

Reklamním a marketingovým partnerem Asociace ČSP byla v roce 2011 společnost Via Solaris. Její CEO Pavla Kudláčková zhodnotila první rok společnosti v jezdeckém sportu a přidala několik vět o tom, jak byli spokojeni se svým působením v seriálu Český skokový pohár.

Snažili jsme se s maximálním nasazením zajistit, aby SPČP fungoval jako dobře propojený a vyvážený organismus, který vytvářeli generální partner ČP, Asociace ČSP a Via Solaris. Bylo nezbytné implementovat požadavky a představy generálního partnera do chodu poháru, tyto požadavky domluvit a konzultovat s jednotlivými pořadateli, tedy členy Asociace a celé dění opřít o silnou mediální a reklamní kampaň včetně televizních záznamů z každého kola, což zajišťovalo zvyšování povědomí o SPČP, vyšší návštěvnost a zpětnou vazbu pro partnery. Pro dobré fungování SPČP bylo nezbytné nalezení společné filozofie, konsensu a spousta mravenčí práce celého týmu Via Solaris a jednotlivých pořadatelů na drobných detailech, které dělají celkový dojem. Když se nyní ohlédnu zpět, tak mám dobrý pocit. Ročník 2011 vnímám jako průlomový a jako ideální startovní pozici pro rozpracovávání jednotlivých dosažených pozitiv. Aby takový projekt dobře fungoval i v budoucnu, je důležité, aby se všichni zainteresovaní pokusili zlepšit vše, co ještě zlepšit lze, např. servisu pro účastníky – jezdce, koně a ošetřovatele, proaktivní přístup k obchodním partnerům a poskytování nových prezentačních možností, zpětné vazby a samozřejmě kvalitní komunikace a kooperace s jednotlivými členy Asociace.

Je podle Vašich zkušeností jezdecký sport atraktivní pro sponzory, nebo by ještě bylo třeba něco zlepšit?

Rozmach jezdeckého sportu v posledních deseti letech je jednoznačný. Vznikají nové luxusní jezdecké areály, jezdecké oblečení inspiruje módní trendy a jezdeckví začíná mít punc prestižního sportu, který se ovšem neuzavírá pro elitu, ale ovlivňuje širokou veřejnost. SPČP poskytuje vynikající šanci ve společenství s generálním partnerem nacházet další společnosti, které budou chtít být po boku takto silné společnosti. Nadále je však nezbytné mediálně správně komunikovat, podpořit reklamními kampaněmi povědomí, které tento sport ještě více přiblíží veřejnosti, stejně tak pořadatelům zdůrazní důležitost a vážnost těchto kroků pro další rozvoj parkurového sportu.

Předpokládáme, že nyní finišujete s oslovováním sponzorů na příští rok, rýsují se nějakí další sponzoři? Víte již, zda ČP bude pokračovat v podpoře Skokového poháru?

Generální partner, Česká pojišťovna nyní vyhodnocuje spolupráci a samozřejmě probíhá řada dalších jednání o nových partnerstvích pro ročník 2012.

Vše nasvědčuje tomu, že pro Skokový pohár i Vaši společnost to byl velmi úspěšný rok. Máte nyní jistě i mnoho nových poznatků, plánujete na příští rok nějaké změny?

Jak už jsem zmínila, současná situace nám poskytuje výhodnou startovací pozici pro další inovace, pro zvyšování komfortu účastníků, soustředíme se na kvalitní transparentní komunikaci s Asociací a v rámci této intenzivní komunikace nacházení maxima možností a potenciálů pro zlepšování úrovně, stejně tak jako na péči o generálního partnera, kterému chceme vytvořit komfortní prostředí, které mu bude přinášet maximální zpětnou vazbu. Jednáme s dalšími mediálními partnery – naši snahou je šířit jezdecký sport mezi širokou veřejnost, což poskytuje možnost navázat nové obchodní příležitosti. Konkrétní změny a zásahy budou oficiálně prezentovatelné přibližně v lednu příštího roku, nyní jsme ve stádiu strategického plánování a vyjednávání.

