

Budoucnost ve sportu začíná teď.

Přijmout změny ze své organizace. Chris D'Orso, více president Orlando Magic – NBA



NBA = globální značka

MAGIC jsou součástí této značky a jsou na to hrdí, včetně města, partnerů a vlastníků

35 procent hráčů (z celkového počtu cca 450) je mimoamerických

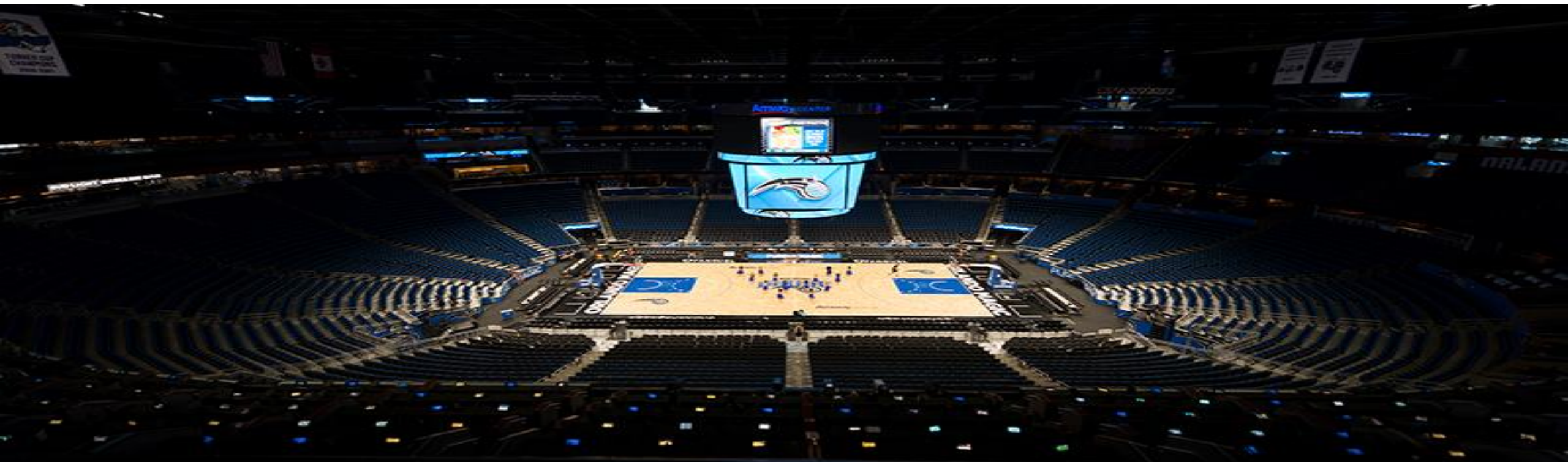
90 procent lidí, kteří sledují NBA neuvidí nikdy utkání naživo

NBA má zastoupení v 15 zemích na světě, ale žádný klub kromě Toronto nesídlí mimo USA

MAGIC jsou součástí této rodiny

MAGIC budují nový tým po významnějších obdobích, ve kterých dominovali Shaq O'Neal a Penny Hardaway

Motto: **MAGIC – více než tým**





Orlando Magic mise:

To be **world champions** on and off the court delivering **legendary moments** every step of the way.

The Orlando Magic is committed to investing in our **COMMUNITY**, promoting a culture of creative thinking and **INNOVATION**, providing world-class and **LEGENDARY** service and understanding the importance of **TEAMWORK** in creating a culture of trust and respect.

Hra je obsah sdělení

Hra je platformou pro sdílení příběhů



Časy se změnily



Co se stane, když budete žít dneškem?

Stane se z vás fosilie!

První model iPhone byl představen v roce 2007.



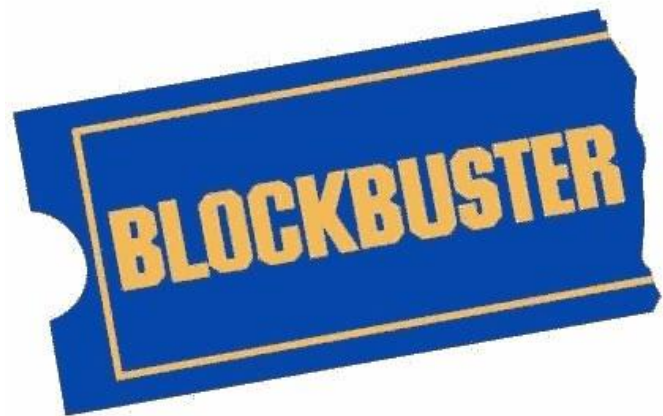
amazon.com[®]

FedEx

Pracovní prostředí v Google



INOVACE – VYUŽIJTE NOVÉ TECHNOLOGIE



Co se stane, když uděláte změnu



ORLANDO MAGIC
iNNOVATION

Jak přijímáme změny v Orlando Magic?



Lidské zdroje

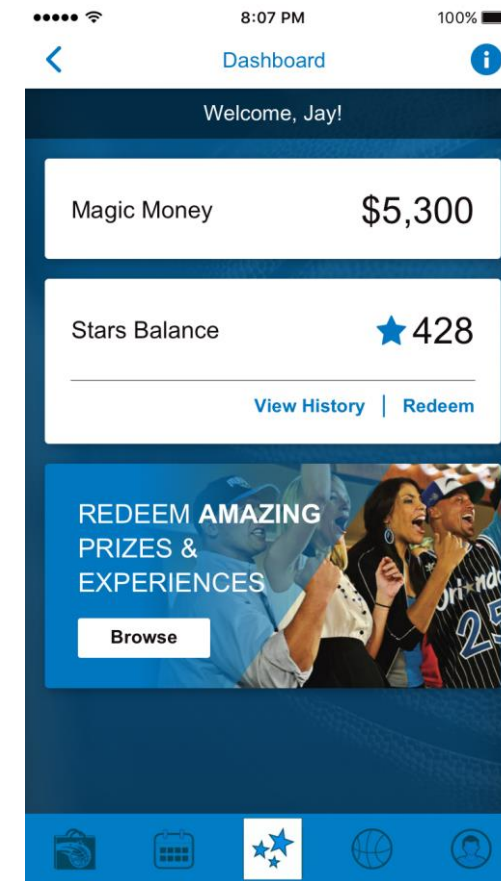
- Legendární služby
- Disney
- Změnit naše pracovní nasazení a fanoušky
- Zkušenosti od generace Millennials

Proces

- Basketbalové operace
- Technologie a DATA
- Inovace LAB

Produkty

- Vyzkoušená App
- Fast Break Pass (vstupenka)
- „Magic Money“



Změnit naše fanoušky – svět je menší, než kdykoliv předtím



Legendární Služby:

- snaží se rozpoznat každého zákazníka/diváka
- snaží se spolupracovat s globálními firmami

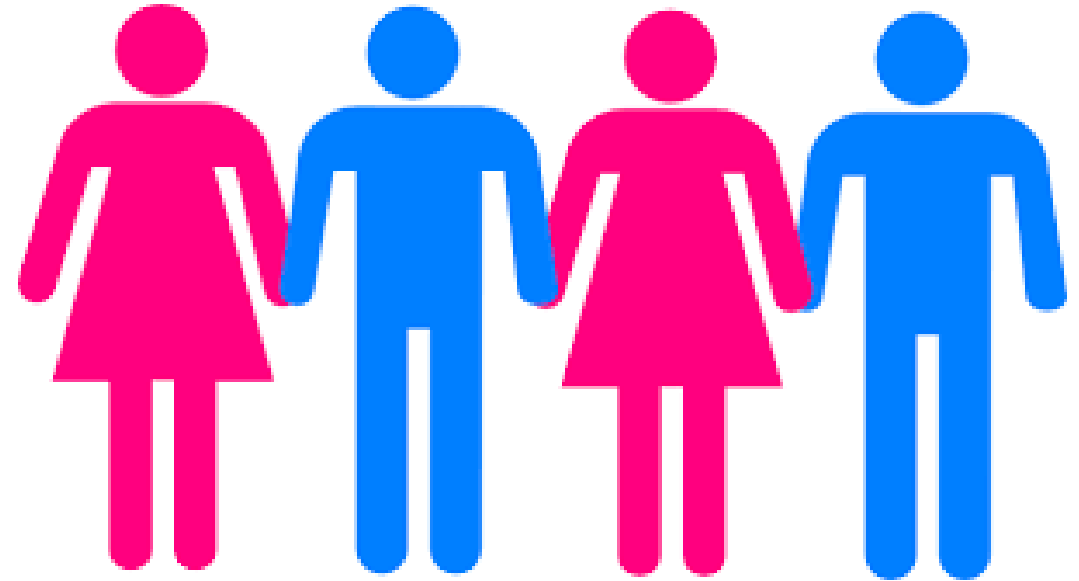


Zkušenosti od generace Millennials



Kdo jsou Millennials?

- narození 1982 - 1995
- Charakterizuje je nadšení, technická zdatnost a podnikavost, ale také jsou klasifikováni jako sebe posedlí, líní a mající velké nároky
- Od narození jsou spojeni s digitálním světem
- Co by měli zaměstnavatelé vědět:
 - nárokují si kariéerní postupy a podporu růstu rychleji než předchozí generace
 - zkušenosti, nikoliv jen peníze, je motivují
 - inteligentní zařízení jsou pro ně stejně důležitá jako vztah



Co je motivuje?

Zkušenosti

- mají svůj svět

Digitální svět

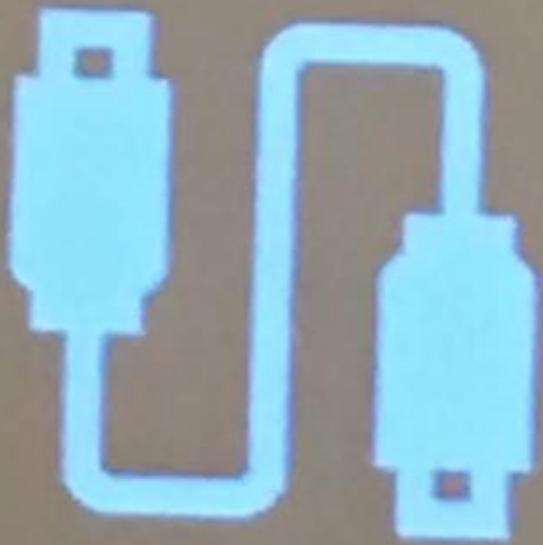
- obsah – obsah - obsah





ZÁVISLOST NA MOBILNÍM SVĚTĚ

ZÁVISLOST NA MOBILNÍM SVĚTĚ



Didigitální závislost a kompulzivní používání smartphonů roste dnem i nocí.

- podle mezinárodní studie B2X:
 - 25 procent Millennials se dívá do svého chytrého telefonu více než 100+ krát za den
 - téměř polovina Millennials se dívá do svého chytrého telefonu více než 50x za den, 3x více, než Baby Boomers (15,9 procent). V USA, mírně více než 27 procent Millennials si kontroluje svůj mobil 100+ krát za den, oproti 16 procentům v Německu a 31 procentům v Indii.
- 25 procent Millennials stráví více než 5 hodin na svém chytrém telefonu každý den. Baby Boomers v USA stráví přibližně 3 hodiny denně, což je blízko světovému průměru, zatímco Baby Boomers v Indii (42 procent) a Brazílii (49 procent) jsou mnohem častějšími uživateli.

Telefon není telefon. Netelefonuje se s ním jen. Je to chytrý telefon!

Mobilní svět - 57 procent lidí očekává odpověď do 2 minut



Lidé vlastníci chytrý telefon jsou vždy na zavolání. 85 procent globálních uživatelů má stále telefon v přímém dosahu, a více než čtvrtina jej má na těle nebo v jeho bezprostřední blízkosti, včetně noci.

A očekávají rychlé odpovědi a reakce. 57 procent majitelů chytrých telefonů očekává od své rodiny a přátel odpověď na zprávu do několika minut.





Generace Z



Kdo se narodil
po roce 1995



Charakterizují je
ochota tvrdě pracovat
a mají představu o své
budoucnosti



Od narození mají
přístup
k digitálnímu světu



Co by zaměstnavatelé
měli vědět:

Nejprve investují do
sebe.
Generace Z mění práci
snů.
Kariérní růst se také
počítá.

Kdo budou další ...

Mění se proces prodeje, ale premisa zůstává stejná:

„V obchodě se nic neděje, dokud někdo něco neprodá.“



Thomas Watson sr. – zakladatel IBM

Prodej vstupenek v Novém světě!

- **Nákup vstupenek je jen jeden krok na cestě ke vstupu do haly**
- **Dříve než zákazníci vstupenky nakoupí, 4 až 5 krát vyhledávají váš produkt online**
- **Vliv vašich vrstevníků stoupá. Byl jste někdy ovlivněn někým online?**
 - Facebook 30 procent
 - Twitter 16 procent
 - Recenze fanoušků 30 procent
- **Žádáme někoho, aby investoval své peníze a čas být s námi**

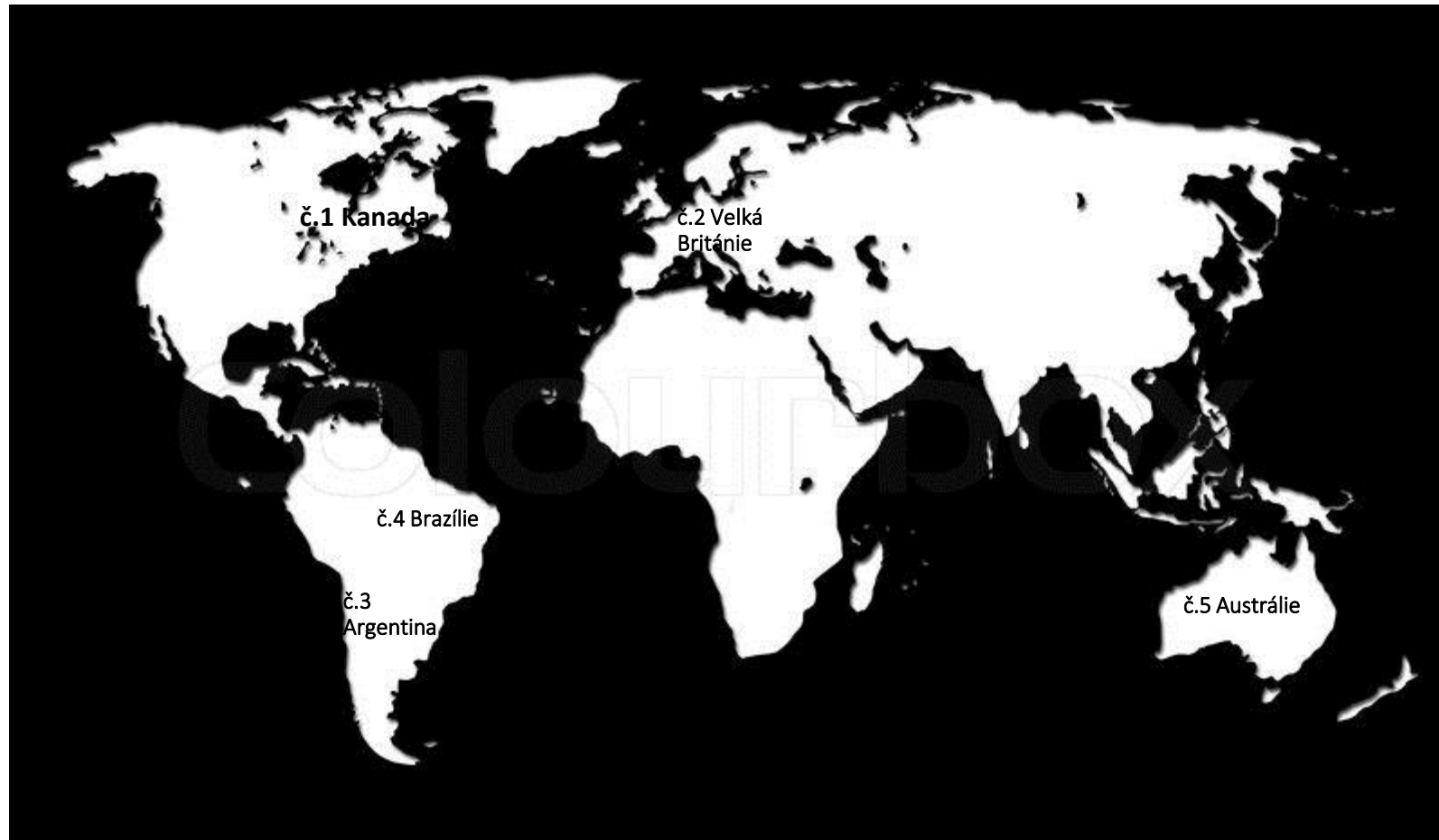


Pokud neprodáváte
svůj produkt mimo
svůj trh, ztrácíte
peníze

Prodej musí být
globálně zaměřený



Kdo kupuje naše vstupenky na mezinárodní úrovni



PROČ PRODEJ PŘES SOCIÁLNÍ SÍTĚ?



- 78 procent prodejců, kteří využívají sociální média mají lepší výsledky, než jejich konkurence, která je nevyužívá (FORBES)
- 62 procent prodejců, kteří nevyužívají prodej přes sociální média, nenaplní své plány (The Aberdeen Group)
- IBN navýšil svůj prodej o 400 procent díky programu prodeje přes sociální média
- 72,6 procent prodejců, kteří přidali sociální média do svého procesu, překonali své konkurenty (Social Media and Sales Quota Survey)
- Zástupci využívající důvtipně sociální média překonali své plány o 26 procent častěji, než ostatní (Social Media and Sales Quota Survey)

NEJLEPŠÍ KANÁLY PRO PRODEJ PŘES SOCIÁLNÍ MÉDIA

Twitter:

Spojuje s lokálním prostředím

Facebook:

Spojuje s lokálním obchodním prostředím a přáteli

Instagram:

Spojuje s lidmi a značkami



Rostoucí Požadavky na Zdroje

Neustálé rozšiřování a přidávání kanálů sociálních médií také zvýšilo počet způsobů a prostorů pro týmy jak angažovat a zapojit do spolupráce fanoušky, a proto se zvyšují požadavky na zdroje o informacích o týmech.



Fanoušci komunikují s různými kanály z různých důvodů



Autoritativní údaje

Uživatelé navštěvují Facebook pro sdílení zábavy a inspiraci



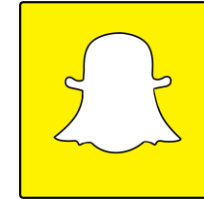
Zpravodajství

Uživatelé navštěvují Twitter, aby věděli, co se děje a získali relevantní správné informace



Konzument

Uživatelé navštěvují Instagram, aby viděli krásné fotografie a videa



Přístup

Uživatelé navštěvují Snapchat, aby se podívali na pomíjivé sdělení obsahu



Video hub

Ti, kteří vyhledávají videa na Youtube, neovlivňují konkrétně obsah navštěvovaného příspěvku

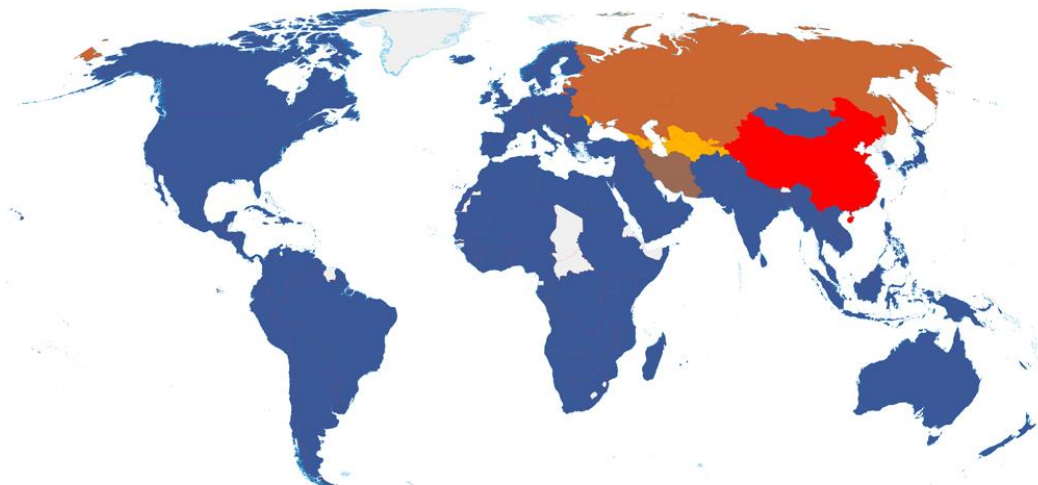
Porozumět roli každé platformy znamená maximalizovat úspěch

Globální obrázek

Nejoblíbenější sociální sítě po celém světě

hodnocení č. 1

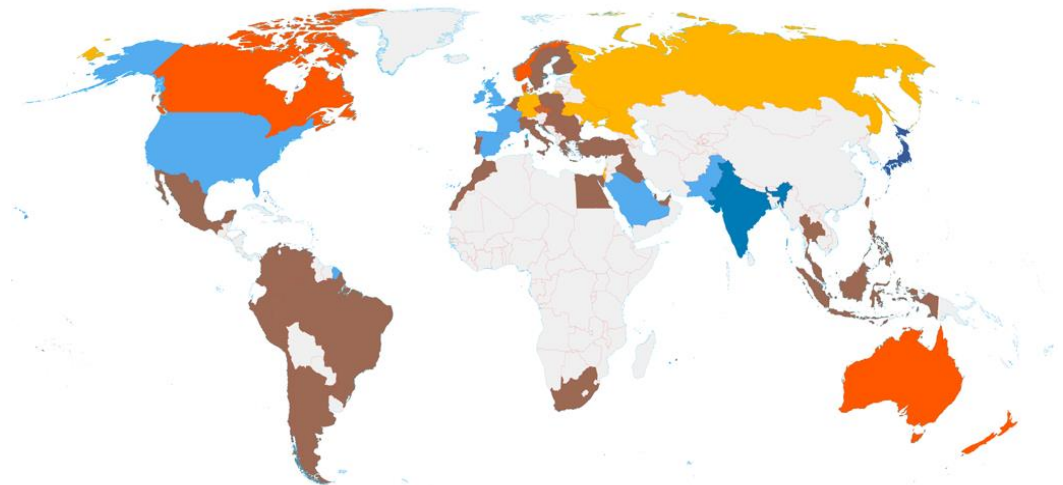
WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS
January 2018



Facebook QZone V Kontakte
Odnoklassniki Instagram

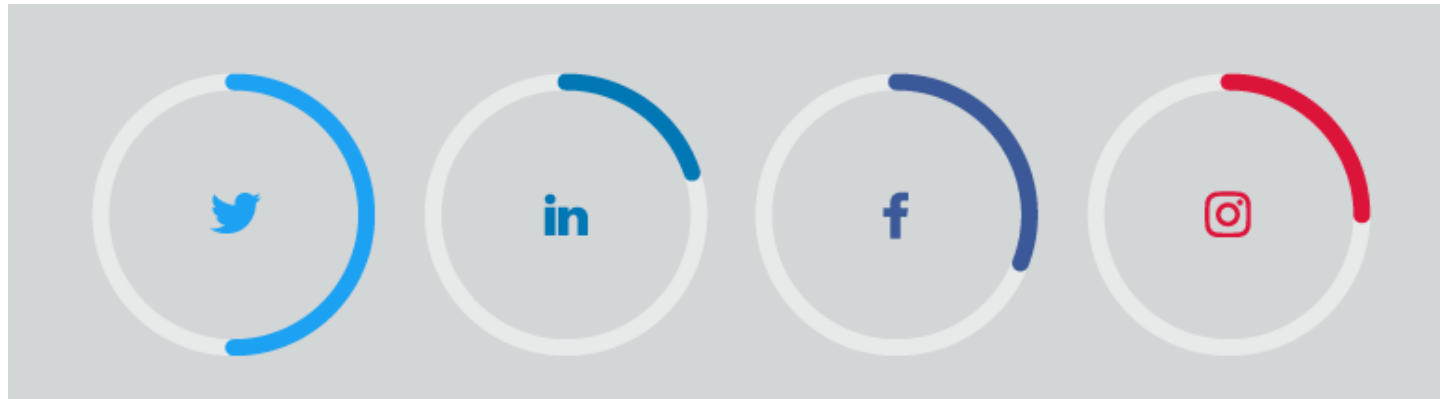
hodnocení č. 2

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS
Ranked 2nd - January 2017



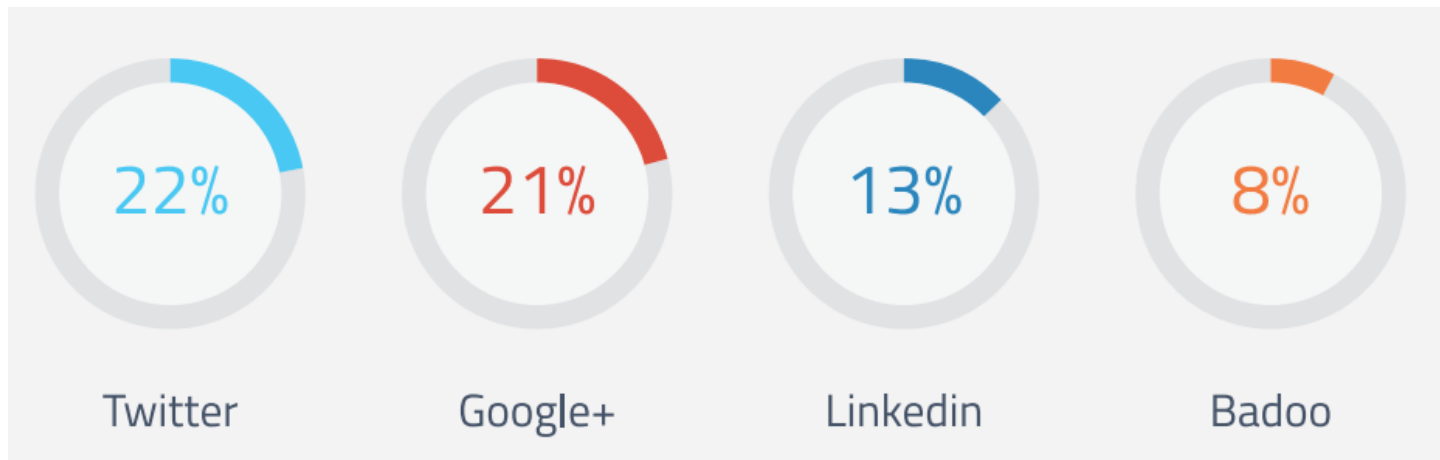
Instagram Twitter V Kontakte Odnoklassniki
LinkedIn Facebook Reddit

Kanály sociálních médií mají výrazné a odlišné uživatelské základny



používání dle platformy

využívání sociálních médií online v celé dospělé populaci



použití více platforem

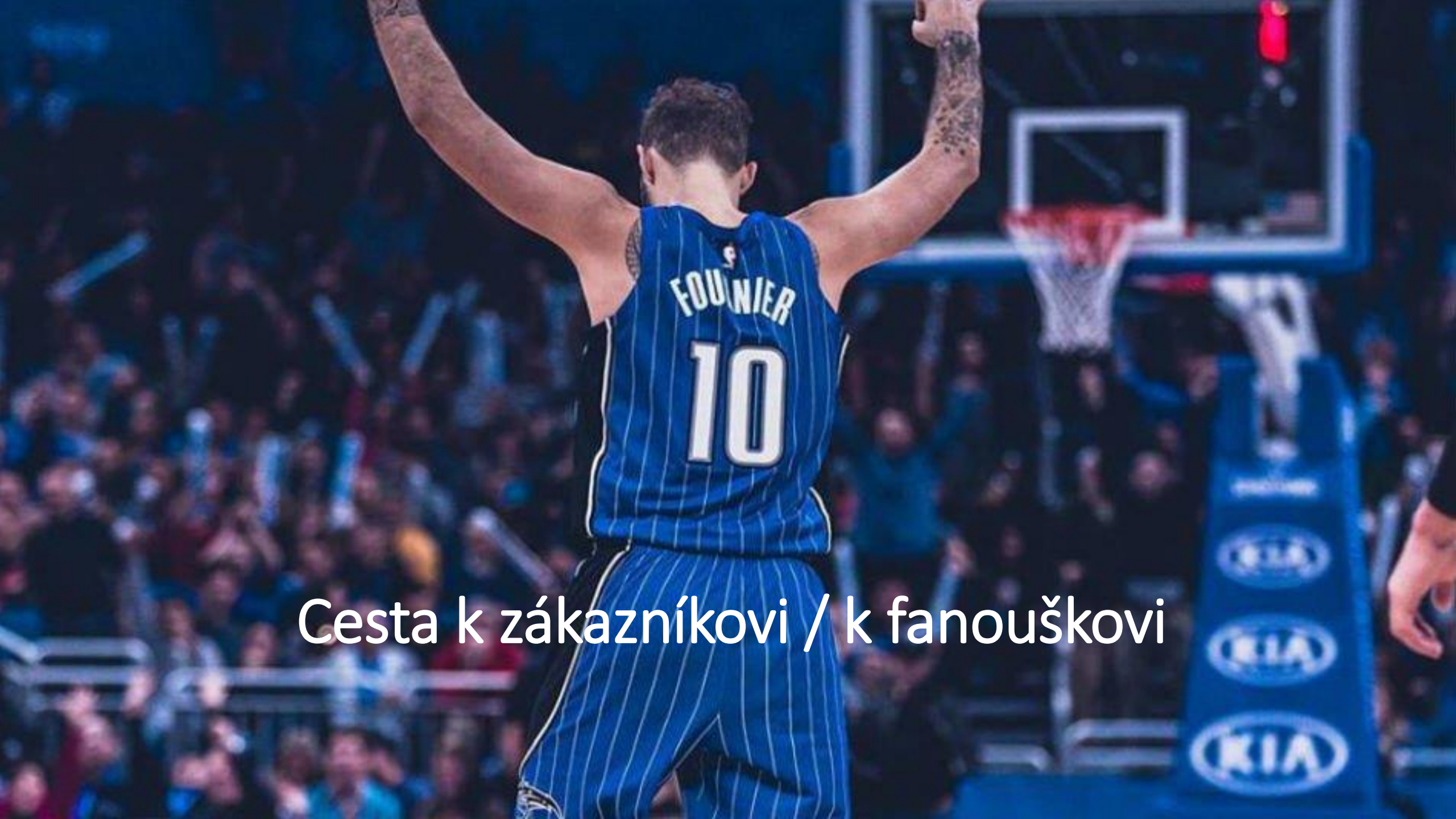
lidé začínají používat více sítí sociálních médií

Posunout na vyšší úroveň

Klíče k vytváření sociálních aktiv, které pohánějí angažovanost a hodnotu



- zvyšujte přístup k týmu
- zvyšujte počet živých přenosů pokud je to možné – včetně internetového vysílání
- Snažte se lépe poznat a pochopit vaše fanoušky z platformy, kterou využívají (jejich zájmy/životní styl mimo basketbalu)
- vytvářet příležitosti, které snižují závislost na události – zdůrazňujte obsah nebo příběh



Cesta k zákazníkovi / k fanouškovi

Cesta k zákazníkovi / k fanouškovi

Fáze 1.: Magic fanoušek Předtím, než něco koupím

Zdroje nespojené s utkáním

- Grassroots
- Mládež/kempy
- Týmový obchod / maloobchod
- Spolupráce na prodeji výrobků partnerů klubu
Nákup během utkání v hale
- NBA
- StubHub (nákup a prodej vstupenek na sportovní akce a koncerty po celém světě)

Fáze 2.: Obchod / Účast / nákup

- Welcome
 - T1 Intro
 - T2 - Změna za upselling (prodejní technika, kdy prodejce přiměje zákazníka nakupovat dražší předměty, upgrady nebo další doplňky, aby se pokusil o dosažení ziskovějšího prodeje)
- Měsíčně
 - e novinky
 - top nabídky
 - Současné trendy

Zdroje spojené s utkáním

- Nákup během utkání v hale
- TE Resale (prodej na facebooku)
- Přemýšlí o nákupu
- Prodej přes wifi registrace

Zdroje spojené s digitálními připojeními

- Zákazníci správce účtu
- digitální účastníci (e-mailová kliknutí)

Fáze 3.: Reakce zákazníka po nákupu / Účast

Před a po utkání

- pozápasový T1
- Pozápasový T2
 - pozvat na tour
 - „Rozbor“ utkání
 - pravděpodobně zanikne

digitální účastníci

- ti, co se vracejí
 - pokud nic nekoupí:
 - prosím kontaktovat

Ticket Offers



TOP DEALS

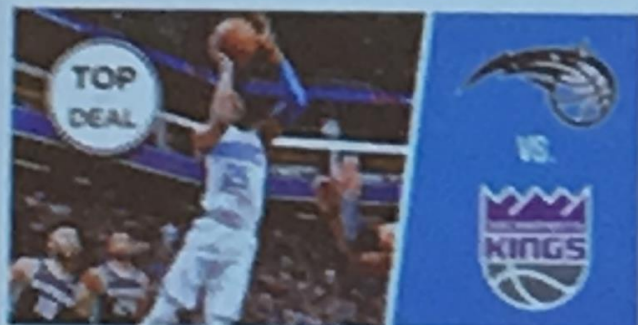
TICKETS

SCHEDULE

NEWS

Your Exclusive October Offers Are Here!

Offers expire Friday, October 5.



Sacramento Kings vs. Orlando Magic

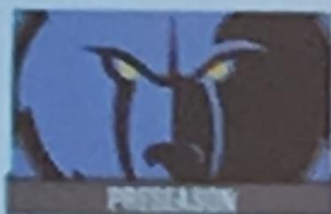
Tuesday, October 30 at 7:00 PM

UP TO A 30% SAVINGS!

Upper Bowl: \$16 \$10

Lower Bowl: \$32 \$20

FIND YOUR SEATS



Grizzlies vs. Magic

Wednesday, October 10
at 7:00 PM



Hornets vs. Magic

Friday, October 18
at 7:00 PM

FULL FAST BREAK PASS
9 Games. \$49.

GET YOUR PASS



Hurry - The First Game is on October 5!

Enjoy different seats each game. You may even get a chance to sit in the Lower Bowl! Find out where you'll sit when you arrive at Amway Center each evening. This is a mobile-only ticket accessible through the Orlando Magic app.

GET THE DETAILS

PURE MAGIC

TICKETS

SCHEDULE

SHOP

Early Access for Email Subscribers!

2 TIX for
3 GAMES **\$45**

That's less than \$20 per ticket!

GET FIRST DIBS ON THIS DEAL

(Maximum of two tickets per game required.)

You'll Get These Three Games:



Oklahoma City Thunder
Wednesday, Nov. 29
at 7:00 PM



Atlanta Hawks
Wednesday, Dec. 6
at 7:00 PM



Los Angeles Clippers
Wednesday, Dec. 13
at 7:00 PM

GRAB THIS DEAL NOW

Po návštěvě utkání, po nákupu:

- Komunikace po plánované návštěvě:
 - Fast Break
 - Poděkování /registrace
 - Přednostní příjezd na první utkání
 - Částečné zvýhodnění
 - Před příjezdem
 - Doplnky
 - Zmeškání utkání
 - Sezónní vstupenky (STH)
 - Poděkování / potvrzení
 - Vstupní informace
 - STH zmeškané utkání
 - Měsíční STH enews
 - Kreativní recenze

PURE MAGIC

THANKS FOR JOINING US LAST NIGHT!

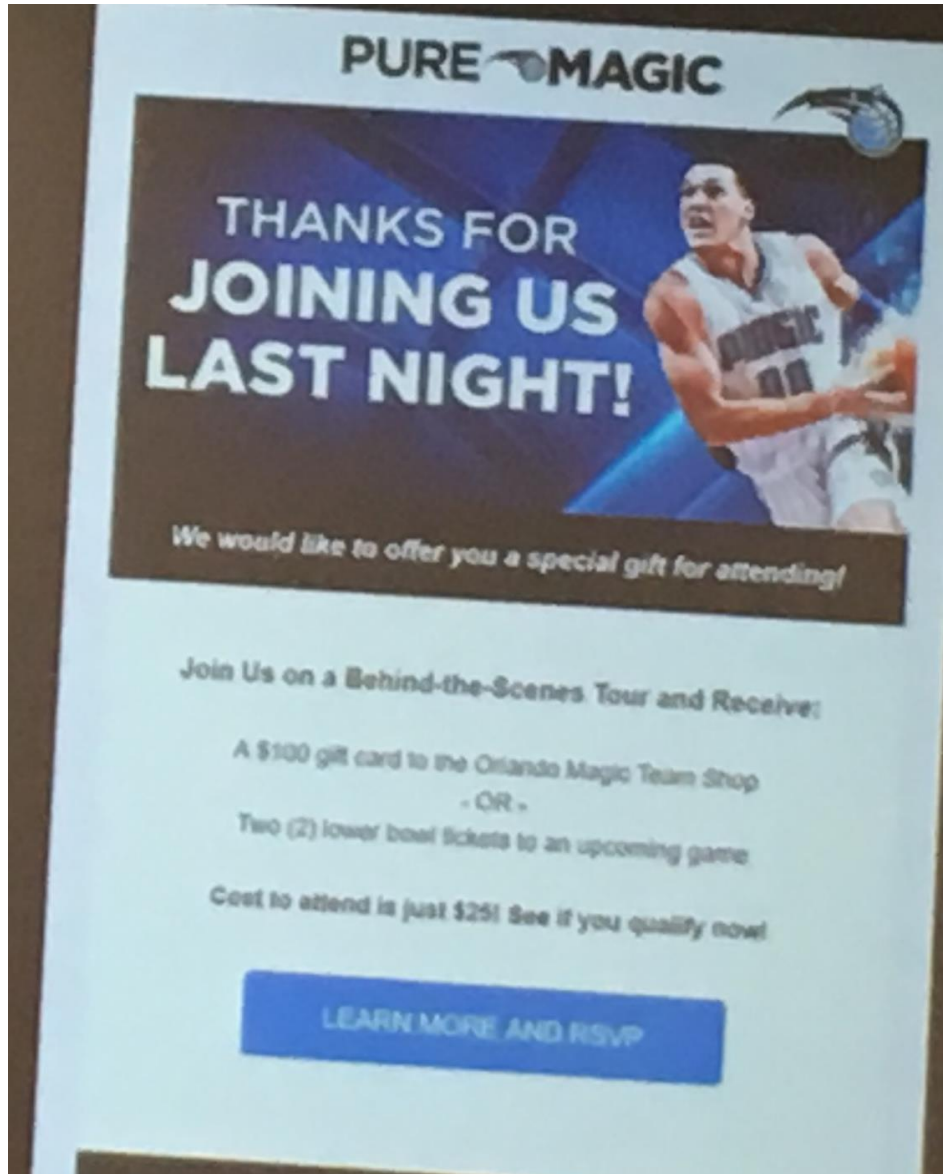
We would like to offer you a special gift for attending!

Join Us on a Behind-the-Scenes Tour and Receive:

A \$100 gift card to the Orlando Magic Team Shop
- OR -
Two (2) lower bowl tickets to an upcoming game

Cost to attend is just \$25! See if you qualify now!

LEARN MORE AND RSVP



Jak se zaměřujeme na budoucí upsells:

- **Kdo se kvalifikuje do plánu upsell:**
 - Zákazník se vstupenkou do horních pater
 - Častí zákazníci sedící v blocích 4 a 5
 - Zákazníci sedící na velkých zápasech v křeslech
 - Zákazníci, kteří se poprvé registrovali na wifi v hale
 - Zákazníci, kteří si koupili vstupenku na 1 utkání
 - Skupiny
 - Zákazníci, kteří se dostali do vyšší třídy nebo nakupují na trhu (například na StubHub)
 - Zákazníci, kteří přeprodali vstupenku
 - Přehodnocení zákazníků sedících v blocích 4-6 systémem CRM
-
- Odhadovaný segment potenciálních zákazníků: 500-1.000
Formuláře vyplní: 25-50

Poznámka: CRM umožňuje lépe třídit důležité informace o zákaznících a zároveň efektivněji vyhodnocovat obchodní aktivity společnosti. Zkratka **CRM** vychází z anglického názvu Customer Relationship Management.



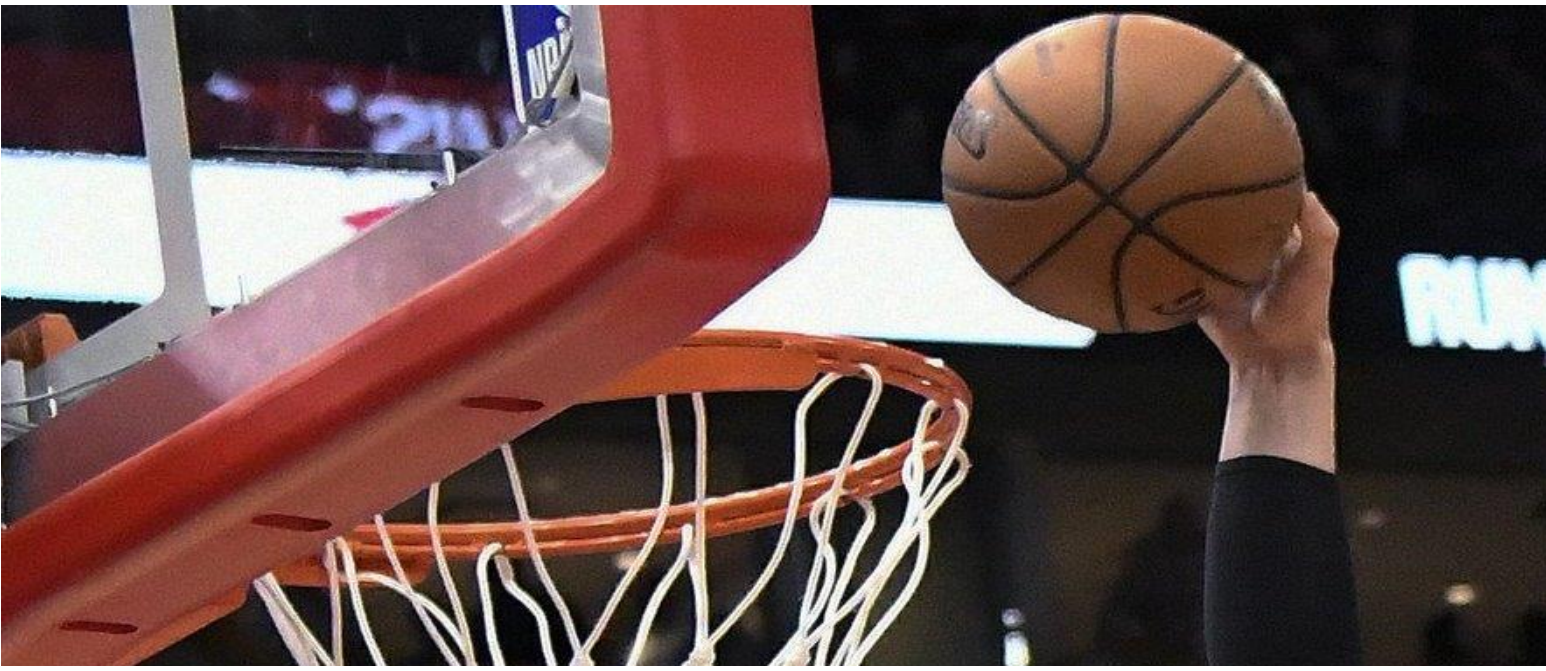
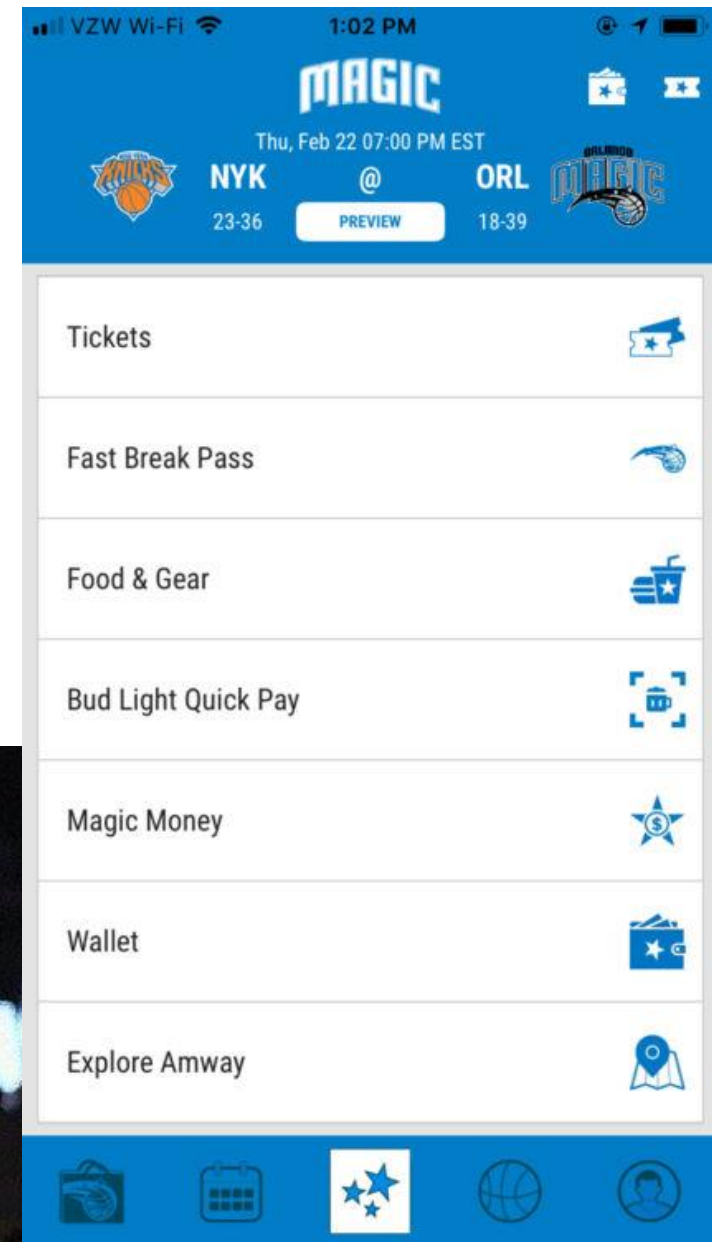
PRODUKT



WORLDWIDE

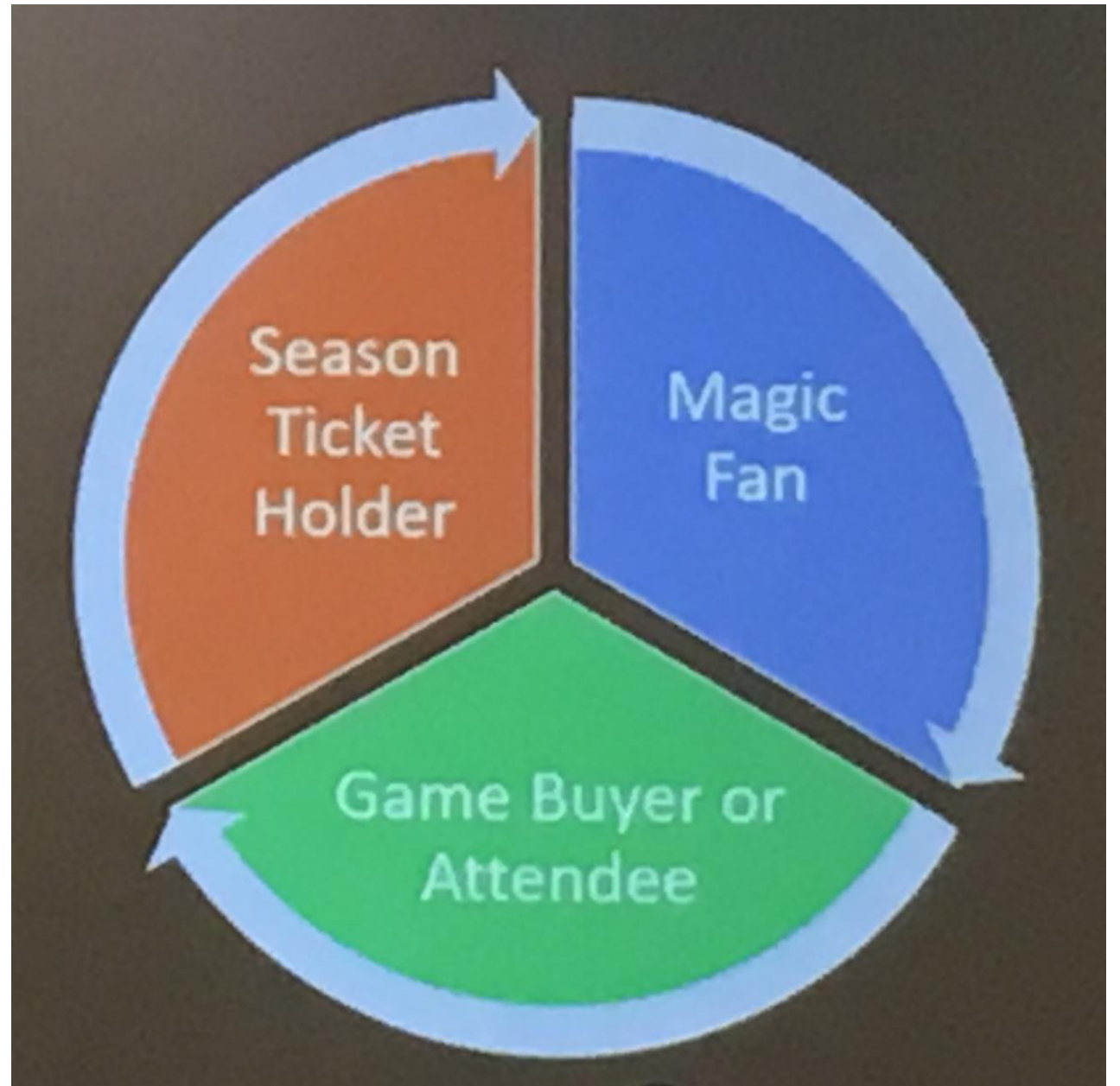
MOBILNÍ APP

- Mobil - první zkušenost
- Fast Break Vstupenka
- Magic Money
- Věrnostní Program




Zákazníková cesta

Vypracujte multikanálovou komunikační strategii v partnerství s oddělením prodeje vstupenek, vedoucí ke změně kvality myšlení zaměstnanců tak, aby měli na mysli komplexní cestu zákazníka, na jejímž konci je zakoupení permanentky na celou sezónu.



Vítejte

Welcome to the Team!



Coming to Your Inbox Soon:

- #TrendingNow**
Monthly Social Feed
- Pure Magic Monthly**
Newsletter
- Top Deals**
Exclusive Discounts

Too many? Not enough?

[MANAGE SUBSCRIPTIONS](#)

PURE MAGIC


TICKETS SCHEDULE NEWS

— OUR BIGGEST FANS LIVE FOR THIS —

Postgame Recap Email

Want a full rundown of all the game action? We'll deliver exclusive content right to your inbox after each home game.
And guess what? You can sign up for free!

[SOUNDS GREAT - SIGN ME UP](#)



Postgame Reports

Top Plays

Video Highlights

E.novinky



30 YEARS OF MAGIC
ORLANDO MAGIC
presented by
FLORIDA HOSPITAL

PURE
MAGIC



ORLANDO
MAGIC VS MIAMI
HEAT

WEDNESDAY AT 7 PM
COVERAGE BEGINS AT 6 PM

FOX FLORIDA 30 FOX SPORTS



FAST BREAK
PASS

9 GAMES IN OCTOBER AND NOVEMBER

ONLY \$49



ERIK SPOELSTRA PRESS CONFERENCE

MIAMI HEAT
UPCOMING SCHEDULE

AT	PHILADELPHIA 76ERS	PHIL
AT	DETROIT PISTONS	DET
VS	ORLANDO MAGIC	MAGIC
VS	HOUSTON ROCKETS	HOUST

MIAMI HEAT 89 CLEVELAND CAVALIERS 91 FINAL

96.000 předplatitelů

Využívání



STH App



využívá aplikaci



řeší vstupenky



vstup přes mobil



nakupuje v obchodě



vrací vstupenky



objednává jídlo nebo nápoj



- Co to je:
- **Magic Money** můžete získat dvěma způsoby:
- V závislosti na Vaší držbě jako držitele sezónní permanentky můžete získat **Magic Money** jako součást vašich výhod.
- Můžete také získat **Magic Money** při výměně vstupenek na utkání, které nemůžete navštívit.
- Můžete utratit **Magic Money** výhradně prostřednictvím aplikace na spoustu věcí:
- Získat lepší místa k sezení
- Zakoupit další vstupenky na utkání
- Navštívit Magic obchody a trhy
- Zakoupit jídlo a nápoje
- Zakoupit Magic oblečení

**Fast
Break
Pass**

2018-19 SEASON PASS

22 GAMES

\$499 only

Promo Code: FASTBREAK

BUY NOW

Esport je tady....



NBA 2K
LEAGUE





- **Esport:** Videohry jsou nejrychleji rostoucím sportem. Nejúspěšnější a nejlepší hráči videoher mohou nyní vydělat miliony dolarů ročně v tomto sportovním odvětví, známém také jako pro-gaming
- Je to **nejrychleji rostoucí** sport na světě (labroots.com)

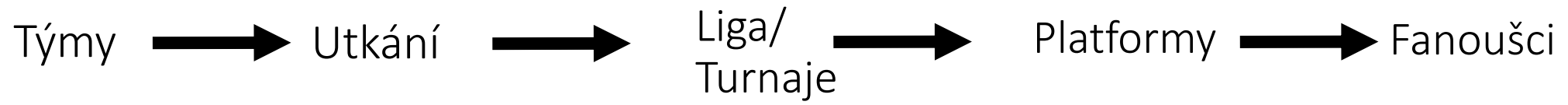
- **Esport** bude v letošním roce sledovat 380 milionů lidí na celém světě, z toho tvoří 165 milionů zasvěcených fanoušků Esportu a 215 milionů příležitostných diváků. V roce 2018 se předpokládá, že sportovní odvětví Esportu bude generovat příjmy ve výši **905 milionů** dolarů a dosáhne přes **1 miliardu** dolarů v příštích dvou letech (světové ekonomické fórum)



Esport je tady...

Jak tento „průmysl“ funguje:

Zjednodušený přehled ekosystému Esports



Rozvoj esportu a propagace



Využijte esporty jako marketing pro rozšíření a propagaci vašeho produktu

Značky a inzerenti

ORACLE



Mercedes-Benz

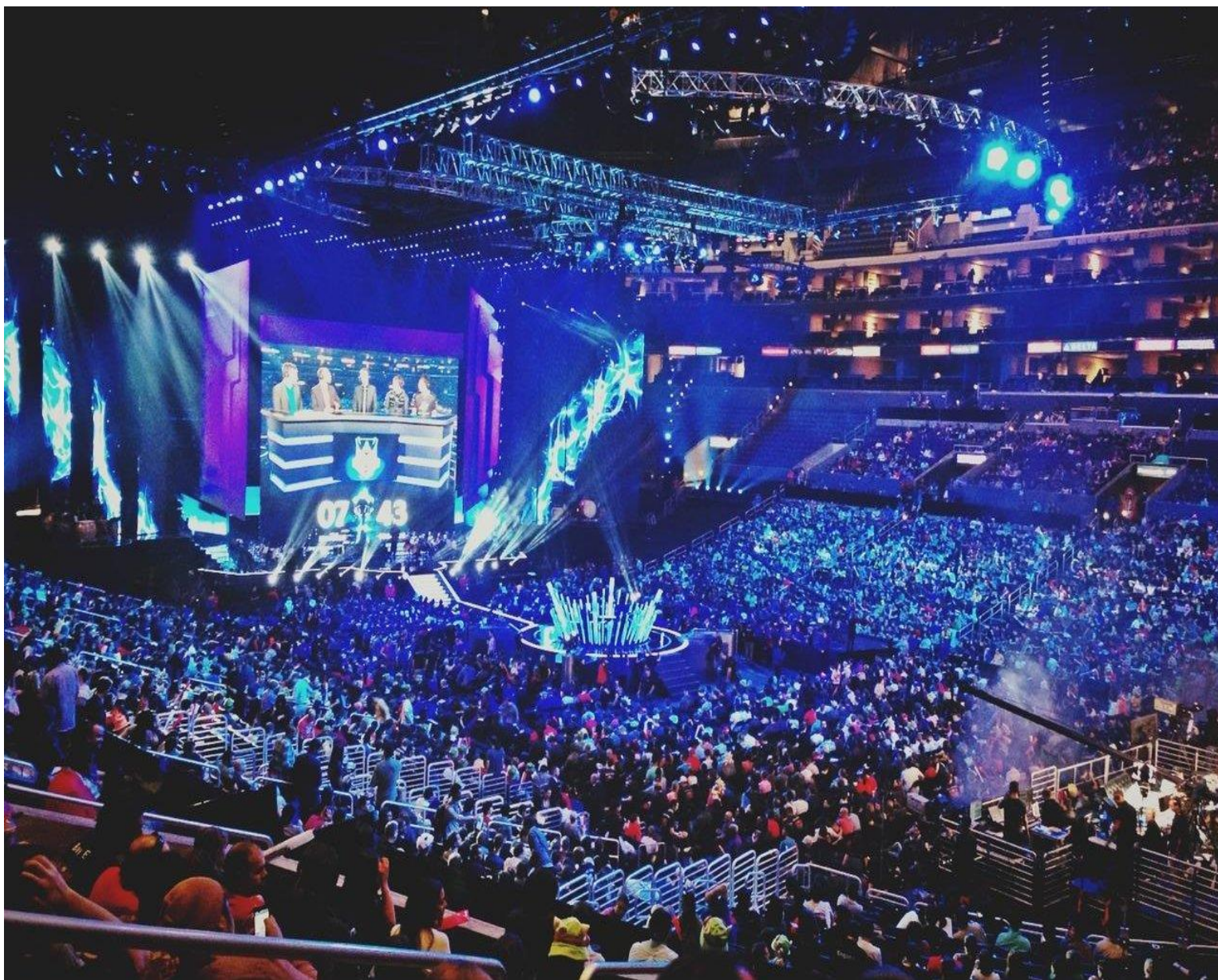
Použijte esporty jako komunikační kanál, abyste oslovili své publikum

Investoři



Investoři chtějí růst ekosystému s cílem zvýšit návratnost investic

Město Austin ve státě Texas investovalo 10 milionů dolarů do výstavby největšího stadionu v zemi pro odvětví Esportu. Součástí dohody s ESports Venues je převedení 9.300 čtverečních metrů prostoru ke stavbě největšího stadionu v zemi pro soutěže ve videohrách.



Věděli jste

- „Svět se mění a vy musíte být krok před změnami“
- „V současné době připravujeme studenty na pracovní místa, která dosud neexistují“
- „Deset nejlepších pracovních míst roku 2010 v roce 2004 neexistovalo“

„Pouze ti průměrní jsou vždy na svém vrcholu“ - Jean Giraudoux

- „Did You know“ – YouTube Video