**Спорт и цифровой маркетинг**

Мы все, работающие в области спорта, заждались цифровизации. И это не только сложные цифровые решения, программы, как - то: для аналитики спортсменов и их результативности, для учета посещаемости, для анализа планов подготовки спортсменов тренером, присвоения спортивных разрядов и званий, формирования единого плана спортивных соревнований, записи в организацию но и многое другое.

 Спорт в России – как массовый, так и профессиональный – постоянно развивается, изменяется, сталкивается с проблемами и ищет пути их решения.

Почему мы за информационные технологии? Каким образом они могут помочь нам в спортивной отрасли?

Мы уверены, цифру надо не бояться, а принимать. Сейчас мы осваиваем новый всероссийский проект цифровой трансформации спорта – «Мой спорт», который состоит из различных приложений: для организаций, для тренеров, для спортсменов, для родителей. Это будет масштабный проект, для реализации которого мобилизованы все усилия и каждая штатная единица спортивной отрасли. Внедрение такого электронного документооборота позволит более четко, точно и быстро сформировать статистическую отчетность в министерства. Облегчит работу тренера, бумажные журналы переместятся в один из разделов системы, тренировки станут прозрачными, установится более тесная связь тренер – спортсмен – родитель.

 Кроме того, данная система наиболее точно будет вести учет численности, занимающихся физической культурой и спортом, так как они оставляют «цифровой след» о своих занятиях спортом.

Пока все эти сведения пока собирают вручную два раза в год. Качество и актуальность этих данных требуют больших доработок. Схема такова: сначала от организаций информация поступает к муниципалитетам, затем от муниципалитетов к регионам, потом они поступают в федеральный центр. И уже в центре их агрегируют. В целом существующий процесс далек от современных стандартов.

Данные же цифровые платформы и инструменты позволяют повысить мотивацию людей к занятиям спортом, упростить доступ людей к спорту, выступая в роли навигаторов и инструментов, как то: запись на тренировки, участие в спортивных челленджах.

Внедряя данные системы в свои организации, так же необходимо развивать и цифровой маркетинг, как неотъемлемую часть развития нашей структуры, так как сейчас спорт все больше и больше коммерциализируется.

Сейчас, в мире жестокой конкуренции, все борются за выживание, поэтому всем нужна узнаваемость: кому-то достаточно быть на слуху, а кто-то планирует выйти за рамки своей области, страны. Поэтому необходимо прокачивать свой бренд: создавать информационные всплески, поддерживая свою активность в интернете, надо озадачиться регулярным попаданием в СМИ тем или иным способом, раскачивать свои спортивные страницы в социальных сетях: сайты, инстаграм, вконтакте, одноклассники, твиттер, фейсбук, изучать конкурентов.

И для этого, нам нужны еще и такие знания, как программирование на начальном уровне

Знания в SMM (Чтобы понимать, как правильно влиять на социальные сети и что именно там сейчас в тренде), знания в рекламных кабинетах, полноценные знание веб-аналитики, знания в маркетинге (куда-же без этого).

Изучайте материалы, которые размещают конкуренты, читайте о чем они пишут, каковы их стратегии, ценообразование, направления развития, нельзя недооценивать так же контекстную и таргетированную рекламу для развития вашего имени, бренда.

И всегда помните: клиентоцентричность – главный тренд маркетинга, а результативность- главный тренд спортсменоцентричности.