

W imieniu Zarządu PZKaj.

Do wszystkich członków PZKaj, trenerów, zawodników,  
pracowników, działaczy, klubów, sekcji  
oraz osób i podmiotów współpracujących

### Komunikat

W imieniu Zarządu PZKaj oraz własnym chciałym przekazać wszystkim członkom naszego związku, informacje na temat działań marketingowo – PR'owych, które od niedawna zaczęły być widoczne w mediach tradycyjnych, produkcji materiałów prasowych i na łamach naszych platform komunikacyjnych tj. stronie internetowej, Facebooku oraz Instagramie.

Cel mamy jeden. **Zbudować większą popularność kajakarstwa w Polsce.** Zaczynając od tego profesjonalnego, który przyciąga zarówno widzów przed ekrany telewizorów podczas największych światowych imprez sportowych jak i sponsorów chętnych wykorzystać wizerunek topowych sportowców, jednocześnie promując i ocieplając wizerunki własnych marek.

Poza sportem profesjonalnym planujemy zbudować mocny wizerunek kajakarstwa amatorskiego, turystycznego jak i aktywności z wiosłem - jako dobrą alternatywę na zajęcia pozalekcyjne dla dzieci i młodzieży czy ciekawej formy aktywności fizycznej.

To właśnie wśród amatorów, turystów i dzieci dostrzegamy potencjał masowości naszych kajaków, a masowość i powszechność, to obszary o które pytają nas sponsorzy i partnerzy.

W dzisiejszych czasach, uprawianie sportu profesjonalnego na najwyższym światowym poziomie wymaga olbrzymich nakładów finansowych oraz dużego zaplecza logistycznego i dobrego systemu szkolenia. Cały czas należy szkolić szerokie grono dzieci i młodzieży, z których następnie można „łowić” kolejnych potencjalnych mistrzów. To wszystko wymaga nie tylko olbrzymich nakładów finansowo-rzeczowych, ale też dobrej komunikacji, promocji, marketingu i profesjonalnego PR'u.

Łatwiej wtedy o popularność danego sportu, co z kolei przekłada się na ilość chętnych do jego uprawiania zarówno wśród dorosłych jak i dzieci, z których później wyrastają zawodniczki i zawodnicy chętni zdobywać medal na najważniejszych imprezach na świecie.

Za całym tym procesem stoją liczby. Ilość zawodników, ilość dzieci, ilość wydarzeń, zawodów, relacji, zdjęć, postów na FB, interakcji, polubień, materiałów wideo, zasięgów, odsłon filmików itd.

Liczby te z kolei interesują sponsorów, bo za tymi liczbami stoją ludzie – odbiorcy tj. kibice, obserwujący, rodzice, amatorzy, którzy są potencjalnymi klientami naszych sponsorów. Rachunek jest prosty im większa popularność tym większe liczby, im większe liczby, tym lepsza (droższa) nasza oferta sponsoringowa a sponsorzy są skłonni zaoferować więcej środków. Więcej środków to lepsze szkolenie, sprzęt, większy rozwój i popularność, za którym stoją... większe liczby. I kółko się zamyka.

Z tych powodów zdecydowaliśmy się na współpracę z profesjonalistami w dziedzinach mediów, public relations, komunikacji i social mediów. Dostali oni konkretne zadania i cele do realizacji na drodze do postawionego przez nas celu.

Zarząd PZKaj podjął stosowne uchwały i rozpoczęliśmy współpracę z dwoma zespołami. Pierwszy z nich to firma Honest Media, która jako grupa dziennikarzy, która od lat towarzyszy polskim sportowcom podczas zmagania na arenach krajowych i międzynarodowych jest odpowiedzialna za produkcję i przygotowanie materiałów dla Telewizji, Radia i Prasy, o tym co słychać w PZKaj w sferze sportu profesjonalnego. Będą przygotowywać wywiady, filmiki, relacje z zawodów oraz dostarczać odpowiednio przygotowane paczki materiałów gotowych do wykorzystania w ww. mediach.

Drugi zespół to zespół K2 Marketing, który na co dzień zajmuje się kreowaniem, promocją i realizacją wydarzeń sportowych. Zbudowali od podstaw wiele wydarzeń sportowych, doradzają firmom w kwestiach komunikacji i promocji w mediach społecznościowych, współpracują ze sponsorami i realizują kampanie marketingowe. Zespół K2 Marketing będzie odpowiedzialny za komunikację w Social Mediach czyli Facebooku i Instagramie oraz za budowę całkiem nowej komunikacji skierowanej do odbiorców kajakarstwa amatorskiego, turystycznego jak i do rodziców z dziećmi. **Powstanie nowa marka kajakarstwa powszechnego**, nowa strona www i całkiem nowa komunikacja, która ma za zadanie skupić zainteresowanie kajakarstwem aktywnych Polaków i ich dzieci.

Aby cały plan miał szanse powodzenia, my jako **cały związek** musimy zadbać o to, aby oba te zespoły miały o czym pisać i co dystrybuować do szerokiej opinii publicznej. W tej precyzyjnej maszynie, każdy ma

swoje zadania, trenerzy szkolą, zawodnicy trenują, biuro organizuje, prezes zarządza, a zespół odpowiedzialny za marketing, wykorzystuje wszystkie te informacje do wypromowania dyscypliny i zwiększenia jej popularności. Każde działanie takie jak wyjazd na obóz, udział w zawodach, zdobyte osiągnięcia, szkolenie dzieci czy nawet urodziny znanej zawodniczki czy zawodnika są informacją, która przekazana w odpowiedni sposób buduje świadomość otoczenia przez co popularyzuje dyscyplinę... i tutaj znowu dochodzimy do liczb i ich wartości.

Mamy na to konkretny plan działania, który Zarząd wypracował wspólnie z ww. zespołami. Obejmuje on 2 letni okres pracy nad rozwojem i popularyzacją polskiego kajakarstwa i składa się z następujących etapów:

- poprawa czytelności i funkcjonalności oficjalnej strony [www.pzkaj.pl](http://www.pzkaj.pl)
- zbudowanie systemu przepływu informacji o tym „co słyhać w polskim kajakarstwie” do zespołu marketingowego
- zwiększenie obecności w tradycyjnych mediach
- zbudowanie nowej strony www, skierowanej do odbiorcy masowego w trzech grupach docelowych: amatorzy, turyści i rodzice z dziećmi
- wzmocnienie komunikacji w Social Mediach: Facebook, Instagram, YouTube.

Jesteśmy przekonani, że wszystkie powyższe działania przyczynią się do znaczącego wzrostu ilości odbiorców, zwiększenia zasięgów oraz ogólnie mówiąc większej popularności dyscypliny, co w konsekwencji przełoży się na lepszą współpracę ze sponsorami oraz większą ilość młodych zawodników, z których będzie łatwiej wyławiać potencjalne talenty sportowe i dalej diamenty olimpijskie.

Aktualnie przygotowujemy grunt technologiczny i narzędzia niezbędne do dalszych działań.

Uruchomiliśmy adres mailowy; [media@pzkaj.pl](mailto:media@pzkaj.pl) dzięki któremu całe biuro prasowe PZKaj, (media tradycyjne i media społecznościowe) mają dostęp i możliwość promowania wszystkich zdarzeń i informacji o działaniach związanych z kajakarstwem. Wystarczy przesłać materiały. Dzięki nim zwrotnie otrzymacie większą promocję imprez. Możecie też liczyć na biuro prasowe w kwestiach konsultacji i doradztwa medialnego.

Mamy nadzieję, że spotkamy się ze zrozumieniem wspólnego celu, a nasza współpraca z Honest Media i K2 Marketing będzie owocowała efektywną komunikacją zewnętrzną, która ma przynieść długofalowe korzyści całemu środowisku kajakowemu i wszystkim członkom Polskiego Związku Kajakowego.

Na Ogólnopolskich Regatach Konsultacyjnych w Wałczu, które odbędą się 22-24 kwietnia zaplanowaliśmy szkolenie ze współpracy z mediami – naszymi zespołami marketingowymi, tak aby każdy miał świadomość jakie treści przygotowywać i gdzie je wysyłać, aby nasi specjaliści mieli materiał do pracy.

To jest nasz długofalowy plan działania, który dzięki dobrej współpracy, wizji i świadomości założonego celu pomoże nam wszystkim zbudować **silne i rozpoznawalne środowisko kajakowe w Polsce**, a my jako PZKaj będziemy dzięki temu mogli zapewnić możliwości szkolenia profesjonalnego na najwyższym światowym poziomie, wychowując kolejne pokolenie kajakowych medalistek i medalistów którzy dotrą na olimpijski szczyt.

Z wyrazami szacunku

Piotr Szczeszek  
wiceprezes PZKaj ds promocji i rozwoju