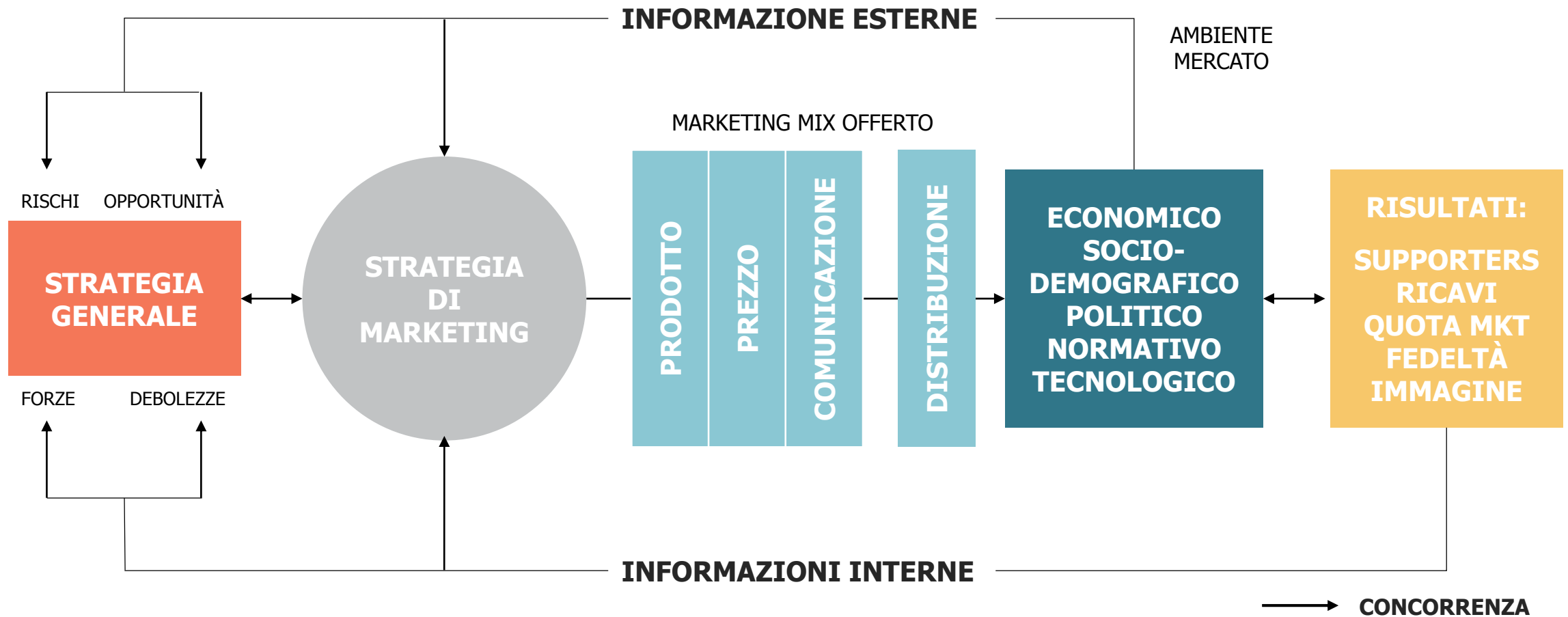


La figura illustra schematicamente il **processo** attraverso il quale si esplicano le **varie attività di marketing**. Lo schema sottolinea, innanzitutto, la **continuità del processo stesso** e, pertanto, la **necessità di una capacità di costante verifica nella sintonia tra la società ed il mercato** in cui vuole operare attraverso un **rapporto di continua interazione**.





## MARKETING ANALITICO

Per **marketing analitico** si possono intendere tutte quelle attività che devono mettere in grado di decidere al meglio sulle scelte aziendali riguardanti il mercato.

## MARKETING STRATEGICO

Il **marketing strategico** si riferisce alle attività con le quali si decidono le linee di sviluppo nel mercato e le modalità distintive con le quali la società ha deciso di caratterizzarsi per il conseguimento degli obiettivi di medio - lungo termine.

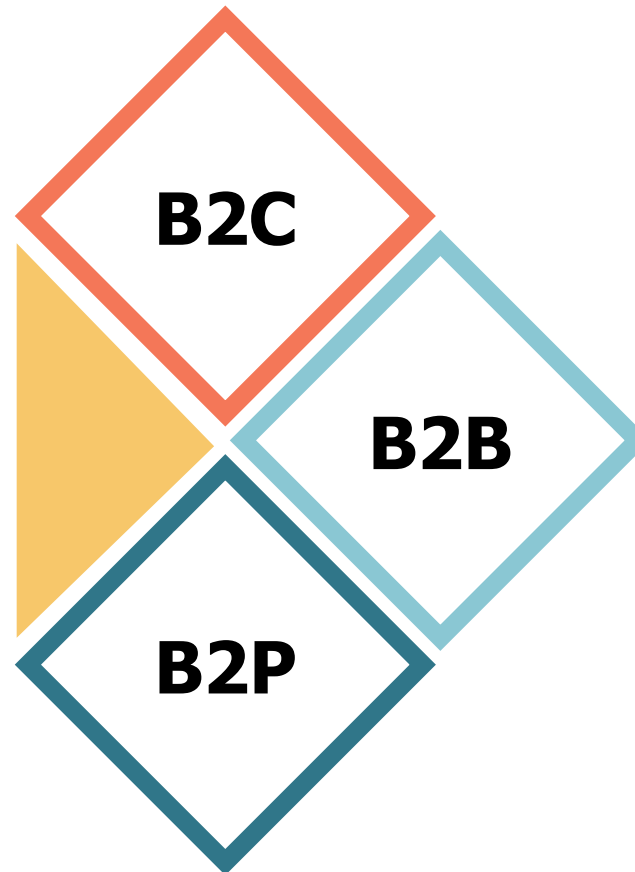
## MARKETING OPERATIVO

Il **marketing operativo** concerne tutte le attività che realizzano, nel breve termine, le strategie formulate e riguardano, in particolare, le iniziative comunicative e distributive, nonché i potenziamenti tattici del servizio o prodotto e del prezzo.

# I tre mercati delle organizzazioni sportive

L'elencazione delle possibili aree di attività a disposizione di un'organizzazione sportiva, evidenzia come il marketing sportivo sia impegnato a confrontarsi con **tre situazioni strutturalmente molto diverse**.

Questa diversità comporta la capacità di sapere **differenziare** gli **strumenti** e le **metodologie** da applicare di volta in volta così da poter suddividere il marketing delle organizzazioni sportive in tre grandi sottoclassi.



Il marketing rivolto ai singoli individui, ovvero **B2C**.

Il marketing rivolto alle **aziende**, ovvero **B2B**.

Il marketing rivolto alla **pubblica amministrazione**, ovvero **B2P**.

I tre mercati hanno un insieme di **caratteristiche molto differenti** e, di conseguenza, le **iniziative di marketing** da svolgere devono essere anche **molto differenti**.

B2C	B2B	B2P
Biglietti/iscrizioni	Trading	Sponsor/pubblicità
Merchandising	Sponsor/pubblicità	Stadio/impianto
Editoria	Contenuti	Turismo
Sanità	Sanità	
Scommesse	Immobiliare	
Addestramento	Stadio/impianto	
Servizi	Immagine atleti	
Finanza		

# OSPEDALI PRIVATI FORLÌ: LA CONVENZIONE DEDICATA AGLI ISCRITTI A PALESTRE E ASSOCIAZIONI DEL TERRITORIO

Per favorire il benessere e diffondere la cultura della pratica sportiva nella popolazione, **Ospedali Privati Forlì** ha previsto **speciali convenzioni** con società sportive, professionistiche e dilettantistiche, ma anche palestre e strutture selezionate del territorio.

I loro iscritti possono godere delle **prestazioni specialistiche** del **servizio di Medicina dello sport** e delle competenze del team multidisciplinare di Ospedali Privati Forlì a condizioni vantaggiose. Sono incluse nella convenzione le prestazioni legate al rilascio del certificato di idoneità sportiva, ma anche esami diagnostici, trattamenti di fisioterapia e consulenze nutrizionali.



**Ospedali  
Privati Forlì**



# ISTITUTO PER IL CREDITO SPORTIVO

**ICS** è l'unica banca pubblica a servizio del Paese per il sostegno allo Sport e alla Cultura.

Leader nel finanziamento all'impiantistica sportiva grazie alla tradizione e all'esperienza consolidata in oltre sessant'anni di attività

La FIGC ha stipulato una Convenzione con l'Istituto per il Credito Sportivo, che ha permesso l'introduzione di un programma di finanziamento specifico erogato da ICS per gli interventi di riqualificazione degli impianti calcistici italiani.

Tale programma è finalizzato al miglioramento della categoria UEFA degli stadi di calcio (con l'aumento del numero di impianti che potranno ospitare le partite delle Nazionali o di coppe europee per club) e ad altre tipologie aggiuntive di interventi infrastrutturali, comprendendo anche l'investimento per la realizzazione e l'ammodernamento dei centri sportivi federali.



# STUDIO LEGALE SPECIALIZZATO IN DIRITTO SPORTIVO

**DCF Sport Legal** è uno studio legale specializzato in consulenza ed assistenza giuridico – sportiva a favore di atleti, dirigenti, società e federazioni sportive.

L'attività di DCF consiste in:

- consulenza per la stipula e la risoluzione di contratti di ogni genere in ambito sportivo;
- assistenza e supporto giudiziale avanti agli organi di giustizia ordinaria e sportiva;
- sostegno giudiziale in materia antidoping e in materia arbitrale;
- studio ed implementazione di piani di ristrutturazione del debito aziendale di società afferenti al mondo sportivo;
- organizzazione di corsi di formazione per agenti e procuratori sportivi.



I tre marketing delle società sportive sono tra di loro **strettamente interconnessi** giacché l'uno alimenta l'altro.

Conquistando grandi masse di praticanti e sostenitori, una **società è in grado di offrire alle aziende un'occasione di comunicazione** con queste persone in cambio di compensi che permetteranno alla società sportiva di rinforzarsi e di essere ancora più attraente agli occhi degli appassionati in **un processo di continuo interscambio dove un fronte alimenta l'altro e viceversa**.

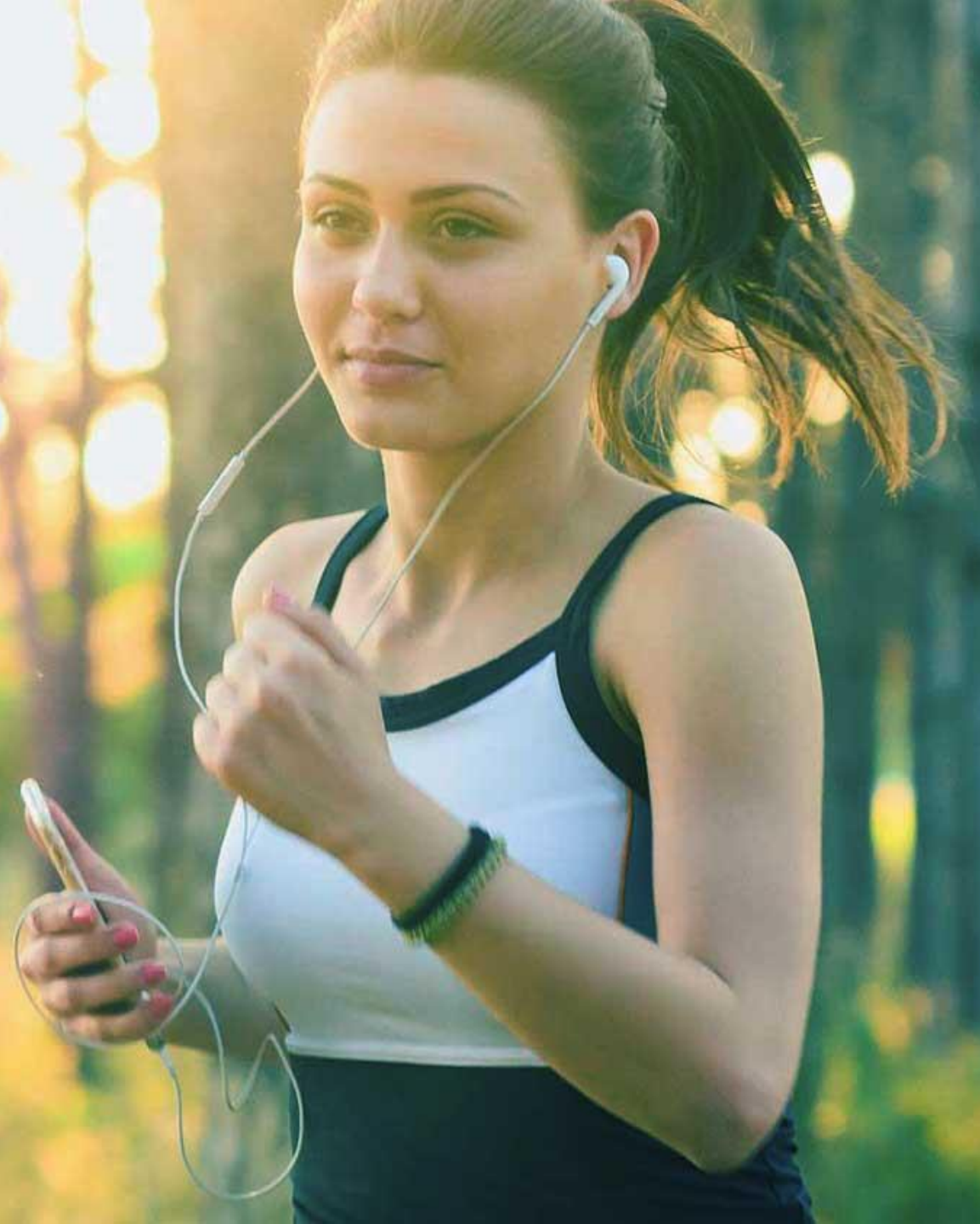




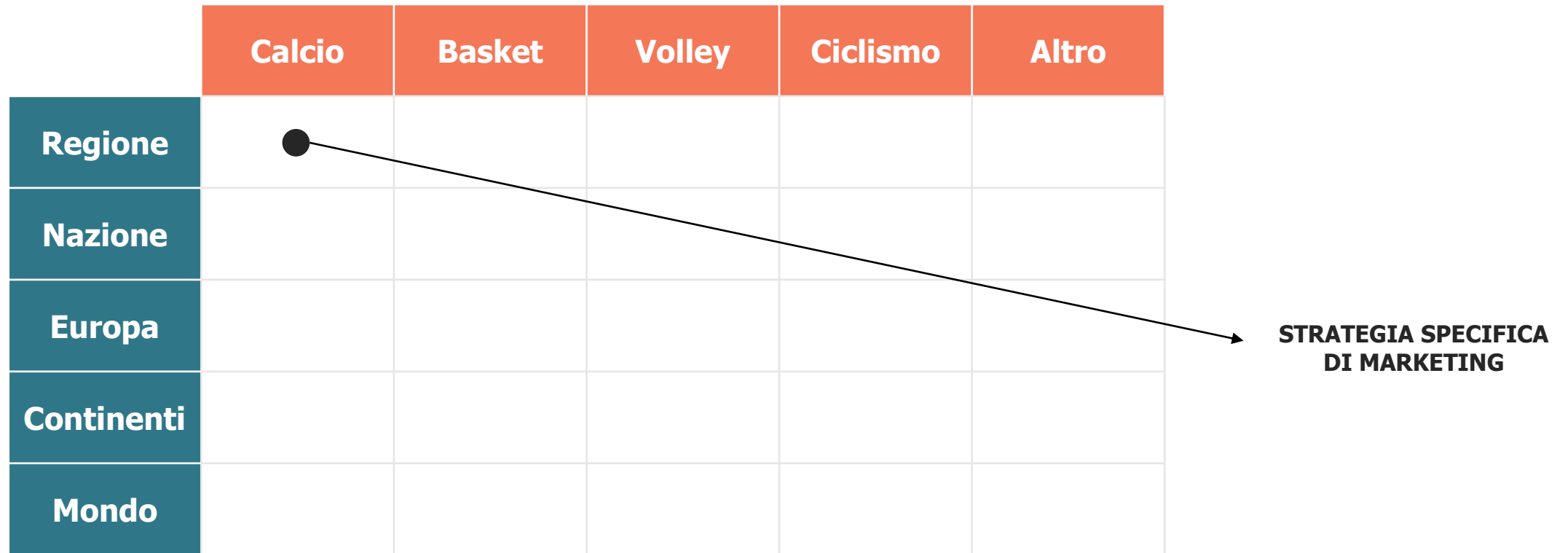
# Le strategie di marketing delle organizzazioni sportive

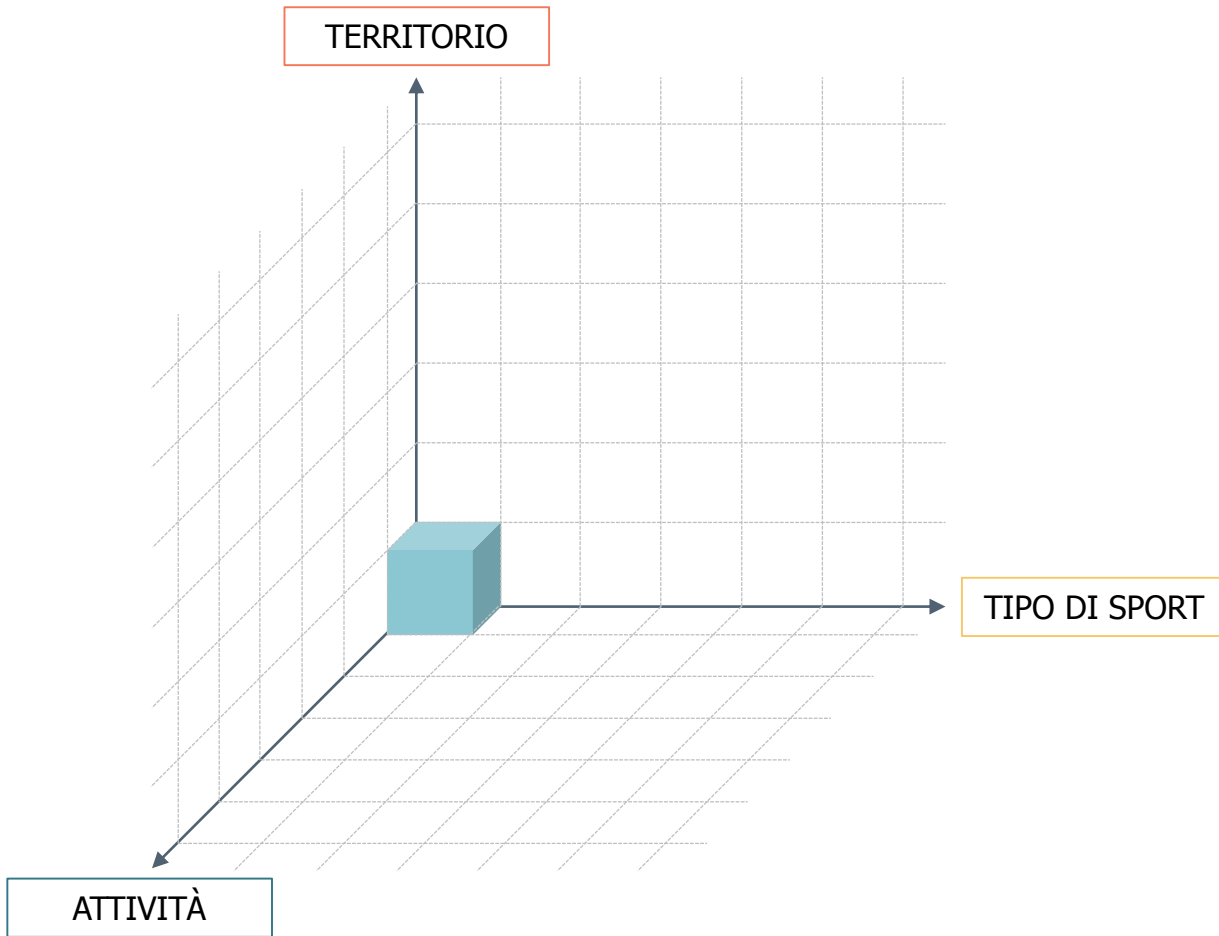
Possono essere identificati due livelli strategici per le organizzazioni sportive:

1. il primo identifica in quale **sport**, **area geografica** e di **attività** impegnarsi, denominato ***corporate marketing***;
2. il secondo volto a **formulare**, nell'ambito della precedente scelta, una **definizione dei segmenti a cui rivolgersi prioritariamente** e con quale tipo di offerta, denominato ***business marketing***.



La **strategia generale di marketing** si riferisce alla scelta di "**dove competere**", intendendo sia il **tipo di sport** (calcio, basket, volley, ecc.) che l'**area geografica** (regionale e/o internazionale) e l'**area di attività** (ticketing, sponsorizzazioni, merchandising, ecc.)





La scelta strategica, a questo livello, può innanzitutto indirizzare una società a **specializzarsi in un solo sport** o a **diversificarsi in più ambiti attraverso**, ad esempio, la formula della polisportiva.



Ragionamento analogo può essere fatto per quanto riguarda **l'area geografica** d'interesse in quanto si può decidere di sviluppare la propria area d'influenza in **più o meno numerose** aree geografiche a livello sia nazionale sia internazionale.

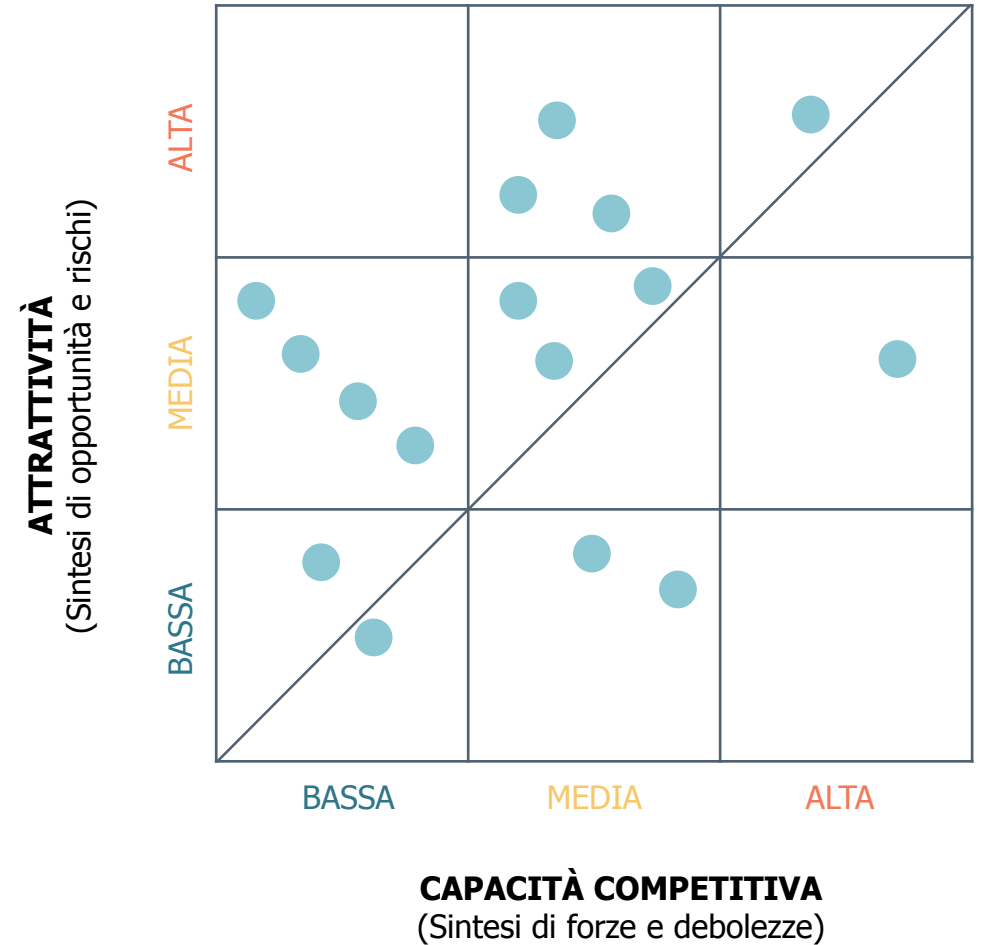


Inoltre un'organizzazione può decidere di investire in **specifiche**, oltre a quelle di base, **aree di attività** come il merchandising o la gestione impianti o le scuole giovanili, ecc.

La **strategia generale di marketing** può essere intesa come la **scelta e l'intensità d'investimento nelle possibili aree sportive, geografiche e di attività**, nonché il coordinamento delle sinergie tra le aree stesse.

Uno strumento utile per formulare questa strategia è la **mappa di posizionamento** dove si esplicitano le due dimensioni fondamentali:

- quella relativa al **mondo esterno** ed espressa dalla **valutazione dell'attrattività** di ogni area o sportiva o geografica o di attività;
- quella **interna** espressa dalla **capacità competitiva** che l'organizzazione ritiene di avere in ognuna delle suddette aree.



Una volta definito l'ambito strategico di proprio riferimento si deve provvedere a formulare una **strategia specifica di marketing per ogni area** operativa, intesa come la **scelta**, una volta fissati gli obiettivi da perseguire, **dei segmenti di domanda** a cui si vuole prioritariamente rivolgere **e della offerta che si intende proporre** a tali segmenti.

Per fare questa scelta si devono individuare tutti i possibili segmenti di domanda e, tra questi, scegliere quelli su cui puntare in modo più determinato.



Le classiche alternative disponibili sono quelle relative a **strategie indifferenziate, differenziate e concentrate.**

Nella strategia **indifferenziata** si cerca di raggiungere tutti i segmenti con la stessa offerta. Tale strategia è sempre meno efficace nei tempi moderni, in cui aumentano le differenze e la concorrenza.

Nel caso della strategia **concentrata** si mira solo ad uno specifico tipo di clientela e su quella si puntano tutte le proprie carte. Ciò è particolarmente opportuno per le piccole società che non possono avere grandi mezzi.

Per chi voglia perseguire obiettivi più ambiziosi è, invece, necessario sviluppare una strategia **differenziata**, che cerchi di raggiungere tutti, o quasi tutti, i diversi segmenti, ma con modalità di offerta opportunamente differenziata.



## **STRATEGIA DIFFERENZIATA: LA CAMPAGNA ABBONAMENTI DELLA UYBA BUSTO ARSIZIO**

**Red Carpet** è il claim per la campagna abbonamenti della UYBA Busto Arsizio per la stagione 2019-2020: il tappeto è rosso, colore simbolo della società, e richiama l'appuntamento con le grandi occasioni, la volontà di continuare ad essere protagonisti in Italia e in Europa.

Red Carpet è simbolo di ambizione sportiva, senza rinunciare ad un tocco glamour, ben rappresentato dalla capitana Alessia Gennari nella grafica ufficiale studiata da Swing Communication. L'attenzione all'eleganza e uno sguardo alla moda sono da sempre elementi caratteristici delle farfalle e motivo di grande attrazione da parte del pubblico.



C A R P E T

Ancora prezzi bloccati e tessera all-inclusive!

PREZZI RINNOVI ABBONAMENTI

Super Vip\* 500 euro

Parterre 230 euro  
ridotto da 2 a 10 anni non compiuti e over 65: 180 euro

1° Anello [NUMERATO] 160 euro  
ridotto da 2 a 10 anni non compiuti e over 65: 100 euro

1° Anello [NON NUMERATO] 115 euro  
ridotto da 6 anni compiuti a 14 anni non compiuti e over 65: 80 euro  
da 0 a 6 anni non compiuti: omaggio

2° Anello [NON NUMERATO] 50 euro  
ridotto da 6 anni compiuti a 14 anni non compiuti e over 65: 35 euro  
da 0 a 6 anni non compiuti: omaggio

PREZZI NUOVI ABBONAMENTI

Super Vip\* 500 euro

Parterre 250 euro  
ridotto da 2 a 10 anni non compiuti e over 65: 200 euro

1° Anello [NUMERATO] 180 euro  
ridotto da 2 a 10 anni non compiuti e over 65: 120 euro

1° Anello [NON NUMERATO] 130 euro  
ridotto da 6 anni compiuti a 14 anni non compiuti e over 65: 90 euro  
da 0 a 6 anni non compiuti: omaggio

2° Anello [NON NUMERATO] 60 euro  
ridotto da 6 anni compiuti a 14 anni non compiuti e over 65: 40 euro  
da 0 a 6 anni non compiuti: omaggio

PREZZI TAGLIANDI PER LE SINGOLE PARTITE

Parterre	25 euro	1° Anello [NUMERATO]	18 euro	1° Anello [NON NUMERATO]	13 euro	2° Anello [NON NUMERATO]	6 euro
----------	---------	----------------------	---------	--------------------------	---------	--------------------------	--------

ridotto da 2 a 10 anni non compiuti e over 65: 17 euro da 0 a 2 anni omaggio senza posto assegnato

ridotto da 2 a 10 anni non compiuti e over 65: 13 euro da 0 a 2 anni omaggio senza posto assegnato

ridotto da 6 anni compiuti a 14 anni non compiuti e over 65: 8 euro, da 0 a 6 anni non compiuti: omaggio

da 0 a 6 anni non compiuti: omaggio

SOCIETÀ SPORTIVE: solo per gruppi superiori a 15 unità, solo su prenotazione all'indirizzo [tickets@volleybusto.com](mailto:tickets@volleybusto.com) entro 48 ore dall'inizio dell'evento: biglietti a soli 4 euro cad. (settore secondo anello).

Super Vip\*

Per i veri appassionati UYBA che non vogliono davvero perdersi niente dal cortile e dall'ospitalità del Palayamamay (solo per i posti parterre, in vendita solo presso sede UYBA Volley presso il Palayamamay, dal 20 agosto ogni martedì e giovedì dalle 17 alle 19.30 per i rinnovi, dal 24 settembre per i nuovi, stessi orari).

- Tessera valida per tutte le partite
- Ingresso dedicato al palazzetto
- Parcheggio riservato in area delimitata
- Accesso alla sala hospitality parterre
- Maglia UYBA autografata da tutte le giocatrici
- Partecipazione ad un evento esclusivo con la squadra durante la stagione

Promo famiglia

Valida solo per il settore Secondo Anello (necessario presentare documento di Stato di famiglia o autocertificazione, in vendita solo presso sede UYBA Volley presso il Palayamamay, dal 20 agosto ogni martedì e giovedì dalle 17 alle 19.30). A ogni nucleo familiare composto da almeno due genitori + figli: per uno dei figli la tessera è in omaggio. Per le rimanenti tessere intero 60 euro (se rinnovo 50), ridotto 40 euro (se rinnovo 35).

Promo gruppi

[ORATORI - SCUOLE - SOCIETÀ SPORTIVE]  
Per ogni gruppo composto da almeno 30 persone, il 50% è in omaggio (Promozione valida solo per il settore secondo anello. Per esempio, un gruppo di 50 persone, pagherà 60 abbonamenti 60 euro cad e ne riceverà 30 in omaggio. In vendita solo presso sede UYBA Volley presso il Palayamamay, dal 20 agosto ogni martedì e giovedì dalle 17 alle 19.30.

TUTTE LE DATE DELLA CAMPAGNA ABBONAMENTI:

RINNOVI:

19/08/19 - 19/09/19 Prestazione vecchi abbonati (solo interi) online su [www.volleybusto.com/tickets.php](http://www.volleybusto.com/tickets.php), sempre presso punto vendita Viva Ticket Bar Savoia di via Ventidue Marzo 2 a Busto Arsizio (anche ridotti).

Rinnovi Abbonamento Super Vip, gruppi, promozione famiglia solo presso sede UYBA Volley presso il Palayamamay, dal 20 agosto ogni martedì e giovedì dalle 17 alle 19.30.

Cambi settore: venerdì 20 settembre, sede UYBA Volley al Palayamamay dalle 17 alle 20.

NUOVI ABBONAMENTI:

Per i settori Primo anello non numerato e secondo anello non numerato: dal 19/08/19 on-line [www.volleybusto.com/tickets.php](http://www.volleybusto.com/tickets.php) (solo interi), sempre presso punto vendita Viva Ticket Bar Savoia di via Ventidue Marzo 2 a Busto Arsizio (anche ridotti).

Per i settori Parterre numerato e Primo anello numerato: da martedì 24 settembre vendita nuovi abbonamenti on-line [www.volleybusto.com/tickets.php](http://www.volleybusto.com/tickets.php) (solo interi), sempre presso punto vendita Viva Ticket Bar Savoia di via Ventidue Marzo 2 a Busto Arsizio (anche ridotti).

Nuovi Abbonamenti Super Vip - Aziende - Promozione famiglia - gruppi: da martedì 24 settembre solo presso sede UYBA Volley presso il Palayamamay, ogni martedì e giovedì dalle 17 alle 19.30.

RITIRO TESSERE ACQUISTATE SU INTERNET:  
Alla cassa accrediti del Palayamamay alla prima giornata casalinga di campionato.

[www.volleybusto.com](http://www.volleybusto.com)

Per la stagione 19/20, la società biancorossa ha deciso di consegnare ai suoi ammiratori una **tessera all-inclusive**: dentro le 13 gare di regular season, tutta la CEV Cup (esclusa finale se giocata in gara unica), la Coppa Italia e tutti i Play-off scudetto.

Confermate le **promozioni** per le **famiglie**, per i **gruppi** (scuole ed oratori), e l'abbonamento **Super Vip**.

Inoltre, a tutti i tifosi era data la possibilità di salire in prima persona sul "Red Carpet" UYBA tramite un'**iniziativa social**: inviando una propria **foto a figura intera** per avere la locandina ufficiale personalizzata.







C A R P E T



*Nuove opportunità per le aziende!*

## Aziende

Ecco i nuovi pacchetti

*"Happy Hour", "Brunch" e "Dinner"*

per godere di ogni confort al Palayamamay e ospitare gratuitamente per un evento in Casa UYBA i propri dipendenti o i propri clienti.

### Happy Hour

**2000 euro**

3 tessere valide per tutte le partite

Ingresso dedicato al palazzetto

1 Parcheggio riservato in area delimitata

3 accessi alla sala hospitality parterre

1 Maglia UYBA autografata da tutte le giocatrici

Partecipazione ad un evento esclusivo con la squadra durante la stagione (per 3 persone)

Una serata in Casa UYBA per aperitivo dedicato per 20 ospiti

### Brunch

**3000 euro**

4 tessere valide per tutte le partite

Ingresso dedicato al palazzetto

1 Parcheggio riservato in area delimitata

4 accessi alla sala hospitality parterre

1 Maglia UYBA autografata da tutte le giocatrici

Partecipazione ad un evento esclusivo con la squadra durante la stagione (per 4 persone)

Un mezzogiorno in Casa UYBA per brunch dedicato per 25 ospiti

### Dinner

**5000 euro**

5 tessere valide per tutte le partite

Ingresso dedicato al palazzetto

1 Parcheggio riservato in area delimitata

5 accessi alla sala hospitality parterre

1 Maglia UYBA autografata da tutte le giocatrici

Partecipazione ad un evento esclusivo con la squadra durante la stagione (per 5 persone)

Una serata in Casa UYBA per cena dedicata per 30 ospiti

e-work



Unet

UYBA VOLLEY BUSTO ARSIZIO

CAMPAGNA ABBONAMENTI STAGIONE 2019 / 2020

In vendita dal 20 agosto ogni martedì e giovedì dalle 17 alle 19.30, per informazioni: **0331 342 598** oppure [info@volleybusto.com](mailto:info@volleybusto.com).

[www.volleybusto.com](http://www.volleybusto.com)

La strategia differenziata dei prezzi, adottata dalla società del presidente Giuseppe Pirola, ha introdotto nuove opportunità per le **aziende**, che attraverso **pacchetti "Happy Hour", "Brunch" e "Dinner"** hanno goduto di ogni confort al PalaYamamay e ospitato gratuitamente per un evento in casa UYBA i propri dipendenti o i propri clienti.

I pacchetti per le aziende prevedevano:

- tessere valide per tutte le partite;
- ingressi dedicati al palazzetto;
- parcheggi riservati in area delimitata;
- accessi alla sala hospitality parterre;
- maglie UYBA autografate da tutte le giocatrici;
- partecipazioni ad eventi esclusivi con la squadra durante la stagione;
- serate in casa UYBA per aperitivo dedicato agli ospiti.

