Pakiety

- Pakiet 1

Pakiet 1

Za?o?enia wst?pne i proponowany podzia? kompetencji przy organizacji Pó? maratonu

W pierwszym kroku zebraliśmy większość zagadnień, które w naszej ocenie są najważniejszymi obszarami do realizacji przy organizacji Półmaratonu. Biorąc pod uwagę nasze kompetencje, umiejętności oraz siły na to czego możemy się podjąć, by mogły być dostarczone na odpowiednim poziomie, dokonaliśmy wstępnego podziału na dwie grupy: obszary, które proponujemy, że podejmiemy się ich realizacji oraz obszary, które w naszej ocenie powinny zostać w kompetencjach Gminy.

Poniżej wypisane zostały te zagadnienia z uwzględnieniem wyżej wspomnianego podziału wraz z krótkim rozwinięciem wizji ich realizacji.

Obszary przewidziane do realizacji przez nas

Marketing i promocja:

Identyfikacja wizualna i branding:

W naszej ocenie należy stworzyć całą nową spójną identyfikację wizualną. Dotychczasowa zawiera jedynie kilka grafik i logo oraz grafiki do social mediów, niebędące spójne i prawdopodobnie zrobione za pomocą AI. Należałoby stworzyć czytelne, skalowalne logo wraz z systemem identyfikacji wizualnej, paletą kolorów oraz fontami, tak by móc poźniej tworzyć jednolite i spójne materiały promocyjne, a dzięki temu stworzyć też brand Półmaratonu

Strona internetowa

Należy stworzyć nową stronę internetową, spójną z identyfikacją wizualną, responsywną na urządzeniach mobilnych. Gdzie odwiedzający w możliwie najczytelniejszy sposób uzyska wszystkie informacje, będzie mógł zapisać się na udział w biegu oraz dokonać płatności. W ramach strony można udostępnić mapę gpx oraz prezentację trasy online - każdy z biegaczy może zobaczyć mapę trasy na swoim smartwatchu czy zapoznać się z trasą na prezentacji. Stronę należy stworzyć priorytetowo, by móc jak najszybciej otworzyć system rejestracyjny dla uczestników. Najprawdopodobniej, stworzenie dobrze funkcjonującej strony będzie wiązało się z użyciem płatnych wtyczek/rozwiązań tak by system rejestracyjny i płatności był dobrze zabezpieczony, możliwie bezawaryjny i komfortowy do używania. W pierwszej kolejności kwestię możliwości poniesienia tych kosztów należy przedyskutować z Gminą.

Uruchomienie kampanii w mediach spo?eczno?ciowych

Jednym z pierwszych oraz kluczowych elementów jest uruchomienie kampanii w mediach społecznościowych w oparciu o stworzoną identyfikację wizualną. Kampania powinna być prowadzona spójnie, regularnie i w aktywizujący, zachęcający do uczestnictwa w wydarzeniu sposób. Przede wszystkim w oparciu o istniejący już profil na Facebooku, który jeżeli jest taka możliwość powinien być prowadzony w całości przez nas. Możliwe jest również rozszerzenie działania na Instagram, TikTok, należy stworzyć wydarzenie na Facebooku. Działania powinny być też prowadzone we współpracy z Gminnymi profilami w social media. Do ustalenia pozostaje ilość i częstotliwość udostępnień/publikacji na tych profilach. My ze swojej strony dostarczymy całość contentu - grafiki, teksty. Jeżeli ze strony Gminy byłaby potrzeba, chęć publikacji dodatkowych materiałów, to dla zachowania spójności i jednorodności komunikacji powinno przejść to przez nas - czy to w formie akceptacji czy dostarczenia odpowiednie materiały, które Gmina może opublikować.

Promocja offline

Z odpowiednim wyprzedzeniem należy rozpocząć promocję offline, którą odpowiednio należy rozeznać, jakie są jej możliwości. Zakłada ona banery, plakaty (możliwość kilku rzutów plakatowania z uwzględnieniem różnych ich wzorów), ulotki umieszczone w ważnych miejscach odwiedzanych przez turystów, potencjalnych uczestników - lokalne restauracje, sklepik z gadżetami gminnymi, lokalne pensjonaty. W ramach tej promocji na odpowiednim etapie powinna znaleźć się również komunikacja dla mieszkańców o możliwych utrudnieniach w czasie wydarzenia. Realizacja tego obszaru zakłada stworzenie projektów oraz ich realizację (kontakt z drukarniami, realizacja druku, instalacja banerów czy plakatowanie po konsultacji z Gminą)

Email marketing

W czasie promocji półmaratonu, należy zadbać o utrzymanie kontaktu z osobami, które już dokonały zapisu poprzez kierowanie mailingu. W ten sposób możemy proponować, by osoby już zapisane zapraszały kolejnych swoich znajomych do wzięcia udziału (mogą np. otrzymywać jakąś zniżkę dla osób, które zapiszą się z ich polecenia). W mailach można też informować o przygotowaniach oraz szczegółach wydarzenia. Tydzień przed wydarzeniem uczestnicy mogą otrzymać mailowo *Przewodnik biegacza* w pliku PDF ze wszystkimi szczegółami: gdzie zaparkować, o której start, przypomnienie co zawiera pakiet, mapa trasy.

Utrzymanie relacji i kontaktu z odbiorcami po wydarzeniu

Planując treści i materiały promocyjne należy zadbać też o publikacje i kontakt z biegaczami, odbiorcami treści również po samym wydarzeniu. Należy zadbać o publikację zdjeć, dostarczanie w odpowiedniej częstotliwości contentu na social media, poproszenie za pośrednictwem maila uczestników wydarzenia o feedback, zaproszenie na kolejne wydarzenie.

Sponsorzy i media:

Wspó?praca z mediami

Z odpowiednim wyprzedzeniem należy o wydarzeniu poinformować również lokalne media oraz te o szerszym zasięgu. Tutaj wykorzystane mogą zostać nawiązane już przy wcześniejszych wydarzeniach kontakty z mediami. Informacje prasowe mogą zostać wysłane do szerokiego kręgu mediów. Informacje powinny być przekazane możliwie wcześniej, by móc uzyskać więcej niż jedną publikację w danym medium i dać szansę mediom na zainteresowanie się nim na szerszą skalę, jeśli dzięki dobrej promocji uznają to za opłacalne. Przy tych działaniach należy również pamiętać o portalach dla biegaczy szczególnie tych, które prowadzą zapowiedzi oraz terminarze wszystkich imprez biegowych, tak żeby biegacze z nich korzystający mogli odnaleźć informację o wydarzeniu.

Nawi?zanie kontaktu z potencjalnymi sponsorami, partnerami

Należałoby stworzyć wzór pisma, maila z opisem wydarzenia i propozycją objęcia go patronatem czy sponsoringiem. To działanie powinno być we współpracy z Gminą - Gmina powinna skontaktować się ze swoich stałymi sponsorami i partnerami, my w jej imieniu możemy podjąć próbę pozyskania nowych. Można podjąć też próbę nawiązania kontatków ze sportowcami, którzy chcieliby podjąć współpracę marketingową. Do nawiązywania kontaktów dobrze byłoby wykorzystać stworzony już mail rysimtropem@lipnicawielka.pl. Jeżeli jest taka możliwość, optymalne byłoby, gdybyśmy mogli tego maila używać w całym okresie przygotowań to realizacji

swoich działań. Poza kontaktami sponsorsko-partnerskimi również do realizacji innych wymienionych działań wymagających zewnętrznych kontaktów. To również nas uwiarygadnia, że faktycznie piszemy jako osoby współorganizujące wydarzenie.

Organizacja wydarzenia:

Program zapisów i system cenowy

W porozumieniu z Gminą należy stworzyć czytelny harmonogram zapisów wraz z odpowiednim systemem cenowym. Odbiorcy powinni w jak najprostszy sposób wiedzieć gdzie się zapisać, w jaki sposób, jak uiścić opłatę, jaki pakiet i w jakiej cenie mają do wyboru, co dane pakiety zawierają, czy i jak będą zmieniać się wysokości opłaty startowej

Pakiet startowy

Stworzenie pakietu startowego dla uczestników wydarzenia. Należy skonsultować z Gminą czy jakieś elementy pakietu są już gotowe jako pozostałe z ubiegłorocznych przygotowań i wejdą w skład pakietów. Można również stworzyć więcej niż jeden pakiet - każdy z uczestników może wybrać ten, który jest dla niego optymalny. Różnić mogą się ceną i elementami składowymi. Np. zapisujący się dostaje do wyboru jeden z trzech pakietów: mini - regular - max. Następnie należy stworzyć finalny skład pakietów oraz z odpowiednim wyprzedzeniem czasowym rozpocząć ich realizacje, a także określić ceny poszczególnych pakietów. Należy do zrobić w jednym z pierwszych kroków przygotowań, tak by przy uruchomieniu zapisów, pakiety i ich ceny były już przedstawione odbiorcom. W skład pakietów mogą wejść również gadżety przekazane od partnerów/sponsorów.

Elementami składowymi pakietu mogłyby być:

- medal
- koszulka
- numer startowy z chipem, agrafki
- Instrukcja i mapa trasy
- Woda i baton/żel energetyczny
- Gadżet regionalny

Regulamin

Należy stworzyć odpowiedni regulamin dla uczestników określający m.in. dystans, limity czasu, zasady bezpieczeństwa, politykę zwrotów, RODO, nagrody dla zwycięzców oraz inne istotne aspekty prawne. Regulamin powinien być umieszczony na stronie internetowej

Materia?y foto/video

W czasie przygotowań i promocji należy stworzyć materiały foto oraz video do wykorzystania na wszystkich kanałach komunikacji. Odpowiednie zdjęcia powinny być wykorzystywane w grafikach, powinien powstań teaser video do użycia na stronie www oraz social mediach. Do promocji może zostać wykorzystane również video pokazujące uczestnikom przebieg trasy. Na czas samego wydarzenia obsługą foto/video powinny zająć się już osoby z zewnątrz, najpewniej te, z którymi Gmina utrzymuje już współpracę przy wydarzeniach.

Materia?y promocyjne i identyfikacyjne podczas trwania wydarzenia

Należy stworzyć elementy identyfikacji wizualnej do użycia już podczas trwania samego wydarzenia. Mogą to być:

- flagi i banery
- brama start/meta
- ścianka i ramka do zdjęć: tło z logotypami gminy i wydarzenia, przy którym biegacze będą się fotografować z medalami po biegu. Zapewne te zdjęcia będą udostępniać, więc jest to forma darmowej reklamy, dotarcie do nowych odbiorców)
- aplikacja do analizy zdjęć - gdyby liczba uczestników była spora oraz fotografowie byli chętni można udostępnić zdjęcia w aplikacji, w której można znaleźć swoje zdjęcia, które są wykrywane po numerze startowym
- Odzież lub elementy wyróżniające dla organizatorów i wolontariuszy - w zależności od budżetu może być to koszulka, polar z rzepem, identyfikator czy gminna koszulka

Obszary przewidziane do realizacji przez Gmin?:

Kwestie prawne i formalne:

- **Zgody i pozwolenia:** kontakt z odpowiednimi organami jak policja, zarząd dróg, straż pożarna, urzędy, senepid
- **Zgłoszenie imprezy masowej:** jeśli będzie więcej niż 1000 osób na przestrzeni otwartej
- **Ubezpieczenia:** OC organizatora, NNW dla uczestników

Bezpiecze?stwo:

- **Plan zabezpieczenia**: policja, straż miejska, OSP, firma ochroniarska.

- **Plan medyczny**: rozmieszczenie karetek, ratowników, procedury ewakuacji.
- **Zarządzanie ruchem**: objazdy, zamknięcia ulic, komunikaty dla mieszkańców.
- **Koordynacja radiowa**: łączność między organizatorami, służbami i wolontariuszami.

Trasa i infrastruktura:

- **Wybór trasy**: pomiar dystansu, profil wysokości, nawierzchnia, szerokość.
- **Certyfikacja trasy** (opcjonalnie PZLA).
- **Zabezpieczenie trasy**: taśmy, pachołki, barierki, oznaczenia kilometrów.
- **Punkty odżywcze**: woda, izotonik, owoce, gąbki, wolontariusze.
- **Punkty medyczne**: karetki, ratownicy
- **Strefy specjalne**: start/meta, depozyt, przebieralnie, toalety

Bud?et i finanse:

- **Koszty**: chipy, zabezpieczenie, scena, nagłośnienie, toalety, woda, obsługa techniczna, nagrody dla podium
- **Przychody**: opłaty startowe, sponsorzy, expo, dotacje.
- **Umowy z dostawcami**: catering, scena, nagłośnienie, chip timing.
- Kontakt z dotychczasowymi sponsorami gminnych wydarzeń

Obs?uga wydarzenia:

Wolontariusze i obs?uga:

- **Rekrutacja**: szkoły, kluby sportowe, lokalne organizacje.
- **Szkolenie**: procedury, bezpieczeństwo, obsługa punktów.
- **Koordynatorzy stref**: start/meta, depozyt, punkty odżywcze, trasa.
- Pomoc w wywieszeniu plakatów, banerów, billboardów itp.
- Relacja foto/video wydarzenia

Pomiar czasu

- **Firma pomiarowa**: chipy, maty pomiarowe, wyniki online.
- **Strefy startowe**: fale startowe, pacemakerzy.
- **Certyfikacja wyników**: klasyfikacje, kategorie wiekowe, drużynowe.

Oprawa wydarzenia:

- **Strefa finiszera**: woda, izotonik, posiłek regeneracyjny.
- **Dekoracje**: podium, nagrody, scena.
- **Nagłośnienie i konferansjer**
- Urozmaiceniem może być kuchnia polowa i bufet od koła gospodyń
- Kolejnym urozmaiceniem może być loteria fantowa - w zależności od pozyskanego budżetu od sponsorów

Obs?uga po biegu:

- **Publikacja wyników**.
- **Certyfikaty ukończenia**.
- **Raport finansowy i organizacyjny**.
- **Podziękowania dla sponsorów i wolontariuszy**.
- **Podia i trofea:** pomysłem mogą być oryginalne statuetki (np. z drewna, wykonane przez lokalnego rzeźbiarza), które mają większą wartość sentymentalną niż tanie puchary z hurtowni.

Wymienione wy?ej obszary i poszczególne zadania, zosta?y przedstawione poni?ej w formie tabeli okre?laj?cej przypisanie zada? do nas i Gminy oraz wskazano te wymagaj?ce wspólnego dzia?ania.

Obszar	Zadania nasze	Zadania Gminy	Zadania Wspólne
Marketing i Promocja	• Stworzenie nowej identyfikacji wizualnej i logo		

• Budowa strony internetowej i systemu zapisów

• Prowadzenie kampanii w social mediach

• Email marketing i kontakt z biegaczami

• Przygotowanie materiałów do promocji | • Udostępnienie kanałów gminnych do promocji oraz udostępnienie istniejącego profilu wydarzenia

• Pomoc w wywieszaniu plakatów i banerów | • Ustalenie częstotliwości publikacji w mediach gminnych i współpraca przy spójnej komunikacji | | **Sponsorzy i Media** | • Przygotowanie ofert dla sponsorów i patronów

• Pozyskiwanie nowych partnerów

• Wysyłka informacji prasowych do mediów | • Kontakt z dotychczasowymi, stałymi sponsorami Gminy | • Współpraca przy budowaniu bazy sponsorów | | **Finanse i Prawo** | • Opracowanie regulaminu biegu • W trakcie trwania przygotowań i promocji dostarczanie wycen tworzonych na zewnątrz materiałów (banery, plakaty, itd.) | • Zapewnienie ubezpieczeń (OC, NNW)

• Uzyskanie zgód od Policji, Straży, zarządu dróg

• Zarządzanie budżetem, kosztami i przychodami

• Podpisanie umów z dostawcami (catering, chipy) | • Decyzja o finansowaniu kosztów strony i wtyczek do nich

• Opracowanie systemu cenowego wpisowego

• Bieżące konsultacje na temat budżetu i możliwości finansowania wydarzenia (np. określanie budżetu na pakiet startowy) | | **Logistyka i Trasa** | • Opracowanie zawartości pakietów startowych

• Produkcja flag, banerów i ścianek na event | • Wybór, certyfikacja i fizyczne zabezpieczenie trasy

• Zarządzanie ruchem i objazdami

• Wynajęcie firmy do pomiaru czasu

• Przygotowanie stref (start/meta, depozyt) | • Ustalenie harmonogramu zapisów

• Doprecyzowanie kwestii elementów pakietów z poprzedniego roku | | **Bezpieczeństwo i Obsługa** | • Obecność na samym wydarzeniu i wsparcie w jego obsłudze, możliwe, że część osób będzie uczestnikami

• Przygotowanie elementów wyróżniających dla wolonatriuszy i obsługi | • Zapewnienie opieki medycznej i karetek

• Rekrutacja i szkolenie wolontariuszy

• Zapewnienie nagłośnienia i konferansjera

• Wykorzystanie kontaktów Gminy do obsługi foto/video w dniu biegu | • Wspólne działania podczas trwania samego wydarzenia | | **Po wydarzeniu** | • Zebranie feedbacku od biegaczy

• Publikacja zdjęć i treści post-event | • Publikacja wyników i certyfikatów

• Przygotowanie raportu finansowego

• Podziękowania dla wolontariuszy | |