

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет
Факультет іноземної філології та соціальних комунікацій
Кафедра журналістики та філології

«До захисту допущено»
Завідувач кафедри
Володимир САДІВНИЧИЙ
_____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 061 Журналістика
освітньо-професійної програми Реклама і зв'язки з громадськістю
на тему:
РЕКЛАМНА КАМПАНІЯ ДИТЯЧОГО ФУТБОЛЬНОГО КЛУБУ:
СТВОРЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ
The advertising campaign for a children's football club: a concept creation

Здобувачів групи ЖТ - 01/2

Мелтон Емми Ніколетти
Сурган Марини Віталіївни

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання
на відповідне джерело.

Емма Ніколетта МЕЛТОН

Марина СУРГАН

Керівник _доц. каф. журн. та філол., к. н. із соц.ком., доц. Тетяна Ковальова_____

Консультант к. н. із соц.ком., доц. Олена ЄВТУШЕНКО_____

Суми 2024

Мелтон Е.Н., Сурган М.В. Рекламна кампанія дитячого футбольного клубу: створення концепції: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавр; спец. : 061 – журналістика / наук. керівник Т. В. Ковальова Суми : СумДУ, 2024. 52 с.

У роботі представлено проєкт рекламної кампанії, спрямованої на медіапросування, підвищення іміджу та залучення нових учасників до футбольного клубу «Барса». Під час розробки проєкту було визначено цільову аудиторію, канали поширення інформації, підготовлено рекламні продукти різних форматів: зовнішня друкована реклама, аудіореклама, текстова реклама, сувенірна продукція, медіапросування.

Обсяг роботи складає 51 сторінку, у ній використано текстові та ілюстративні матеріали.

Актуальність теми полягає в тому, що в медіапросторі, де інформаційний тиск і конкуренція за увагу аудиторії потребують все нових і ефективних підходів до реклами. В умовах всебічно розвинених технологій важливо вміти знаходити такі методи поширення і залучення, які допоможуть охопити якомога більшу аудиторію.

Метою цієї кваліфікаційної роботи є розробка ефективної концепції рекламної кампанії для дитячого футбольного клубу. Це сприятиме підвищенню зацікавленості як серед батьків і їх дітей, так і спонсорів та навіть закордонних інвесторів.

Основним результатом буде розробка рекламних матеріалів та стратегій, які будуть сприяти підвищенню інтересу до футбольного клубу, збільшенню кількості заявок на вступ, а також підвищенню впізнаваності бренду серед цільової аудиторії та конкурентів.

Ключові слова: дитячий футбольний клуб, рекламна кампанія, рекламні продукти, діти, футбол, цільова аудиторія.

Abstract

Sport is perhaps the most important and influential aspect of modern life. Playing sports provides an opportunity to experience a wide range of emotions, to feel alive, develops the body and mind, teaches endurance and teamwork. It is a source of inspiration, it helps to pass various tests and achieve big goals. That is, sport is not only an occupation, but a lifestyle that gives us a lot of joy, pleasure and adrenaline.

One of the most popular sports suitable for both girls and boys is football. The development of football is also very important for the country, for various reasons. First, football is not only a sport, but also a part of culture and national identity. Participation in football competitions allows a country to show its strength and draw the attention of the world to its own achievements. In addition, the development of football contributes to the health of the nation, as it encourages an active lifestyle and physical activity. Football is also a powerful economic resource for the country, providing jobs in the sports industry, tourism and other related sectors. For example, the success of the national team or the popularity of local clubs can lead to an increase in tourist flow and investment in the country. Football is also a powerful tool for social integration and bringing people together, capable of strengthening the national spirit and promoting social harmony. Thus, the development of football is important, both for the sport and for society as a whole, and can affect various aspects of the country's life. Therefore, it is necessary to attract new members of the team, popularize various clubs, in order to create a positive image of Ukraine and to attract high-level Ukrainian football players.

Children's sports schools play a significant role in the education of future champions. Today, parents take a rather responsible approach to the choice of various sports and development clubs, where their children would practice, because they want to ensure comfortable conditions of stay and the opportunity for development, self-realization and self-discovery. One of the most popular and effective ways to achieve this is participation in sports clubs, for example, football, dance, gymnastics, tennis, etc.

So, the relevance of qualification work is that sport, in particular football, is in demand in society both as a professional sport and as entertainment and active recreation. It is almost the most dominant among other sports. Football occupies a special place in the culture of many countries, including Ukraine. It unites people of different ages, social status and nationalities, contributing to the positive establishment of mutual respect, fair play and mutual assistance in the team.

The purpose of the qualification work is to create a concept for a successful advertising campaign for the promotion of a children's football club.

The task of the qualification work: to clearly define the target audience, to convey to it the privileges of the advertised football club, to interest potential participants with the help of an information drive, to develop the concept of an advertising campaign and to distribute advertising materials in the infospace.

The object of research in the qualification work is a children's football club. The advertising strategy is aimed at developing effective advertising to attract the attention of the target audience, satisfy its needs and attract sponsors and investors.

The subject of the study is the development of the concept and implementation of an advertising campaign for the promotion of a children's football club.

This work focuses on analyzing the needs of the target audience, identifying the key elements of effective sports advertising, and developing and implementing promotions. So, the main task of the creative product of the qualification work is to attract attention, interest new customers, make an effective advertising campaign for the children's football club so that as many people as possible learn about it. Tell about the advantages, why you should choose this football club. Form an information flow so that the club starts to be talked about and recognized among competitors.

The author's idea of the information product of the qualification work: to develop an advertising campaign for a children's football club in order to attract new team members this year and in the following years. Increase demand and interest in this club. Also attract the attention of adults and children as fans to support the club and popularize it through a comprehensive advertising campaign.

Practical meaning. The advertising campaign will enable:

- awareness of parents and children about the football club, through attractive advertising content and activities carried out within the framework of the proposed advertising campaign;
- conveying to the CA information about the advantages of this particular club, the professionalism of the teachers, the schedule of classes, the price policy, the growth prospects of the participants, etc.;
- forming an understanding of whether the CA is interested in this club and whether it fits the criteria defined by it;
- attracting the attention of partners to cooperation and sponsorship;
- forming a positive image of the club in the local community, increasing its competitiveness.

Structure of work. The work consists of an Explanatory Note, an Information Project, Conclusions and a List of used sources. The total volume of work is 52 pages. In the difficult political situation in the country after the full-scale invasion of Russia, many people were forced to leave their homes and activities that inspired them. And a football club for children is, firstly, an ideal opportunity to make new friends and cope with their emotions through physical activity, and secondly, parents also socialize in a new city and get to know like-minded people. Therefore, the main task is to develop a series of advertising materials that would make people talk about FC Barca, that is, awaken in them a sincere interest in an already existing club, as if it had just been opened.

The basis of the development of the advertising concept was an informative occasion, which consists in holding a meeting with famous football players of the Ukrainian football club "Dynamo" Kyiv. This information drive is a key tool for attracting new participants. In addition, it will be a significant event for children who suffer from fear and stress caused by the aggressor country every day. This is a great

opportunity to have fun and leave pleasant memories. It is extremely important to preserve and continue children's childhood.

To make the proposed advertising campaign effective, we need to take the following steps:

- the first step is a thorough analysis of the market in which the football club operates. This includes competitor research, analysis of current trends in children's sports, and studying the needs and expectations of the target audience.
- the second step is the analysis of the target audience. Determining the demographic characteristics, interests and behavior of parents and children who may be interested in joining the club;
- the third step is to create an advertising campaign and products that will distinguish the football club from its competitors. It should be clear, understandable and attractive to the target audience.
- fourth step: develop communication strategies, which include the selection of effective channels and tactics to reach the target audience. Advertising on social networks that are popular among parents and children (Facebook, Instagram). Creating attention-grabbing content including photos, success stories, and publishing articles about the club and various events
- the fifth step: creating creative materials that will be used in the advertising campaign:
 - visual materials: design of banners, city lights, booklets;
 - audio content: creating an audio advertisement for an invitation to join a club or information about an event.
 - copywriting: development of texts for advertisements, articles, publications in social networks.

- the last step is the forecast of the results: the number of new club members, the number of subscribers in social networks, the reach of advertising messages.

The developed information campaign for the "Barça" football center in the city of Sumy is a comprehensive approach to the promotion and popularization of the sports facility. The use of various types of advertising, such as: social networks, news sites, citylights, radio ads - this helps to attract the attention of the target audience and spread information about the event. An important component of the campaign is active interaction with the target audience and the publication of materials on various platforms, which will allow maximum dissemination of information and draw attention to the event. Equally important is careful planning of each step and analysis of the results. Constant monitoring of the effectiveness of advertising measures will allow timely adjustments and optimization of the promotion strategy. It is also worth noting the active participation of specialists and coaches of the "Barca" club in the event, which will give the event additional authority and attractiveness for the participants. During the development of the advertising campaign for the "Barsa" children's club, the analysis of competitors was used and their shortcomings in the dissemination of information in the infospace were identified. Thus, the main advantages of the club advertised by us were determined.

Based on the observation, the concept of an advertising campaign was formed, which includes: external print advertising, audio advertising, text advertising, souvenir products, media promotion through social networks, and a website.

The presented promotional materials highlight the benefits of participating in the club, one of which is free classes, which is currently a major factor, especially for internally displaced persons.

The goal was to achieve maximum coverage of the target audience. The core of the advertising campaign was the infomercial. It consists in a meeting with famous Ukrainian football players, which will attract the attention of both children and their parents. The date, place and program of the event were determined.

The date, in turn, has its own explanation, namely: June 19 is World Children's Football Day, "Proclaimed by the United Nations Children's Fund [UNICEF] and the International Federation of Football Associations [FIFA] with the aim of drawing the attention of the world community to the problems of children and promoting a healthy lifestyle life among young people".

It was determined that classes in sports sections are important for the physical and psychological development of children, especially in the conditions of martial law.

Thus, the implementation of our advertising campaign for the children's football club "Barça" should achieve its goal - to help attract new participants, increase their interest and overall development of the club. The application of various steps and measures, from advertising campaigns to the publication of materials, will contribute to the effective promotion of the "Barça" football center and the popularization of football among children and youth. In general, the proposed advertising campaign will become a significant tool in the development and popularization of the "Barça" football center in the city of Sumy, emphasizing its importance and attractiveness among the target audience.

ЗМІСТ

ВСТУП	Помилка! Закладку не визначено.
ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	13
1. Обґрунтування інформаційного продукту	13
1.2. Опис спеціалізованої задачі або практичної проблеми, яка вирішується у кваліфікаційній роботі	13
1.3. Аналіз матеріалів прямих конкурентів	16
2. Специфікація виконаної роботи	19
2.1. Авторська ідея	19
2.2. Інформаційний привід.....	23
2.3. Цільова аудиторія.....	24
2.4. Характеристика джерел фактів та інформації	26
2.5. Прогнозовані результати втілення, сфери застосування.....	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	28
II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ	31
ВИСНОВКИ	50

ВСТУП

Спорт є чи не найголовнішим і найвпливовішим аспектом сучасного життя. Заняття спортом надає можливість пережити великий спектр емоцій, відчутти себе живими, розвиває тіло і розум, вчить витримки і роботі в команді. Це джерело натхнення, він допомагає пройти різні випробування та досягти великих цілей. Тобто, спорт – це не тільки заняття, а стиль життя, який дає нам багато радості, задоволення та адреналіну.

Один із найпопулярніших видів спорту, який підходить дівчатам і хлопцям – футбол. Розвиток футболу є дуже важливим і для країни, з різних причин. По-перше, футбол є не лише спортом, але й частиною культури та національної ідентичності. Участь у футбольних змаганнях дозволяє країні показати свою силу та привернути увагу світу до власних досягнень. Крім того, розвиток футболу сприяє збереженню здоров'я нації, оскільки він заохочує активний спосіб життя та фізичну активність. Також футбол є потужним економічним ресурсом для країни, забезпечуючи робочі місця в спортивній індустрії, туризмі та інших суміжних секторах. Наприклад, успіх національної збірної або популярність місцевих клубів може призвести до збільшення туристичного потоку та підвищення інвестицій у країну. Футбол є ще й потужним інструментом для соціальної інтеграції та спільного об'єднання людей, що здатен зміцнити національний дух та сприяти соціальній гармонії. Таким чином, розвиток футболу має важливе значення, як для спорту, так і для суспільства в цілому, і може вплинути на різні аспекти життя країни. Тому, потрібно залучати нових членів команди, популяризувати різні клуби, задля створення позитивного іміджу України аби залучати українських футболістів високого рівня.

Дитячі спортивні школи відіграють значущу роль у вихованні майбутніх чемпіонів. Батьки сьогодні досить відповідально підходять до вибору різних спортивних і розвиваючих гуртків, де б займалися їхні діти, тому що хочуть

забезпечити комфортні умови перебування та можливість розвитку, самореалізації і самопізнання. Одним із найбільш популярних і ефективних способів досягнення цього – це участь у спортивних гуртках, наприклад, з футболу, танців, гімнастики, тенісу тощо.

Отже, **актуальність кваліфікаційної роботи** полягає у тому, що спорт, зокрема футбол, є затребуваним у суспільстві і як професійний вид спорту, і як розвага та активний відпочинок. Він є чи не найбільш домінуючим серед інших видів спорту. Футбол займає особливе місце в культурі багатьох країн, зокрема й в Україні. Він об'єднує людей різного віку, соціального статусу та національностей, сприяючи позитивному утвердженню взаємоповаги, чесної гри та взаємодопомоги в команді.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у створенні концепції успішної рекламної кампанії щодо просування дитячого футбольного клубу.

Завдання кваліфікаційної роботи: чітко визначити цільову аудиторію, донести до неї привілеї рекламованого футбольного клубу, зацікавити потенційних учасників за допомогою інформаційного приводу, розробити концепцію рекламної кампанії і поширити рекламні матеріали в інфопросторі.

Об'єктом дослідження у кваліфікаційній роботі є дитячий футбольний клуб. Рекламна стратегія спрямована на розробку ефективної реклами задля привертання уваги цільової аудиторії, задоволення її потреб та залучення спонсорів і інвесторів.

Предметом дослідження є розробка концепції і проведення рекламної кампанії щодо просування дитячого футбольного клубу.

Ця робота зосереджена на аналізі потреб цільової аудиторії, визначенні ключових елементів ефективної реклами в спортивній сфері, а також на розробці та впровадженні просування. Отже, головне завдання творчого продукту кваліфікаційної роботи – привернути увагу, зацікавити нових клієнтів, зробити ефективну рекламну кампанію для дитячого футбольного клубу, щоби про нього дізналось якомога більше людей. Розповісти про переваги, чому саме потрібно

обрати цей футбольний клуб. Сформувати інформаційний потік, щоб про клуб почали говорити і впізнавати серед конкурентів.

Авторський задум інформаційного продукту кваліфікаційної роботи: розробити рекламну кампанію для дитячого футбольного клубу, щоби залучити нових членів команди в цьому і в наступних роках. Збільшити попит і цікавість до цього клубу. Також привернути увагу дорослих і дітей як вболівальників, щоб підтримувати клуб і популяризувати його завдяки комплексній рекламній кампанії.

Практичне значення. Проведена рекламна кампанія уможливить:

- обізнаність батьків і дітей про футбольний клуб, через привабливий рекламний контент та заходи, проведені в межах пропонованої рекламної кампанії;
- донесення до ЦА інформації про переваги саме цього клубу, професійність викладачів, графік занять, цінову політику, перспективи росту учасників та інше;
- формування розуміння, чи цікавий ЦА цей клуб і чи підходить під визначені нею критерії;
- привернення уваги партнерів до співпраці та спонсорства;
- формування позитивного іміджу клубу у місцевій спільноті, підвищення його конкурентоспроможності.

Структура роботи. Робота складається з Пояснювальної записки, Інформаційного проєкту, Висновків та Списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 51 сторінку.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1. Обґрунтування інформаційного продукту

1.2. Опис спеціалізованої задачі або практичної проблеми, яка вирішується у кваліфікаційній роботі

Рекламна кампанія для дитячого футбольного клубу є актуальним інформаційним продуктом у сучасних умовах, коли здоровий спосіб життя та фізична активність дітей і дорослих набувають все більшого значення. «Рекламна кампанія – це комплекс заходів, об'єднаних однією ідеєю та спрямованих на досягнення поставлених маркетингових цілей, наприклад, залучення цільової аудиторії, збільшення збуту, підвищення впізнаваності бренду тощо» [1]. Добре організована кампанія здатна подолати шум пропозицій інших брендів і надовго закарбуватися у пам'яті вашої аудиторії [2].

Щороку всі спортивні секції стикаються із проблемою, бо дорослі випускаються і їм потрібні нові маленькі майбутні футболісти до команд. Для цього потрібно проводити рекламну кампанію, щоб привертати увагу дітей та їхніх батьків. А тому необхідно зробити ефективну рекламну кампанію, щоб популяризувати та просувати цей продукт.

Наша ж мета кампанії якраз полягає у залученні нових учнів до футбольного клубу «Барса» шляхом підвищення обізнаності про його переваги серед цільової аудиторії. Ефективна рекламна кампанія сприятиме популяризації футболу серед молоді.

В умовах складної політичної ситуації в країні після повномасштабного вторгнення Росії, багато людей були змушені покинути свої домівки і заняття, які їх надихали. А футбольний клуб для дітей – це, по-перше, ідеальна можливість завести нових друзів і справитися зі своїми емоціями через фізичну діяльність, а, по-друге, так само і батьки соціалізуються в новому місті й знайомляться із однодумцями. Тож основне завдання – це розробити ряд

рекламних матеріалів, які б змусили людей говорити про ФК «Барса», тобто пробудити в них щирий інтерес до вже існуючого клубу, так ніби його щойно відкрили.

Практична проблема включає необхідність комплексного аналізу ринку та цільової аудиторії, створення привабливого рекламного контенту і вибір оптимальних каналів комунікації. Крім того, важливою є адаптація стратегії на основі зворотного зв'язку та результатів для забезпечення стабільного потоку нових учнів.

За основу розробки рекламної концепції було взято інформаційний привід, який полягає у проведенні заходу зустрічі із відомими футболістами українського футбольного клубу «Динамо» Київ. Цей інформаційний привід виступає ключовим інструментом для залучення нових учасників. До того ж це буде значущою подією для дітей, які щодня потерпають від страху і стресу нанесеними країною-агресором. Це чудова можливість провести весело час і залишити приємні спогади. Вкрай важливо зберігати і продовжувати дітям дитинство.

Таким чином, інформаційний привід вирішує одразу декілька задач, а саме: підвищення зацікавленості до ФК «Барса», залучення нових маленьких учасників та покращення іміджу клубу з приверненням уваги громадськості за допомогою медіа та спонсорів.

Щоб зробити ефективною пропоновану рекламну кампанію нам потрібно зробити такі кроки:

- першим кроком є ретельний аналіз ринку, на якому оперує футбольний клуб. Це включає дослідження конкурентів, аналіз поточних тенденцій у дитячому спорті, а також вивчення потреб і очікувань цільової аудиторії. Аналіз конкурентів є один із найголовніших аспектів при створенні рекламної кампанії. Вивчення інших дитячих спортивних клубів у регіоні, їхніх сильних та слабких сторін, методів залучення нових членів та проведення рекламних кампаній;

- другий крок аналіз цільової аудиторії. Визначення демографічних характеристик, інтересів та поведінки батьків та дітей, які можуть бути зацікавлені у приєднанні до клубу;

- наступним кроком є створення рекламної кампанії і продуктів, які відрізнятимуть футбольний клуб від конкурентів. Це повинно бути чітко, зрозуміло і привабливо для цільової аудиторії. Потрібно донести до батьків, чому саме потрібно обрати цей футбольний клуб. Визначити основні переваги клубу, таких як: висококваліфіковані тренери, сучасна інфраструктура, участь у змаганнях та індивідуальний підхід до кожної дитини. Визначення ключових цінностей, які клуб пропонує своїм членам: розвиток лідерських якостей, командна робота і здоровий спосіб життя;

- четвертий крок: розробити стратегії комунікації, які включають вибір ефективних каналів і тактик для досягнення цільової аудиторії. Реклама у соціальних мережах, які популярні серед батьків і дітей (Facebook, Instagram). Створення контенту, що привертає увагу, включаючи, фотографії, історії успіху, а також публікацій статей про клуб та різні заходи. Організація відкритих тренувань, турнірів, днів відкритих дверей та інших заходів, які дозволяють цільовій аудиторії ближче познайомитися з клубом. У місцевих ЗМІ: реклама у місцевих інтернет виданнях, радіо;

- п'ятий крок: створення креативних матеріалів, які будуть використовуватись у рекламній кампанії:

- візуальні матеріали: дизайн банерів, сітілайтів, буклетів;

- аудіо-контент: створення аудіореклами для заклику приєднатися до клубу чи інформація про захід.

- копірайтинг: розробка текстів для рекламних оголошень, статей, публікацій у соціальних мережах;

- останній крок прогноз результатів: кількості нових членів клубу, кількості підписників у соціальних мережах, охоплення рекламних повідомлень.

Спеціалізована задача у кваліфікаційній роботі полягає у створенні ефективної рекламної кампанії для дитячого футбольного клубу. Вона включає аналіз ринку, розробку медіапродуктів, вибір каналів комунікації, створення креативних матеріалів, впровадження і також оцінку результатів. Такий підхід забезпечить залучення нових членів, підвищення впізнаваності клубу та популяризацію футболу серед дітей та їхніх батьків.

1.3. Аналіз матеріалів прямих конкурентів

Термін «конкуренція» має безліч тлумачень: етимологічно слово «конкуренція» походить від латинського «concurrentia», що означає «зіткнення», «змагання». Конкуренція – суперництво в будь - якій діяльності між окремими особами, зацікавленими в досягненні однієї і тієї ж мети [3].

Отже, задля забезпечення успішної рекламної кампанії, треба насамперед враховувати досягнення конкурентів. Так само необхідний аналіз використаних ними методів і заходів просування своїх послуг. Це допоможе вибрати індивідуальний шлях популяризування себе в інформаційному просторі.

Для аналізу конкурентного середовища, що є важливою частиною розробки рекламної кампанії, керувалися географічним принципом, тобто футбольні клуби розташовані в місті Суми та Сумській області. Кожен із яких розрахований на навчання дітей у віці вибраного діапазону від 3 до 17 років.

Ми проаналізували сторінки соціальних мереж та окреслили конкурентів для дитячого клубу “Барса”: МФК “Лідер”, “ДЮСШ Явір Краснопілля” та ДФА «Ніка». Ці три клуби є достатньо популярні і мають попит у місті Суми та Сумській області.

У МФК “Лідер” [4] є офіційний сайт та соціальна мережа Facebook (має 453 підписники) [5], також посилання на Telegram, Viber, WhatsApp для того, щоб дізнатися детальну інформацію подзвонивши чи написавши за номером телефону. ФК «Лідер» має активний вебсайт, інформація на якому подається в

семи розділах: “Головна”, “Новини”, “Клуб”, “Мультимедіа”, “Інтерв’ю” і “Контакти”. У розділі “Клуб” є декілька підрозділів: “Історія клубу”, “Досягнення”, “Всі ігри” і “Тренерський штаб”. Сайт ведуть достатньо активно, публікують різні новини про матчі та інше. Є інформація про клуб, про тренерів та тренування. На сайті ми можемо:

- ознайомитися з історією створення клубу;
- побачити досягнення команд різних років;
- почитати про кожну їх гру з іншими футбольними клубами міста і області;
- отримати інформацію про тренерський штаб і багато іншого.

Вебсайт активно публікує останні новини, серед яких навіть привітання з днем народження маленьких учасників цього клубу.

Але недостатньо детальної інформації щодо тренерів, бо вказано тільки імена та по батькові. Потрібно додати біографічні дані про кожного тренера, такі як: місця їхньої освіти, досвід роботи, професійні досягнення, сертифікації тощо. Це допоможе клієнтам краще зрозуміти, хто їх буде навчати та які вони мають компетенції. Також, мало інформації про клуб, де він знаходиться, де саме проходять тренування, скільки коштує, який графік тренувань, зі скількох років можна приводити дитину, які переваги має цей клуб. Тобто, потрібно додати сторінку "Про нас" або "Про клуб", де буде зазначено місце розташування та фотографії приміщень для тренувань, цінова політика клубу, графік тренувань, вікові категорії учасників, а також надані переваги учасникам, наприклад: доступ до спортивного обладнання, знижки на інші послуги, можливість участі у змаганнях тощо. Додати відео-тури по клубу, де можна побачити умови для тренувань, обладнання, зони відпочинку тощо. Це допоможе потенційним клієнтам отримати більш реалістичне уявлення про середовище клубу. Створити сторінку з частими питаннями та відповідями, де можна знайти відомості щодо

режиму роботи клубу, процедури реєстрації, умови участі у тренуваннях та інші корисні відомості.

Футбольний клуб «Явір» не має власного вебсайту, що значно зменшує можливість знайти інформацію про нього. Є сторінка на «Facebook» [6], «ДЮСШ Краснопільської селищної ради», тут розміщена інформація про всі спортивні секції Краснопілля і має посилання на сайт цього об'єднання. На жаль, конкретної інформації про футбольну команду немає. У соціальній мережі Facebook налічується 524 підписники, немає достатньої інформації про клуб, є публікації з різних змагань, посилання на WhatsApp для детальної інформації та посилання на офіційний сайт [7], але на сайті інформація не тільки про футбол, а і про всі спортивні секції, які є в цьому закладі. Для того щоб отримати інформацію, потрібно зареєструватися. Але коли зареєструвався пише помилку і все одно не дає подивитися інформацію.

Отже, інформації на сайті не достатньо, і він не зручний у застосуванні. Умови вступу написані на чорному фоні темно-синім шрифтом, який не є читабельним. Всього є чотири розділи: “Інформація про заклад”, “Галерея та документи”, “Спілкування” та “Новини”. У розділі новин немає ніякої інформації, сайт довгий час є неактивним і немає нових фотографій.

Дитяча футбольна академія «Ніка» як і ФК «Явір» не має власного вебсайту, проте у інформаційному просторі представлена в таких соціальних мережах, як «Facebook» [8] та «Instagram» [9]. Обидві сторінки активні і мають велику кількість підписників, а саме на «Facebook» 1800, а в «Instagram» – 1039. На сторінках є повна контактна інформація, розклад занять та умови прийняття до академії.

2. Специфікація виконаної роботи

2.1. Авторська ідея

Авторська ідея цієї кваліфікаційної роботи полягає в розробці та впровадженні рекламної кампанії для дитячого футбольного клубу «Барса», яка базується на залученні дітей до спорту із подальшою можливістю вступати до професійних ФК таких як: «Динамо», «Дніпро» та інші.

Мета рекламної кампанії полягає у популяризації та просуванні ФЦ «Барса» в інфопросторі. А також через високу конкурентність, підвищити обізнаність серед батьків і дітей, що значно сприятиме залученню нових учасників.

Для цього було розроблено інформаційні рекламні продукти у таких формах як: зовнішня друкована реклама, аудіореклама, вербальна, сувенірна продукція, медіапосування (соціальні мережі). Також було вирішено оновити логотип, через вихід ФК на міжнародний рівень, адже «якщо організація виходить на міжнародний ринок, потрібно зважити, як логотип буде сприйматися в іншій країні, представниками іншої культури. Тобто потрібно розробляти такий логотип, який би легко ідентифікувався у будь-якій країні світу» [10, с. 478]. Кожен із цих елементів має певні завдання та способи реалізації.

Розміщення зовнішньої реклами є важливим компонентом рекламної кампанії, адже «кожна людина, у кінцевому рахунку, особисто визначає, коли і як користуватися тими або іншими каналами інформації» [11, с. 204], а тому важливо впливати на підсвідомість, рекламу котру люди бачитимуть на вулиці – це не їх особистий вибір, таким чином, ми невимушено «змушуємо» читати саме ту інформацію, котру хочемо донести. Сітілайти, білборди, інші продукти будуть розміщені у різних місцях міста, де їх бачитиме велика кількість людей (поблизу шкіл, спортивних комплексів, торгових центрів, у центрі міста, дитячих садків,

магазинів спортивного обмундирування, кінотеатрів), реклама у транспорті містить основну інформацію про захід. Дизайн включає яскраві зображення, логотипу клубу та контактну інформацію.

Короткі рекламні повідомлення для місцевих радіостанцій. Аудіодоріжка містить інформацію про «Барсу», його переваги та запрошення на новий набір. Випуск повідомлень на подкастах, орієнтованих на батьків та сімейну аудиторію. Включення коротких згадок або реклами під час інших випусків.

Щодо текстової реклами, то тут ми говоримо про грамотне ведення блогу в соцмережах клубу, де батьки зможуть знайти всю необхідну інформацію про клуб, подати заявку на вступ та слідкувати за новинами, з корисними порадами та інформацією про тренування. І звісно, пости до публікацій в соціальних мережах.

Сувенірна продукція націлена на підвищення впізнаваності клубу, а також вона слугуватиме постійним нагадуванням вдома. Це ще сприяє позитивному іміджу бренда, адже складає враження, що про учасника подумали. Роздача пеналів, блокнотів, ручок, чохлів на телефони, брелків, футболок і кофт, бейсболок та бутилочок для води з логотипом клубу здійснюватиметься під час рекламних акцій та заходів. Кількість продукції і модель чохла для телефона будуть розраховуватися через кількість заявок на сайті, де бажаючі відвідати захід зареєструються для отримання пропуску.

Ведення офіційних сторінок у соціальних мережах клубу з регулярним оновленням контенту, включаючи фото та відео з тренувань, успішні історії вихованців, анонси подій та акцій, значно сприяє зближенню до аудиторії та заохоченню слідкувати за останніми подіями футбольного клубу. У розробку закладена ідея створення привабливого візуального контенту, який має відповідати корпоративним кольорам нашого рекламованого клубу.

Таким чином, забезпеченню ефективної рекламної кампанії сприятимуть такі етапи роботи впродовж її реалізації:

- перший крок ми робимо рекламу у соціальній мережі Instagram та сайті футбольного клубу “Барса”. Привертаємо увагу аудиторії до заходу та надаємо інформацію, що 19.06.2024 до Всесвітнього дня дитячого футболу до Сум у клуб “Барса” приїдуть відомі футболісти із клубу “Динамо” Київ: Олександр Тимчик, Андрій Ярмоленко, Валентин Моргун, Георгій Бушан та Костянтин Вівчаренко;

- другим кроком ми публікуємо інформацію на новостному сайті. З детальним описом про захід. Завдяки новинам ще більша кількість людей яка не підписана на соціальні мережі футбольного клубу “Барса”, дізнається про захід. Це може привернути більше учасників та підтримки для футбольного клубу "Барса", роблячи подію більш відомою і успішною. Журналістам ми надаємо прес-анонс та прес-реліз, щоб вони знали що саме буде відбуватися на заході;

- третім кроком, у місті Суми ми розміщуємо сітілайти, розтяжки, рекламу в транспорті та білборди з інформацією, що в Суми приїжджають відомі футболісти. Сітілайт - ефективний спосіб реклами в міському середовищі, оскільки він привертає увагу перехожих і водіїв. Розташування сітілайтів та білбордів: біля ТРЦ “Мануфактура”, дитячих шкіл, ТРЦ “Київ” та у центрі міста. Банер-розтяжка (або просто розтяжка) – це вид рекламної конструкції, що являє собою полотно з вінілової тканини або сітки з нанесеним на нього зображенням або текстом. Розтяжки зазвичай використовуються для зовнішньої реклами, але можуть застосовуватися і всередині приміщень.[12]. Сітілайт, розтяжку, білборд і рекламу в транспорті робимо у фірмових кольорах, на ньому зображений логотип, фотографії відомих футболістів із ФК “Динамо” Київ, інформація про захід, коли і де відбудеться та заголовок, про зустріч із відомими футболістами;

- четвертий крок радіореклама. Запускаємо аудіорекламу, щоб більша кількість людей дізналась, про захід. Багато людей слухають радіо у машині, вдома. Крім того, радіореклама може бути відносно доступною з точки зору витрат порівняно з іншими видами реклами, і вона може досягти широкої

аудиторії, включаючи тих, хто не користується інтернетом чи телебаченням. Радіореклама може привернути увагу слухачів і стати ефективним інструментом просування продукту чи послуги;

- п'ятий крок сам захід. Він відбувається у футбольному центрі "Барса". Захід починається з виступів тренерів клубу "Барса", щоб представити детальну інформацію про футбольний центр, включаючи його історію, інфраструктуру та навчальні програми. Вони детально розповідають про підходи до навчання та розвитку гравців, а також надають учасникам буклети, що містять всю необхідну інформацію про школу, включаючи умови участі, цінової політики, який документ діти отримують після закінчення школи та інші важливі деталі. Потім вже приходять футболісти із клубу "Динамо" Київ Олександр Тимчик, Андрій Ярмоленко, Валентин Моргун, Георгій Бушан, Костянтин Вівчаренко та розповідають про футбол, чому важливо їм займатися, також заохочують до активних тренувань, щоб в майбутньому стати професіоналами та потрапити до футбольного клубу "Динамо" Київ. На цьому заході також будуть присутні журналісти, які потім опублікують матеріал на новинному сайті.

- шостий крок. Всім присутнім видають сувенірну продукцію у вигляді блокнота, ручки, брелка, капелюха, пляшки для води, пеналів, чохлів для телефонів, футболок, кофт із логотипом ФК "Барса".

- сьомий крок розповсюдження зовнішньої реклами у місті Суми на сітілайтах. Із рекламою саме про набір дітей від 3 до 17 років до футбольного клубу "Барса". Щоб нагадати на наступний день про цей клуб, бо чим більше людина бачить одну й ту саму рекламу тим більше вона запам'ятовується і у людини виникає бажання скористатися пропозицією.

Завдяки цьому інформаційному потоку повинна вийти ефективна рекламна кампанія.

2.2. Інформаційний привід

Інформаційний привід виступає своєрідним ядром рекламної кампанії. За день людина отримує до сотні нових інформаційних повідомлень і під кінець дня вже не згадає, що читала вранці. Це означає, що «поширення повідомлення тим чи іншим каналом зовсім не свідчить про те, що люди проявлять до нього увагу і запам'ятають його» [10, с. 205]. Інформаційний привід має бути цікавим, актуальним і значущим, щоб привернути увагу аудиторії. Він має запам'ятатися і зачепити читача [13]. Для дитячого футбольного клубу за інформаційний привід узято зустріч із відомими українськими футболістами ФК «Динамо» [14]: Георгій Бушан (воротар), Костянтин Вівчаренко (захисник) та Андрій Ярмоленко (півзахисник), Валентин Моргун (воротар) та Олександр Тимченко(захисник).

Ці футболісти – відомі спортсмени, які мають значну кількість прихильників. Їхні імена привернуть увагу як медіа, так і цільової аудиторії. Діти, які займаються футболом або мріють про футбольну кар'єру, будуть надзвичайно вмотивовані та натхненні зустріччю зі своїми кумирами. Це сприятиме їхній активній участі у заходах клубу. Батьки, які підтримують інтереси своїх дітей у спорті, будуть зацікавлені в такому заході, оскільки він підкреслює серйозний підхід клубу до розвитку дитячих талантів.

Медіа охоче висвітлюють події за участю знаменитостей. Зустріч із відомими футболістами гарантує публікації у місцевих та національних новинах, спортивних виданнях, а також активне обговорення у соціальних мережах.

Такий захід демонструє високий рівень організації та серйозність намірів клубу щодо розвитку молодих спортсменів, що позитивно вплине на імідж клубу у суспільстві. Щодо даної події буде проведена відповідна інформаційна кампанія, а саме: підготовка прес-релізу та прес-анонсу для ЗМІ, активне публікування планування заходу в соціальних мережах та через зовнішню рекламу.

На зустрічі планується спілкування українських футболістів з дітками, сторітелінги кожного з них про особисту історію успіху, показові тренування і звісно фотосесія. До того ж на заході дітям роздаватиметься сувенірна продукція, однією з яких буде блокнот із логотипом від «Барси», де будуть автографи всіх запрошених футболістів.

Організація заходу з відомими футболістами клубу "Динамо" Київ підсилить рекламну кампанію для дитячого футбольного клубу "Барса», бо:

- відомі футболісти мають широку базу фанатів та прихильників, що дозволяє досягти великої аудиторії за короткий час. Їхня участь в заході забезпечить значний обсяг публічності та розмов про захід.
- приверне увагу мас-медіа, що допоможе розповсюдити інформацію через різні канали масової комунікації.
- як відомі футболісти, вони є лідерами в своїй галузі, що дозволить їм впливати на поведінку та думки своїх прихильників. Їхня присутність може підсилити довіру до бренду "Барса".
- привабливість заходу з відомими футболістами може привернути увагу потенційних спонсорів, що допоможе забезпечити необхідні фінансові ресурси для дитячого ФК "Барса".
- підвищить інтерес до футболу та спорту в цілому серед молоді, що сприятиме розвитку спортивних ініціатив, включаючи дитячий футбольний клуб "Барса".

2.3. Цільова аудиторія

Успіх як компанії, так і рекламної кампанії в більшості залежить від того, із ким та як саме вона комунікує. Ефективність донесеного меседжу можна визначити, якщо він спрямований на потенційного споживача, тобто коли цільова аудиторія чітко сформульована та враховує всі нюанси [15].

Частина цільової аудиторії для цього футбольного клубу – діти, хлопчики та дівчата 3-17 років із Сум або Сумської області, які люблять і цікавляться футболом, хочуть грати і ставати професійними гравцями. Саме в такому віці діти дуже рухливі і їх енергію потрібно направляти в правильне русло, і в цей час вони знаходяться на етапі розвитку фізичних навичок і пошуку спортивних інтересів. Інша частина аудиторії – дорослі (батьки, дідуся, бабусі та інші родичі) 20-65 років, які проживають у Сумах чи Сумській області, саме вони обирають, який саме клуб будуть відвідувати їх діти.

Портрет цільової аудиторії:

1. Демографічна характеристика:
 - 1.1. чоловіки і жінки (батьки):
 - 1.1.1. вік від 20 до 65 років;
 - 1.1.2. за національністю українці, або ж іноземці, які володіють українською мовою;
 - 1.2. Учасники клубу (діти):
 - 1.2.1. хлопчики і дівчатка;
 - 1.2.2. від 3 до 17 років;
 - 1.2.3. за національністю як українці, так і іноземці з базовим розумінням української мови;
2. Соціальна характеристика:
 - 2.1. Батьки:
 - 2.1.1. мають повну загальну середню освіту;
 - 2.1.2. спеціальність будь яка;
 - 2.1.3. сімейний стан не шкодить психіці дитини;
 - 2.1.4. рівень та джерело доходів неважливі, адже заняття в клубі проходять на безоплатній основі;
 - 2.1.5. користуються соціальними мережами для пошуку і отримання інформації.
3. Географічна характеристика:

- 3.1. країна: Україна;
- 3.2. Жителі міста Суми, Сумської області (а також внутрішньо переміщені особи);
4. Психологічна характеристика:
 - 4.1. ведуть активний спосіб життя;
 - 4.2. зацікавлені у спорті, зокрема футболі;
 - 4.3. прагнуть до розвитку і досягнень;
 - 4.4. відкриті до нових можливостей;
 - 4.5. Батьки зацікавлені у забезпеченні безпеки, розвитку фізичних і соціальних навичок дітей, а також у гарантії професійних тренерів та якісних умов тренувань.

Таким чином, правильно визначена цільова аудиторія уможливить ефективну взаємодію з клієнтами і допоможе привернути увагу багатьох із них через рекламні повідомлення. Отже, ЦА пропонованої рекламної кампанії дитячого футбольного клубу складається з кількох ключових груп, кожна з яких має свої специфічні потреби та інтереси.

2.4. Характеристика джерел фактів та інформації

У кваліфікаційній роботі у ході розробки рекламної кампанії дитячого футбольного клубу «Барса» було використано різноманітні джерела фактів та інформації. Це забезпечило достовірність та надійність даних, необхідних для дослідження та створення ефективної рекламної стратегії. Вони включають в себе аналіз наукових статей, книг та досліджень з тематики реклами і журналістики, розвитку дитячого спорту; аналіз популярності футболу серед дітей, кількості спортивних шкіл та клубів у регіоні; інформація з офіційних вебсайтів футбольних клубів, урядових організацій, що займаються розвитком дитячого спорту, дані про активність та реакції користувачів на публікації клубів

у соціальних мережах, що дозволяє аналізувати взаємодію з аудиторією та ефективність контенту.

Онлайн-ресурси, соціальні мережі та електронні бібліотеки надають доступ до великої кількості інформації, яка може бути швидко та ефективно проаналізована. Але доступ до більш різноманітних джерел інформації забезпечує більш ефективний та комплексний підхід до розробки рекламної кампанії дитячого футбольного клубу. Дані джерела дозволяють зібрати актуальні дані безпосередньо від цільової аудиторії, що є важливим для точного розуміння їхніх потреб та очікувань.

2.5. Прогнозовані результати втілення, сфери застосування

Реалізація рекламної кампанії дитячого футбольного клубу прогнозує позитивні зміни та досягнення результатів закладених в початкову задачу рекламної концепції. Перш за все, очікується суттєве збільшення кількості учасників клубу завдяки ефективному просуванню та організації заходів за участю відомих футболістів. Це сприятиме залученню дітей віком від 3 до 17 років та їх батьків, які власне і є основною цільовою аудиторією клубу.

Завдяки активному висвітленню в медіа іміджу ФК "Барса" буде досягнуто збільшення позитивних відгуків від учасників, їх батьків та фанатів і просто активних користувачів, що підписані на соціальні сторінки клубу. Підвищення впізнаваності та престижу клубу приверне увагу широкої громадськості, що сприятиме зміцненню довіри до клубу.

Одним із ключових прогнозованих результатів є залучення засобів масової інформації. Активне висвітлення подій клубу у місцевих ЗМІ допоможе досягти широкого охоплення аудиторії, сприятиме поширенню інформації про клуб та його досягнення. Це в свою чергу приверне увагу потенційних спонсорів та партнерів, які зацікавлені у співпраці з успішним та популярним спортивним футбольним клубом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Рекламна кампанія | SendPulse. SendPulse. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/advertising-campaign> (дата звернення: 15.05.2024).
2. Янько А. Рекламна кампанія: секрети залучення аудиторії. YouScan. URL: <https://youscan.io/ua/blog/advertising-campaign/> (дата звернення: 07.06.2024).
3. Артеменко Л., Мишковець І. «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»: конспект лекцій. Тернопіль : Терноп. нац. техн. ун-т ім. Ів. Пулюя, 2015. 75 с.
4. ФК Лідер Суми. *ФК Лідер Суми*. URL: <https://fklider.sumy.ua/> (дата звернення: 23.05.2024).
5. МФК "Лідер" Суми. Facebook. *Log into Facebook | Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/p/МФК-Лідер-Суми-100072403547097/?locale=uk-UA> (дата звернення: 23.05.2024).
6. Redirecting... *Log into Facebook | Facebook*. URL: https://www.facebook.com/profile.php?id=100063536710285&_mibextid=LQQJ4d&_rdid=sa8j8n8jztLXhQg4&_share_url=https://www.facebook.com/share/siC6tTSMxU3BNaA8/?_mibextid=LQQJ4d (дата звернення: 24.05.2024).
7. Головна - ДИТЯЧО-ЮНАЦЬКА СПОРТИВНА ШКОЛА КРАСНОПІЛЬСЬКОЇ СЕЛИЩНОЇ РАДИ. Головна - ДИТЯЧО-ЮНАЦЬКА СПОРТИВНА ШКОЛА КРАСНОПІЛЬСЬКОЇ СЕЛИЩНОЇ РАДИ. URL: http://krasnopillia-dush.sumy.sch.in.ua/?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMТAAAR2TB4dUwxWK_rtYk7GZ4fwlagQgduWPsM5gnezFfvfqT0NZg4RiDXLKVe4_aem_ZmFrZWR1bW15MTZieXRlcw (дата звернення: 31.05.2024).
8. Facebook. *Log into Facebook | Facebook*. URL: https://www.facebook.com/p/Дитяча-Футбольна-Академія-Ніка-м-Суми-100052147724894/?paipv=0&_eav=AfbBc2XlcvS0Wz0s5HkIqyGEJYbByXOhy

[Q6yxCsxc3IYKIt0w8VqOSfHtbTEP7mxS0g&rdrr](https://www.instagram.com/cfa_nika_academy/) (дата звернення: 25.05.2024).

9. Login • Instagram. *Instagram*. URL: https://www.instagram.com/cfa_nika_academy/ (дата звернення: 26.05.2024).

10. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю: наукові основи, методика, практика : підручник. м. Київ : "Києво-Могилянська акад.", 2009. 831 с.

11. Ромат Є. Основи реклами : навч. посіб. Київ : Студцентр, 2006. 287 с.

12. Банер розтяжка ► виготовлення і друк рекламних банерів у Києві. Фарба – зовнішня реклама Київ. URL: <https://farba.kiev.ua/uk/services/banner-na-rastyazhke/> (дата звернення: 24.05.2024).

13. Католик Я. Інфопривід. Рожевий восьмиріг комунікацій. Press Association. *Press Association*. URL: <https://pressassociation.org.ua/ua/infoprivid-rozhevij-vosminig-komunikacij/> (дата звернення: 30.05.2024).

14. Динамо - ФК «Динамо» Київ. Офіційний сайт. *ФК «Динамо» Київ. Офіційний сайт*. URL: <https://fcdynamo.com/team/dynamo-k> (дата звернення: 28.05.2024).

15. Що таке цільова аудиторія: керівництво | SendPulse. *SendPulse*. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/target-audience> (дата звернення: 31.05.2024).

16. Всесвітній день дитячого футболу. DilovaMova.com – Календар. URL: <https://www.dilovamova.com/index.php?page=10&event=192270> (дата звернення: 24.05.2024).

17. Лизанчук В. Психологія мас-медіа : підручник. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2015. 420 с.

18. Мойсєєв В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб. Київ : "Академвидав", 2007. 223 с.

19. П'ять причин, чому футбол є найпопулярнішим видом спорту. Національна мережа гіперлокальних медіа Район.in.ua. URL:

<https://rayon.in.ua/news/614089-pyat-prichin-chomu-futbol-e-naupolyarnishim-vidom-sportu> (дата звернення: 20.05.2024).

20. Почепцов Г. Г. Паблік Рилейшнз. Київ : "Знання", 2006. 327 с.

21. Рудник І. Як написати пресреліз: приклади, види, структура, поради – Collaborator. Content & Influencer Marketing Marketplace – Collaborator. URL: <https://collaborator.pro/ua/blog/how-to-write-press-release> (дата звернення: 24.05.2024).

22. Сувенірна продукція для брендування - Бізнес новини Сум. 0542.ua - Сайт міста Суми. URL: <https://www.0542.ua/list/473334> (дата звернення: 29.05.2024).

23. Футбольний центр “Барса” – Футбол починається з тебе!. Футбольний центр “Барса” – Футбол починається з тебе!. URL: <http://fcbarcelona.com.ua/> (дата звернення: 29.05.2024).

24. Чому сувенірна продукція з логотипом компанії так важлива. чому сувенірна продукція з логотипом компанії так важлива. URL: <https://am.kompass.com/p/kompass-posts/ua103618/чому-сувенірна-продукція-з-логотипом-компанії-т> (дата звернення: 13.05.2024).

II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ

Прес-реліз до події

ДИТЯЧО-ЮНАЦЬКИЙ ЦЕНТР «БАРСА»

Суми, 19.06.2024 – Дитячий футбольний клуб "Барса" з гордістю оголошує про унікальну подію – зустріч із футболістами ФК «ДИНАМО» Київ!

Ми раді повідомити, що 19 червня, дитячий футбольний клуб "Барса" стане місцем проведення заходу із видатними гравцями ФК "Динамо" Київ. Наші юні спортсмени матимуть унікальну можливість зустрітися з такими відомими українськими футболістами як: Георгій Бущан, Костянтин Вівчаренко, та Андрій Ярмоленко.

Програма заходу:

- Вступна інформаційна кампанія: тренера клубу «Барса» розкажуть про свій футбольний центр, програму тренувань, нададуть інформацію щодо вступу та нових можливостей для учасників.
- Відкрита зустріч та автограф-сесія: учасники клубу та їхні батьки зможуть особисто поспілкуватися з футболістами, отримати автографи та зробити спільні фотографії.
- Майстер-класи від професіоналів: Георгій Бущан, Костянтин Вівчаренко та Андрій Ярмоленко проведуть тренувальні заняття, поділяться своїм досвідом та професійними секретами.
- Прес-конференція: футболісти клубу "Динамо" дадуть відповіді на питання журналістів.

Місце проведення: Стадіон дитячого футбольного клубу "Барса", м. Суми, вул. Привокзальна, 2/1

Час: 17:30

Захід безкоштовний для всіх учасників клубу та їхніх сімей.

Це чудова можливість для наших юних спортсменів особисто познайомитися зі своїми кумирами, отримати від них цінні поради та зарядитися мотивацією для тренувань та досягнень у футболі. Зустріч із футболістами стане яскравою сторінкою в історії нашого клубу та залишить незабутні враження у всіх учасників. Ми чекаємо вас 19 червня!

Контактна інформація:

0542 251 509

fcbarisa_sumy@ukr.net

Прес-анонс до події

Відомі футболісти із ФК "Динамо" Київ приїжджають до Сум з ексклюзивним заходом у співпраці з дитячим футбольним клубом "Барса".

Дата та час: 19 червня 2024 року, початок о 17:30.

Місце: Дитячий футбольний клуб "Барса", Суми.

Що буде на заході:

- Ознайомлення із футбольним клубом "Барса".
- Ексклюзивні майстер-класи від відомих футболістів ФК "Динамо".
- Можливість спілкуватися та задавати питання гравцям під час автограф-сесії.

Зверніть увагу:

Це унікальна можливість отримати ексклюзивний доступ до події, де об'єднуються спортивний дух, професіоналізм та співпраця між двома відомими футбольними клубами. Будьте першими, хто розкриє всі таємниці цієї неймовірної події!

Ми чекаємо вас 19 червня!

Контактна інформація:

0542 251 509

fcbarisa_sumy@ukr.net

Пост на сайт ФК "Барса"



Запрошуємо всіх молодих талантів та шанувальників футболу на захоплюючий захід у дитячому футбольному клубі "Барса"!

19 червня 2024 року о 17:30 до нас завітають відомі футболісти з команди "Динамо" Київ

У програмі:

- Ознайомлення із футбольним клубом "Барса"
- Ексклюзивні майстер-класи від відомих футболістів ФК "Динамо"
- Автограф-сесія з улюбленими гравцями

Не пропустіть цю унікальну можливість навчатися та поспілкуватися зі світовими футбольними легендами! Та приєднатися до нашої команди.

Реєстрація обов'язкова за телефоном 0542 251 509.

Приєднуйтеся до нашої команди та станьте частиною цієї неймовірної події разом із дитячим футбольним клубом "Барса"!

Новина на новинний сайт про захід, який відбудеться



Зустрічайте у Сумах відомі футболісти ФК "Динамо" Київ.

Коли?

- 19 червня 2024 року о 17:30

Де?

- У дитячому футбольному клубі "Барса"

У програмі заходу:

- Ознайомлення із футбольним клубом "Барса"

- Ексклюзивні майстер-класи від відомих футболістів ФК "Динамо"

- Автограф-сесія з улюбленими гравцями

Реєстрація обов'язкова за телефоном 0542 251 509 або у соціальних мережах


Не пропустіть цю унікальну можливість потренуватись та поспілкуватись зі світовими футбольними легендами! Приєднуйтеся до нашої команди та станьте частиною цієї неймовірної події разом із дитячим футбольним клубом "Барса"!

Пост у Instagram



Запрошуємо всіх прихильників футболу та молодих спортсменів на захід, який відбудеться у Дитячому футбольному клубі "Барса"!

 Дата: 19 червня 2024 року

 Час: 17:30

На цьому заході відомі футболісти з ФК "Динамо" завітають до нас, щоб поділитися своїм досвідом та провести захоплюючі майстер-класи для наших молодих талантів. Це неповторна можливість для вас особисто зустріти і поспілкуватися з професіоналами своєї справи!

Приєднуйтеся до нашого заходу, щоб отримати масу позитивних вражень та зарядитися енергією футбольної стихії!

Деталі та реєстрація за телефоном 0542 251 509 або у директ.

Не пропустіть цю неймовірну можливість! Приходьте та зробіть свої перші кроки до великого футбольного майбутнього разом з нами! 🏆

#футбол #Барса #Динамо #спорт #майстерклас #футбольніталанти
#спортивнізаходи #Сум

Пост в Інстаграм щодо нового набору учасників

📣 Новий набір у дитячий футбольний клуб "Барса"! 🏆

Шановні батьки та юні футболісти! Ми раді оголосити про відкриття нового набору до нашого клубу для дітей від 3 до 17 років. Тренування проводяться для хлопчиків і дівчаток незалежно від рівня підготовки. ✨

Що вас чекає?

Професійні тренери з багаторічним досвідом 🏆

Веселі та активні тренування, які розвивають фізичні та командні навички 🏋️

Заняття в дружній атмосфері, яка сприяє розвитку любові до спорту ❤️

Участь у місцевих, регіональних та міжнародних змаганнях 🏆

І найголовніше — тренування БЕЗКОШТОВНІ! 🎉

Це унікальна можливість для вашої дитини знайти нових друзів, полюбити спорт та досягти нових вершин у футболі. 🏆 ✨

Записатися можна вже зараз!

📞 За детальною інформацією пишть в Direct

📍 Адреса клубу: Привокзальна, 2/1

Станьте частиною великої футбольної родини "Барса" вже сьогодні! ❤️

#Барса #ДитячийФутбольнийКлуб #Футбол #Набір
#БезкоштовніТренування #Спорт #ФутболДляДітей #СпортДляДітей #Суми

Тексти на аудіорекламу для радіо

Аудіореклама 1

"Ваша дитина мріє стати професійним футболістом? Час здійснювати мрії! Дитячий футбольний клуб "Барса" оголошує набір юних талантів віком від 3 до 17 років! Заняття в нашому клубі абсолютно безкоштовні!

У клубі "Барса" ваша дитина отримає можливість тренуватися під керівництвом професійних тренерів, брати участь у всеукраїнських змаганнях та зустрічатися з легендами українського футболу. Саме зараз у вас є можливість приєднатися до нашої великої футбольної родини!

Не втрачайте свою можливість! Запишіться на пробне тренування вже сьогодні! Деталі за номером 0542 251 509 або шукайте нас в соцмережах!

Дитячий футбольний клуб "Барса" – стань зіркою футболу!"

Аудіореклама 2

Чи мріяли ви коли-небудь потрапити на поле разом із світовими футбольними зірками?

Тепер у вас є така можливість!

19 червня о 17:30 дитячий футбольний клуб "Барса" запрошує вас на футбольний фестиваль з участю гравців ФК "Динамо» Київ.

Приєднуйтеся до нас, щоб отримати досвід від професіоналів та відчути атмосферу справжнього футболу!

Не пропустіть цю неймовірну можливість зробити крок до своєї мрії!

Реєстрація за телефоном 0542 251 509 або шукайте нас в соціальних мережах Instagram чи Facebook

Дитячий футбольний клуб "Барса" - футбол починається з тебе!

Буклет

Запрошуємо Вас у футбольний клуб "Барса"

Наш футбольний центр це участь в турнірах і чемпіонатах Сумської області та України.

Фахівці та кваліфіковані тренери, проведення зборів і тренувань на своїй базі з штучними полями, тренажерним залом. Зустрічі з відомими футболістами і командами Прем'єр Ліги.

СТАНЬ ЗІРКОЮ ФУТБОЛУ!




Детальна інформація:

- Адреса: Україна, м. Суми, вул. Привокзальна, 2/1
- Тел. адміністратора: [0542-25-15-09](tel:0542-25-15-09)
- Тел. приймальні: [+38 \(0542\) 775-330](tel:+380542775330)
- Сайт: www.fcbarσα.com.ua
- e-mail: info@fcbarσα.com.ua



ЛАСКАВО ПРОСИМО ДО	ФУТБОЛЬНОГО ДИТЯЧОГО	КЛУБУ "БАРСА"!
<div style="text-align: center;"></div> <p style="text-align: center; background-color: #003366; color: white; padding: 2px;"><u>Скільки коштує навчання?</u></p> <p>- Бескоштовно</p>	<p style="text-align: center; font-size: small;">АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ:</p> <div style="text-align: center;"></div> <p style="text-align: center; background-color: #003366; color: white; padding: 2px;"><u>Скільки часу триває тренування?</u></p> <p>- Тривалість занять залежить від віку групи, від спрямованості заняття та місця проведення (в приміщенні чи на повітрі). У середньому – 1-1,5 години.</p>	<div style="text-align: center;"></div> <p style="text-align: center; background-color: #003366; color: white; padding: 2px;"><u>Як записати дитину до ФК "Барса"?</u></p> <p>- Всю необхідну інформацію можна отримати в адміністратора ФЦ «Барса» (кожного дня з 08:00 до 17:00) або за тел. (+38 0542) 775-330.</p>
<div style="text-align: center;"></div> <p style="text-align: center; background-color: #003366; color: white; padding: 2px;"><u>Хто тренери ФК "Барса"?</u></p> <p>- Це дипломовані спеціалісти. Кожна вікова категорія займається зі своїм наставником. Детальна інформація в розділі «Школа» – «Тренери».</p>	<div style="text-align: center;"></div> <p style="text-align: center; background-color: #003366; color: white; padding: 2px;"><u>Чи можуть дитині надати першу медичну допомогу?</u></p> <p>- Так. На «Барсі» працює медичний персонал.</p>	<div style="text-align: center;"></div> <p style="text-align: center; background-color: #003366; color: white; padding: 2px;"><u>Чи мають право батьки спостерігати за тренуванням?</u></p> <p>- Так. Але ні в якому разі не втручатися в роботу тренера й не відволікати дитину від занять.</p>
<div style="text-align: center;"></div> <p style="text-align: center; background-color: #003366; color: white; padding: 2px;"><u>Чи займаються дівчата у ФК «Барса»?</u></p> <p>- Так. У нашому центрі є відділення жіночого футболу.</p>	<div style="text-align: center;"></div> <p style="text-align: center; background-color: #003366; color: white; padding: 2px;"><u>Які документи отримує дитина після закінчення школи?</u></p> <p>- Атестат про закінчення ФЦ «Барса»</p>	<div style="text-align: center;"></div> <p style="text-align: center; background-color: #003366; color: white; padding: 2px;"><u>Яка система безпеки дітей на території ФК «Барса»?</u></p> <p>- Школа цілодобово під наглядом служби охорони та тренера відповідної групи.</p>

Логотип міжнародного зразка



Сіглайт з інформацією про захід



Розтяжка з інформацією про захід



Білборд з інформацією про захід



Сітілайт із рекламою і запрошенням приєднатися до ФК “Барса”



**ФУТБОЛЬНИЙ
БАРСА
ЦЕНТР**

**ПРОВОДИТЬ НАБІР
ДІТЕЙ З 3 ДО 17
РОКІВ.**

- кваліфіковані тренера
- своя бази з штучними полями
- тренажерний зал
- зустрічі з відомими футболістами і командами Прем'єр Ліги



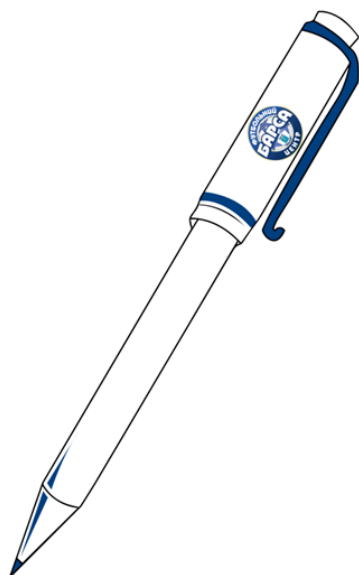
вул. Привокзальна, 2/1, Суми

The advertisement features a background image of a soccer player in a blue kit with the FC Barcelona logo, juggling a soccer ball on a green field. In the background, a large stadium is visible at night with its lights on. The text is in bold, dark blue and white colors.

Форма для міжнародних чемпіонатів



Сувенірна продукція











Реклама в транспорті

19 ЧЕРВНЯ
початок - 17:30

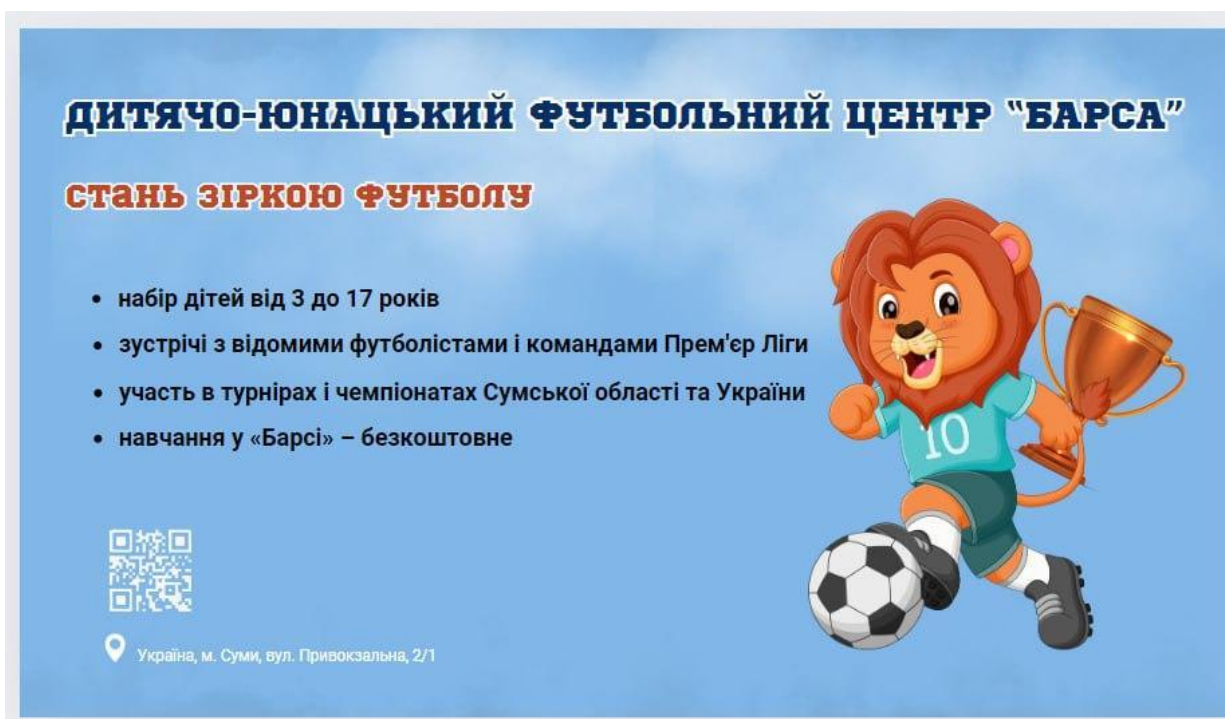
**ФУТБОЛІСТИ ФК "ДИНАМО" КИЇВ
У СУМАХ**



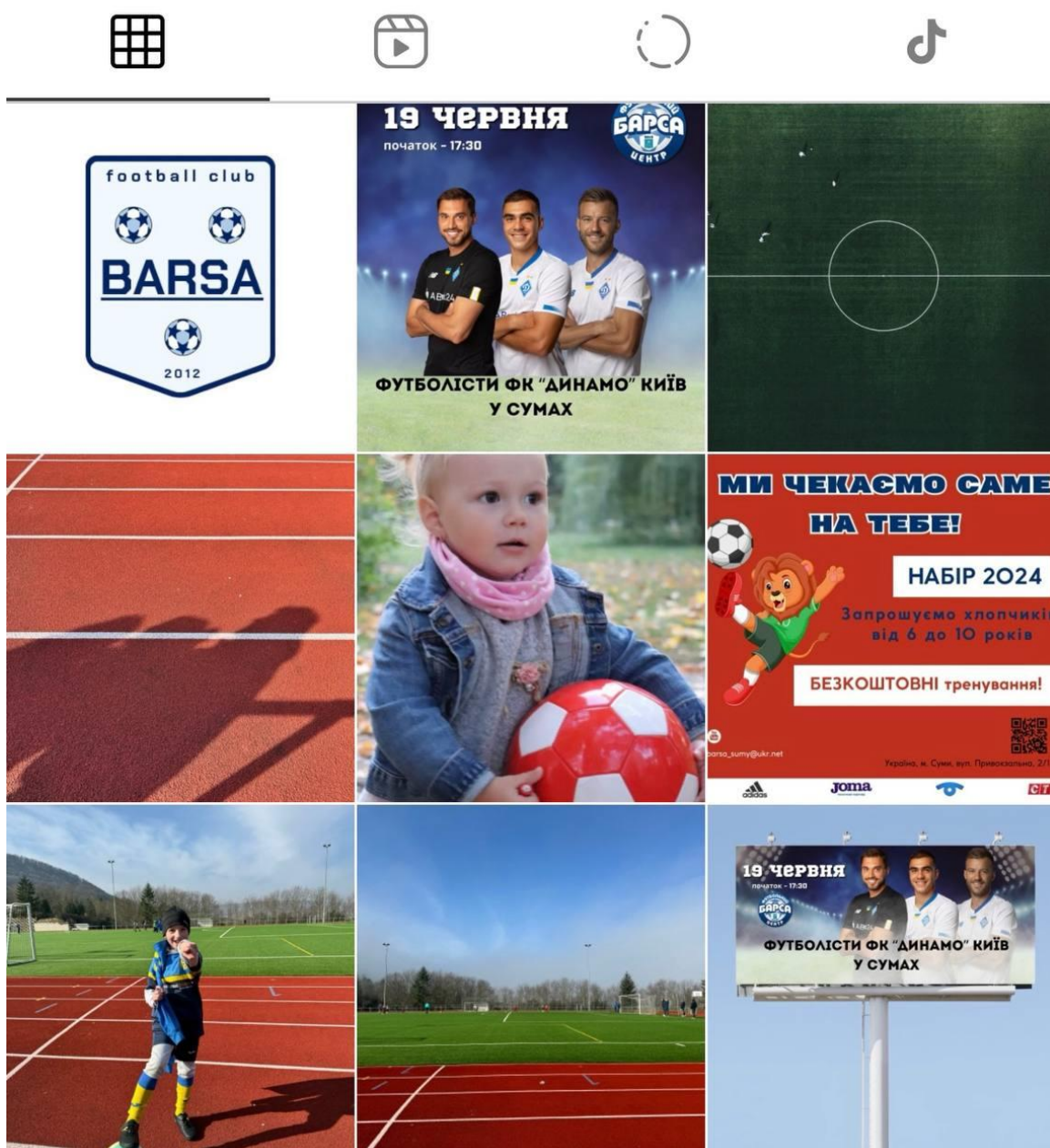




Візитка



Instagram сторінка



#футбол #Барса #Динамо #спорт #майстерклас #футбольніталанти
#спортивнізаходи #Сум

ВИСНОВКИ

Розроблена інформаційна кампанія для футбольного центру "Барса" у місті Суми є комплексним підходом до просування та популяризації спортивного закладу. Використання різноманітних видів реклами, таких як: соціальні мережі, новинні сайти, сітілайти, радіореклами та зовнішньої реклами – це сприяє приверненню уваги цільової аудиторії та розповсюдженню інформації про захід. Важливою складовою кампанії є активна взаємодія з цільовою аудиторією та публікація матеріалів на різних платформах, що дозволить максимально розповсюдити інформацію та привернути увагу до заходу. Не менш важливим є ретельне планування кожного кроку та аналіз результатів. Постійне відстеження ефективності рекламних заходів дозволить вчасно внести корективи та оптимізувати стратегію просування. Також варто відзначити активну участь фахівців та тренерів клубу «Барса» у проведенні заходу, що надасть події додатковий авторитет та привабливість для учасників.

У ході розробки рекламної кампанії для дитячого клубу «Барса», було задіяно аналіз конкурентів і виявлені їх недоліки у розповсюдженні інформації в інфопросторі. Таким чином, було визначено основні переваги рекламованого нами клубу.

На основі проведеного спостереження, було сформовано концепцію рекламної кампанії, яка включає: зовнішню друковану рекламу, аудіорекламу, текстову рекламу, сувенірну продукцію, медіапосування через соціальні мережі, вебсайт.

Представлені рекламні матеріали висвітлюють переваги участі у клубі, одна з яких безоплатність занять, що наразі є головним фактором, особливо для внутрішньо переміщених осіб.

Метою було досягнення максимального охоплення цільової аудиторії. Ядром рекламної кампанії став інфопривід. Він полягає у зустрічі з відомими українськими футболістами, що приверне увагу як дітей, так і їхніх батьків. Було визначено дату, місце та програму заходу.

Дата ж у свою чергу має своє пояснення, а саме: 19 червня – це Всесвітній день дитячого футболу, «Проголошений Дитячим фондом ООН [ЮНІСЕФ] та Міжнародною федерацією футбольних асоціацій [ФІФА] з метою привернення уваги світової спільноти до проблем дітей і пропаганди здорового способу життя серед молоді» [16].

Визначено, що заняття у спортивних секціях є важливими для фізичного та психологічного розвитку дітей, особливо в умовах воєнного стану.

Таким чином, реалізація нашої рекламної кампанії дитячого футбольного клубу "Барса" має досягти своєї мети – сприяння залученню нових учасників, підвищенню їхньої зацікавленості та загальному розвитку клубу. Застосування різноманітних кроків та заходів, від рекламних кампаній до публікації матеріалів, сприятиме ефективному просуванню футбольного центру "Барса" та популяризації футболу серед дітей та молоді. Загалом, пропонована рекламна кампанія стане знаковим інструментом у розвитку та популяризації футбольного центру "Барса" у місті Суми, підкресливши його значущість та привабливість серед цільової аудиторії.