

Planul de marketing al Federației Române de Go pentru 2023

09.07.2023

Introducere:

Deși Comisia de marketing a fost activă încă de la începutul anului și a pus în mișcare mai multe inițiative, acesta este primul act oficial care concretizează și stabilește mecanisme în vederea atingerii strategiilor și obiectivelor de marketing.

Pe termen scurt, ne-am stabilit ca obiectiv să sporim vizibilitatea jocului de Go pe rețelele de socializare și pe diverse platforme online. Ne vom concentra pe generarea de conținut atrăgător, având în vedere că mediul online reprezintă cel mai propice teren pentru atragerea de noi jucători sau părinți interesați. Paralel, ne propunem să producem materiale informative, să promovăm cluburile existente la nivel național și să inițiem campanii de promovare pentru a crea o infrastructură necesară integrării jucătorilor noi. În mod cert interacțiunea cu mass-media se află pe agenda noastră, însă aceasta va fi o abordare secundară, fiind necesară în primul rând o prezență online puternică și o recunoaștere solidă a jocului de Go. Încă de la începutul anului, mai exact 28 ianuarie, avem o pagină oficială pe Facebook, "Federația Română de Go - FRGO", care a înregistrat până acum 35.000 de accesări și a atras 217 urmăritori. Au fost create 44 de postări.

În completarea atribuțiilor ce revin Comisiei, ne propunem îmbunătățirea comunicării interne, crearea unor canale de comunicare cât mai accesibile pentru toți membrii FRGO, promovarea dialogului și schimbului de resurse pentru a facilita funcționarea întregii Federații. De asemenea, ne propunem colaborarea cu celelalte Comisii în ceea ce privește organizarea competițiilor, contactul cu organizatorii, aspecte administrative și alte aspecte ce țin de bunul mers al Federației.

Componenta Comisiei de marketing și comunicare:

Președinte – Dobraniș Darius

Membri – Țăranu Mihaela

Viziune generală

Un plan de acțiune este esențial pentru a asigura claritatea în privința organizării, motivării, monitorizării, eficienței și responsabilității. Prezentul plan are ca **termen limită data de 31 decembrie 2023**. Termene limită intermediare vor fi stabilite pentru fiecare proiect în parte.

1. Crearea unei adrese electronice a Comisiei – comunicare@frgo.ro;
2. Întregirea Comisiei – vot în Biroul Federal pentru completarea Comisiei.

Concret, avem nevoie de persoane responsabile pentru fiecare dintre următoarele activități:

- a. Încărcare informații pe site-ul oficial: www.frgo.ro;
 - b. Servicii organizare concursuri: crearea de conținut, anunț pe canalele de comunicare, relația cu FRGO, crearea de documente pentru înscriere, premii (trofee, medalii);
 - c. Crearea de conținut pentru promovare de orice tip, dar și materiale de studiu pentru nivel avansat.
3. Crearea unor legitimații pentru toți sportivii FRGO.

Notă: Înainte de a le crea, trebuie să ne consultăm cu Biroul Federal asupra modelului de "contract" pe care îl semnează fiecare sportiv, un document ce cuprinde prevederi GDPR și alte detalii relevante;

4. Creare unui regulament de conduită aferent grupului "FRGO", de pe platforma Facebook;
5. **Stabilirea unui mecanism de comunicare** al anunțurilor importante și concursurilor. Se va crea un „grup de permanență”, care se schimbă o dată la o lună, format din cel puțin doi membri care vor prelua toate activitățile de comunicare, având termene limită bine definite. Aceștia vor fi în contact și cu secretarul general.

Astfel:

- (a) Comunicarea concursurilor – cu cel puțin 21 de zile înainte de desfășurarea acestora.
Comunicarea presupune anunțarea concursului, materialul vizual postat pe Facebook, deschiderea înscrierilor, prezentarea succintă a concursului;
- (b) Urcarea pe site-ul frgo.ro a proceselor verbale ale ședințelor de Birou Federal – cel mult patru zile de la încheierea ședinței;
- (c) Transmiterea anunțurilor importante către cluburi – cel mult trei zile de la solicitare;
- (d) Transmiterea anunțurilor de interes comun – cel mult șapte zile de la solicitare.

Grupul de permanență va fi în contact direct cu creatorii de conținut care vor genera, în măsura posibilităților, imagini vizuale sub formă de postere pentru concursul sau anunțul respectiv.

6. Instituirea unui task force de răspuns rapid – format din membri ai Comisiei, președintele, vicepreședintele și secretarul general al FRGO pentru a gestiona mai eficient și operațional probleme sau comunicări urgente;
7. Crearea unei mape de prezentare a tuturor cluburilor și instructorilor din România, cu numere de contact și o scurtă descriere a fiecăruia, sortați în funcție de județ. În primă fază, se dorește ca

- această mapă să fie afișată sub forma unei pagini web care poate fi accesată de pe canalele de social media ale Federație;
8. În strânsă legătură cu punctul anterior, conceperea unui ecosistem care să integreze publicul de pe canalele de socializare în comunitatea românească de GO; pe lângă contactul cu cluburile active, se propune realizarea unei secțiuni dedicate exclusiv începătorilor, de tipul “How to” sau “Tips and tricks”;
 9. Intrarea pe cel puțin încă un canal de comunicare: Instagram, poate Tik Tok;
 10. Conceperea unui buletin informativ cu informații și detalii relevante despre activitatea FRGO, dar și cu secțiuni diverse referitoare la competiții sau anunțuri comerciale;
 11. Materiale de prezentare FRGO pentru atragerea de sponsori; poate fi un proiect vast, unde materialele vor include și testimoniale sau mecanisme de promovare și asociere a imaginii cu sponsorul. Un subiect vast, care va fi abordat la momentul oportun și demarat un proiect complex;
 12. Cosmetizarea site-ului frgo.ro, un acces mai facil și mai organizat al paginii. Ca soluție imediată și apropiată, la un tarif rezonabil datorită implicării persoanei în comunitate, există disponibilitate în acest sens. Detalii suplimentare urmează a fi discutate în ședință de Birou Federal;
 13. Este important să sponsorizăm postările cu conținut de interes general și să creăm materiale care să atragă publicul care nu este familiarizat cu jocul de Go. Ar trebui să luăm în considerare și stabilirea unor parteneriate cu personalități publice sau influenceri pentru a promova jocul. Totuși, acest pas ar trebui luat doar dacă avem deja un ecosistem bine dezvoltat, așa cum este menționat în punctele anterioare.

Obiective în cifre

Momentan dispunem doar de platforma Facebook ca etalon, fiind totuși o platformă cu deschidere largă spre publicul țintă. În același timp, popularizarea jocului de Go, a altor pagini de pe rețele de socializare sau a comunității va crește concomitent și pagina-magnet de Facebook. Astfel, obiectivele sunt:

1.000 de urmăritori până la 31 decembrie 2023

100.000 accesări până la 31 decembrie 2023

100 de postări până la 31 decembrie 2023