

## მოკლედ:

საქართველოში ფეხბურთი დიდი პოპულარულობით სარგებლობს. ქვეყნის მოსახლეობის ძალიან დიდი ნაწილი უცხოური კლუბების გულშემმატკივრობაში აქტიურადაა ჩართული. არსებობს აზარტული ინტერესი ევროპული ქვეყნების საკმაოდ დაბალი კლასის ლიგის თამაშების მიმართაც. მაგრამ, ქართული კლუბების თამაშებისადმი ინტერესი ძალიან დაბალია. შიდა ჩემპიონატის თამაშებს ძალიან ცოტა ადამიანი ესწრება, რაც თავისთავად ნეგატიურად აისახება გუნდების/ფეხბურთელების მოტივაციასა და ზოგადად, ქართული ფეხბურთის განვითარებაზე. საჭიროა შემუშავდეს, მოსახლეობასთან საკომუნიკაციო გეგმა, რომელიც გაზრდის ქვეყნის შიდა ჩემპიონატის თამაშებზე დასწრების სურვილს.

## სიტუაციის აღწერა:

საქართველოს ფეხბურთის ფედერაციის მიერ მოწოდებული ინფორმაციის საფუძველზე ჩანს, რომ ქვეყნის მოსახლეობის 88%-ს გააჩნია ზოგადი ინტერესი ფეხბურთის მიმართ, რაც სხვა ევროპულ ქვეყნებთან შედარებით საკმაოდ კარგი მაჩვენებელია. თუმცა, ფეხბურთის მოყვარულთა 1% თუ იქნება, ქართული კლუბების თამაშებზე ნამყოფი. მიუხედავად იმისა, რომ აღნიშნულ თამაშებზე დასწრება ხშირ შემთხვევაში უფასოა ან სიმბოლური ფასი ღირს, თბილისის მაშტაბით მხოლოდ რამდენიმე ასეული მაყურებელი სტუმრობს სტადიონს, შედარებით უკეთესი მდგომარეობაა რეგიონებში, სადაც კარგია დასწრების დონე. ცარიელი სტადიონი თავისმხრივ არ ქმნის იმ ემოციურ ერთსულოვნებას, რის გამოც ფეხბურთის ფანებს უყვართ სტადიონზე სიარული. ფეხბურთის მოყვარულთა განცხადებით, მათ ურჩევნიათ ჯგუფურად, თანამოაზრეებთან ერთად სხვადასხვა გარემოში უყურონ დაბალი კლასის ევროპული კლუბების თამაშს, [სახლში, ბარში, ტოტალიზატორში და ა.შ] ვიდრე სტადიონზე დაესწრონ დონით მსგავსი ქართული კლუბების შეხვედრას.

ჩვენი ქვეყნის ერთ-ერთი პრიორიტეტია ფეხბურთის განვითარება, ეს კი გამორიცხულია ეროვნული ჩემპიონატის განვითარების გარეშე. ამ მიმართულებით მუშაობა დაწყებულია და 2017 წლის მარტიდან საქართველოს ფეხბურთის ფედერაცია იწყებს სრულიად განახლებული ფორმატის მქონე ეროვნულ ჩემპიონატს, რომელსაც ექნება საკუთარი ბრენდირება, ტელე-ტრანსლაცია. (სავარაუდო სახელი “პრო ლიგა”).

განახლებულ ჩემპიონატში წარმოდგენილი იქნება შედარებით ნაკლები გუნდი, ვიდრე ეს იყო აქამდე [10 გუნდი დარჩება], რაც თავისთავად გაზრდის თამაშების სანახაობრივ დონეს. განახლებული ლიგის თამაშები დაგეგმილია იმგვარად, რომ არ დაემთხვეს მსოფლიოში მიმდინარე მნიშვნელოვან საფეხბურთო მოვლენებს.

## დავალება:

1. შეიმუშავეთ საკომუნიკაციო კამპანია, რომელიც უზრუნველყოფს ქვეყნის შიდა ჩემპიონატის თამაშებზე დამსწრე მაყურებლის რაოდენობის ზრდას.
2. წარმოადგინეთ აღნიშნული კამპანიის გაშლა სამ განსხვავებულ საკომუნიკაციო არხში:
  - **Digital** - იგულისხმება ონლაინ პლატფორმები, სოც. ქსელები, სმარტფონ აპლიკაციები, საიმიჯო ვებ-გვერდები, ინტერნეტ ბანერები, პრეროლები....
  - **Outdoor** - იგულისხმება როგორც ბილბორდები და პლაკატები, ასევე ხალხმრავალი ექსპერიმენტები, ბრენდირებული წარმოდგენები...
  - **მე-3 საკომუნიკაციო არხის** შერჩევა თქვენთვის მოგვინდია.

## შესასრულებელი ამოცანები:

ამჟამად, შიდა ჩემპიონატის თამაშებს წელიწადში დაახლოებით 30 000 \*უნიკლური მაყურებელი ესწრება. თქვენი კამპანიის მიზანია მომავალ წელს, განახლებული ჩემპიონატის ფარგლებში ეს რიცხვი მინიმუმ 150 000-მდე გაიზარდოს.

\*უნიკალური მაყურებელი - უნიკალურია მაყურებელი, რომელიც სეზონის განმავლობაში ერთხელ მაინც სტუმრობს თამაშს, თუ ადამიანი სეზონის ყველა თამაშს ესწრება ის მთელი სეზონისთვის მაინც 1 უნიკალურად ითვლება.

## მიზნობრივი აუდიტორია:

16-40 წლის; ფეხბურთის მოყვარული ადამიანები.

კამპანიის პერიოდი: 1 მარტი - 1 აგვისტო; 2017 წელი

ბიუჯეტი: 50,000 \$

ნამუშევრის წარსადგენად აუცილებელია [info@marketer.ge](mailto:info@marketer.ge)-ზე, კვირას 6 ნოემბერს 23:00-მდე გადმოიგზავნოს:

- კამპანიის აღწერა Word-ის დოკუმენტში არაუმეტეს 500 სიტყვისა. (მთავარი იდეისა და საკომუნიკაციო სტრატეგიის აღწერა/დასაბუთება თუ რატომ ფიქრობთ, რომ იმუშავებს; დაგეგმილი აქტივობების საკომუნიკაციო არხებში გაშლა.)
- მაქსიმუმ 10 სლაიდიანი PPT პრეზენტაცია. (სტრატეგიის და დაგეგმილი აქტივობების პრეზენტაცია - როგორი იქნება დაგეგმილი აქტივობები რეალურ ცხოვრებაში)

გთხოვთ გაითვალისწინოთ, რომ უიურის წევრები სწორედ ამ ორი დოკუმენტით შეგაფასებენ. გირჩევთ, მაქსიმალურად მარტივად და განსაგებად ჩამოაყალიბოთ თქვენი სათქმელი. გისურვებთ წარმატებას!!!