubu. Natočte videa, fotky, pište články na web, Facebook, Instagram... Požádejte své sledující a současné fanoušky o pomoc se sdílením. Nebojte se využít tlačítko "*propagovat*" na FB/INSTAGRAMU, nastavte si cílovou skupinu a použijte sponzorovaný příspěvek. Budte aktuální - dva týdny po soutěži už to nikoho nezajímá.

### **INVESTICE A SPONZOŘI**

Ze začátku vás bude čekat více investic do propagace. Potřebujete, aby co nejvíce lidí z okolí, kde se akce pořádá, o této akci vědělo. Každý obyvatel vašeho města musí vědět o tom, že tehdy a tedy se konají taneční soutěže tam a tam. Větší známost akce v okolí a velká divácká účast jsou současně zajímavé pro sponzory - firmy ve vašem okolí. Oslovte je, nabídněte jim zviditelnění a jejich propagaci. Za to požadujte peníze nebo sponzorské dary, poskytněte jim umístění loga na tištěné materiály, zmínky moderátorem během soutěže, logo v hale, ukázkou jeho produktů či služeb nebo bližší představení značky (ideálně zábavnou formou pro diváky).