

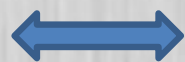
Merre tart a nemzetközi klub
labdarúgás, hol van benne a Fradi
helye?



Mi történt a magyar futballal és a Ferencvárossal?

- Sikerek a 60-as 70-es években (VVK győzelem, VVK döntő, KEK döntő...), Albert Flórián Arany labda
- Mi történt ezután?
- Kelet Európa ↔ Nyugat Európa
- Szocializmus ↔ Kapitalizmus/piacgazdaság

Más sportok



Football

Football

Football...



Ez történt...

- Magyarországon a foci csak foci maradt, nem üzlet



- Nyugat Európában a foci üzletté is vált
- A nagy klubok multinacionális cégek lettek



ÓRIÁSI LETT A SZAKADÉK



Mit kell tennünk?

- Mi egy futball klub?



Egy MÁRKA aminek ugyanolyan MÁRKA
kezelésre van szüksége, mint bármely egyéb
MÁRKÁNAK



FERENCVÁROS MÁRKA ÉRTÉKEI

- TRADÍCIÓ (1899)
- SIKER (Magyar rekordbajnok)
- ERŐ (2.027.000 támogató)
- MODERNITÁS (Groupama Arena)
- STABILITÁS (erős háttér minden tekintetben)
- VÉLEMÉNYVEZÉR (CSR, integritás))



A FERENCVÁROS CÉLJAI

- A legsikeresebb magyar márkává válni
- Mindent megnyerni minden szezonban
- Az EL, BL csoportkör rendszeres részvevőjének lenni



BUSINESS MODEL

- MAGYARORSZÁG LEGNÉPSZERŰBB KLUBJA
- LEGNÉPSZERŰBB KLUB A KÜLFÖLDÖN ÉLŐ MAGYAROK KÖRÉBEN



**ÓRIÁSI MARKETING ÉS ÜZLETI POTENCIÁL
ORSZÁGIMÁZS FORMÁLÓ ERŐ**



BUSINESS MODEL

- FERENCVÁROS EGY MÁRKA, MÁRKA KARAKTERISZTIKÁKKAL, MINT BÁRMELY MÁSIK MÁRKA
- MI KÜLÖNBÖZTETI MEG A TÖBBI PIACON LÉVŐ (Coca Cola, Apple, Nike...)



EMÓCIONÁLIS MÁRKA



BUSINESS MODEL

- CSERÉLHETSZ AUTÓ MÁRKÁT, ÜDÍTŐ MÁRKÁT, SPORTSZER MÁRKÁT...stb

DE

**SOHA NEM CSERÉLED LE A KLUBOT
AMELYIKNEK SZURKOLSZ!!!!!!**



BUSINESS MODEL

- ENNEK KÖVETKEZTÉBEN MEGFELELŐ BRAND MANAGEMENT ESETÉN A SZURKOLÓID/TÁMOGATÓID SZÁMA JELENTŐSEN EMELKEDIK



FÓKUSZBAN A PROFESSZIONÁLIS **BRAND MANAGEMENT**



BRAND MANAGEMENT

- REPREZENTATÍV FELMÉRÉS ALAPJÁN A FRADI SZURKOLÓK/TÁMOGATÓK SZÁMA:

1.040.000 fő 2011-ben (lakosság 10%-a)

1.680.000 fő 2015-ben (lakosság 16,8%-a)

2.027.000 fő 2020-ban (lakosság 20%-a)



JELENTŐS NÖVEKEDÉS 9 ÉV ALATT



MI A NÖVEKEDÉS OKA

- ÚJ STADION
- PÉNZÜGYI STABILITÁS
- JÓ CSAPAT
- TUDATOS BRAND MANAGEMENT
- JELENTŐS CSR AKTIVITÁS
- FRADIMÉDIA/FRADI TV
- EL, BL CSOPORTKÖR SZEREPLÉS



2019 út a csoportkörig

- BL Q1 BOLGÁR BAJNOK LUDOGORETS
- BL Q2 MÁLTAI BAJNOK VALETTA
- BL Q3 HORVÁT BAJNOK DINAMO ZAGREB
- EL PO LITVÁN BAJNOK SUDUVA



2019 EL csoportkör



FRADI.HU

2019 EL csoportkör

- ESPANYOL – FTC 1:1
- FTC – LUDOGOREC 0:3
- CSKA MOSZKVA – FTC 0:1
- FTC – CSKA MOSZKVA 0:0
- FTC – ESPANYOL 2:2
- LUDOGOREC – FTC 1:1



2020 út a csoportkörig

- PLAYOFFIG ÚJ EGYMÉRKŐZÉSES RENDSZER
- BL Q1 SVÉD BAJNOK DJURGARDEN
- BL Q2 SKÓT BAJNOK CELTIC
- BL Q3 HORVÁT BAJNOK DINAMO ZAGREB
- BL PO NORVÉG BAJNOK MOLDE



2020 BL csoportkör



2020 BL csoportkör

- FC BARCELONA – FTC 5:1
- FTC – DINAMO KIJEV 2:2
- FTC - JUVENTUS 1:4
- JUVENTUS – FTC 2:1
- FTC – BARCELONA 0:3
- DINAMO KIJEV – FTC 1:0



SPORTDIPLOMÁCIA

- ZERO VOLT 2011 ELŐTT
- MINDENKI ISMERTE A RÉGMULTBÓL A „FERENCVAROS BUDAPEST” NEVET, DE SENKI NEM TUDTA MIHEZ KÖTNI
- JELEN KELL LENNI!!!
- ECA, EMCA, UEFA, ESSMA



SPORTDIPLOMÁCIA

A FERENCVÁROS ÁLTAL BETÖLTÖTT TISZTSÉGEK:

- ECA - MARKETING BIZOTTSÁGI TAGSÁG 2 CIKLUS ÓTA (Orosz Pál)
- ECA –EL wg 2021-24 format (Orosz Pál)
- EMCA - IGAZGATÓSÁGI TAGSÁG (Orosz Pál)
- CAS – VÁLASZTOTT BÍRÓI TISZTSÉG (Dr Berzeviczi Attila)
- ESSMA – TAGSÁG (Máté Bálint)



Covid-19 kezelése a Fradiban



KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!

