



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



MODÜL 4

Sporun Ekonomik indüksiyonu



Bölüm 8

Bölgesel Pazarlama

Spor ve bölge

Uluslararası düzeyde, bazı ülkeler sporcuları sayesinde itibar kazanmıştır.

Bir bölgenin kimliği, takımlarının özellikleri ve nitelikleri veya spor etkinlikleri aracılığıyla da ifade edilebilir.

- Maranello ve Ferrari
- Jamaica ve Usain Bolt
- New Zealand ve All Blacks
- Wimbledon ve tennis

Bölgesel Pazarlama



Bazı durumlarda, spor faaliyeti yerel ürünlerin yarattığı etkiyle karşılaştırılabilir, örn. menşe yerleri ile tanımlanan ürünler:

- 700 milyon Euro değerinde Brunello di Montalcino markası

San Pellegrino Water, 2017 yılında 895 milyon Euro ciro elde etti. 2018 yılında Flagship, San Pellegrino Terme Fabrikası'nın uygulamasına başlandı. Bölgeyi iyileştirmeyi ve dünyanın her yerinden turistleri çekmeyi amaçlayan yeni maden suyu evi olacak.

Bölgesel Pazarlama

- Menşe yerine bağlı ürünlerin etkisi
- San Pellegrino Su
- Brunello di Montalcino



- Bu nedenle spor, mükemmel bir **bölgesel pazarlama** aracı olarak kabul edilebilir.
- Son birkaç yılda birçok çalışma, bölgenin değeri ve bölge sakinleri için refahı ve refahı artırmak için bölgesel pazarlama politikalarının önemi üzerine odaklanmıştır: **bölgesel sermaye.**

- Bölgesel bir pazarlama aracı olarak spor
- Sakinlerin refahını artırmak için bölgesel değer ve bölgesel pazarlama
- Bölgesel sermaye

Ortak değer yaratmak

Bölgesel sermaye, ekonomik faaliyetlerin gelişmesi için başlangıç noktasıdır ve bu, diğerinden ziyade belirli bir coğrafi bölgeye yerleşmekten fayda sağlayabilir.

Başlangıç noktası, hiçbir şirketin bağımsız bir varlık olmaması ve tüm işletmelerin başarısının destek hizmetlerinden ve ilgili altyapıdan etkilenmesidir.

Porter, bu nedenle, bir şirketin rekabet gücünün ve çevredeki toplumun refahının birbiriyle yakından bağlantılı olduğuna inanmaktadır: Şirketin, yetkin bir personeli kullanmak için sağlıklı bir topluluğa, yatırım yapıp yenilik yapabilecek bir ortama ve ürünleri için etkin bir talebe ihtiyacı vardır; aynı şekilde, toplum için zenginlik ve refah yaratmak için işler ve fırsatlar yaratmak için başarılı işlere ihtiyaç duyar. Her ikisi de yeterince yöneten, teşvik eden ve piyasadaki küresel ara bağlantıları engellemeyen kamu politikalarını gerektirir.

2011 yılında, Michael Porter ve Mark Kramer, iki yazarın 2006 Strateji ve Toplum makalesinde yaptığı düşünceleri güçlendiren, açıklayan ve açıklayan Paylaşılan Değer Yaratmak başlıklı bir makale yayınladı: Rekabet Avantajı ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Arasındaki Bağlantı.

- Bölgesel sermaye: başlangıç noktası
- Destek hizmetleri ve çevre şirketler sayesinde başarılı işletmeler
- Porter: ticari rekabet gücü ile toplum refahını birleştirmek

Böyle bir bağlantı, tüm referans bölgesi için avantajlar sağlar

Ulusal ve uluslararası medyaya maruz kalma artıyor

- Turizm tanıtımı
- Okul düzeyinde eğitim faaliyetleri
- Akademi aracılığıyla spor eğitimi

- Ulusal ve uluslararası medyaya maruz kalma
- Turizm tanıtımı
- Eğitim
- Spor eğitimi



Bölgesel Pazarlama

Örnek olay: Dinamo Sassari sezon öncesi

Sardinya'da altı haftalık şampiyona öncesi: «Kıyıda kızıya»

- **Aritzo'dan (Gennargentu dağının eteğindeki dağlık alan) Cagliari'ye, tüm bölge boyunca**
- **En az bir kez, tüm taraftarlar adadaki en önemli takımı maçta görme fırsatı**
- **Etkileri: bilet satın alma, resmi mağaza ürünleri, kulüp evindeki maçlar**

- Sassari Dinamo Sezon Öncesi Dönemine Özel Sardinya'da Seyahat
- Dağdan denize altı hafta
- Tüm hayranlar için bir fırsat
- Bilet satışı, mağazacılık, kulüp evi

Bölgesel Pazarlama



The map of Sardinia highlights a red dashed line representing the preseason tour route. The route starts in Sassari, goes to Olbia, then Padru, Nuoro, Aritzo, Oristano, and finally Cagliari. A bus icon is shown on the route between Oristano and Nuoro.

DINAMO SASSARI **PRESEASON 2019/2020**

- SASSARI
- OLBIA
- PADRU
- NUORO
- ARITZO
- ORISTANO
- CAGLIARI

SEGUICI SULLE NOSTRE PAGINE SOCIAL      DINAMOBASKET.COM

- En önemlisi, Covid-19 sırasında Sardunya hastaneleri için bir milyon euro toplandı
- Olbia Geovillage, arka arkaya 9. kez geri çekilmenin en uzun bölümüne ev sahipliği yapıyor
- Yıllar boyunca yabancı takımlar (başta Türkiye) tarafından sezon öncesi eğitim kampının bir parçası olarak seçildi.
- Avrupa'nın geri kalanından gelen en önemli takımlara karşı sezon öncesi turnuvaların Dinamo'nun sosyal kanallarında özel canlı akışı: sosyal temasların ve etkileşimlerin büyümesi

- Sardunya hastaneleri lehine 1 milyon Euro
- Geovillage inzivanının en uzun kısmı
- Yabancı takımlar tarafından da seçildi
- Tüm turnuvalardan canlı yayın: Avrupa'nın her yerinden kişiler



- 2020 yılında Geovillage, sağlık açısından da zor olan bir dönemde transfer sayısını azaltmak için Süper Kupa eleme turunun 12 yarışına ev sahipliği yaptı.
- Dört takım ve personeli iki hafta boyunca aynı yerde ağırlandı
- 1000 kişilik stadyum, klimalı alan, kapalı yüzme havuzu, ağırlık odası, futbol ve kumda mafsallı çalışma için plaj voleybolu sahası
- Cagliari'deki kapanış: toplantılar, etkinlikler ve sponsorlar ve şampiyonanın başlamasından önceki son turnuva
- Banco di Sardegna ve diğer "bölgesel" sponsorluklar

Bölgesel Pazarlama

- 2020 Süper Kupa Grubu: 4 takım, 12 maç
- Maliyetleri ve transferleri azaltın
- Personel ve ekipler aynı yerde 14 gün geçiriyor
- 1000 kişilik stadyum artı tüm spor tesisleri

Bölgesel Pazarlama





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

