

# KOMMUNIKÁCIÓS ÚTMUTATÓ

Az Európai Sporthéthez csatlakozó eseményszervezőknek



## BEVEZETÉS

### Az Európai Sporthétről

Az Európai Sporthét az **Európai Bizottság kezdeményezése**, amelyet 2015 szeptemberétől minden évben megrendeznek a sport és a testmozgás népszerűsítése jegyében. A rendezvénysorozat életkortól és edzettségi szinttől függetlenül mindenkinek szól.

Az idei Európai Sporthét **2020. szeptember 23. és 30. között** zajlik, az eseménysorozat hazai koordinátora továbbra is a Magyar Szabadidősport Szövetség (Masport). A cél az, hogy a Sporthét apropóján **minél többeknek jöjjön meg a kedve a rendszeres sportoláshoz**, és olyanokat is sikerüljön mozgósítani, akik csak ritkán vagy akár egyáltalán nem szoktak sportolni a mindennapokban.

A program keretében az új tevékenységek mellett helyet kapnak az európai, tagállami, regionális vagy helyi szinten már meglévő, sikeres kezdeményezések is. A Sporthét eseményei alapvetően **öt fókusztema** – szabadtéri sport, iskolai-egyetemi sport, munkahelyi sport, valamint a sportegyesületek és fitneszklubok – köré szerveződnek, de bármely szeptember 23. és 30. között tartott non-profit sportesemény csatlakozhat a kezdeményezéshez a [www.europaisporthet.hu](http://www.europaisporthet.hu) oldalon, ha az esemény profilja illeszkedik a Sporthét célkitűzéseibe.

### Kommunikációs iránymutatás

Ezt az útmutatót az Európai Sporthétet koordináló Magyar Szabadidősport Szövetség (Masport) adja ki, annak érdekében, hogy iránymutatással segítse a csatlakozott rendezvények hatékony kommunikációját. (A kommunikációs folyamat tervezéséért, a feladatokért és megvalósításáért az események szervezői felelnek.)

### Cél

Kiemelt célunk, hogy a kommunikációs tevékenységnek köszönhetően a csatlakozott sportrendezvényeknek **minél több résztvevője** legyen, illetve a célközönség **megismerje az Európai Sporthét** kezdeményezését. Ezért a sikeres kommunikációhoz az esemény méretétől függetlenül is elengedhetetlen, hogy a szervezők jó kapcsolatot alakítsanak ki közvetlen környezetükkel, a nyilvánossággal.

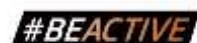
## EURÓPAI SPORTHÉT MEGJELENÍTÉSE

Az Európai Sporthét rendezvényei - a regisztrációjuk után - megjeleníthetik kommunikációjukban (például honlapon, szórólapon, rendezvény helyszínén), hogy a **nemzetközi program részesei**. Ehhez **az alábbi (képi és szöveges) elemek felhasználása szükséges**.

### Kötelező elemek

#### 1. Logó

A Sporthét európai-szintű átfogó kampánytémájaként a kommunikációs anyagokon kötelező használni az alábbi színes „#BeActive” logók valamelyikét *(ld. letölthető grafikai anyagok)*, valamint fel kell tüntetni **Európai Unió zászlóját vagy az Európai Bizottság logóját**.



#### 2. Név

Az esemény hivatalos neve: **Európai Sporthét**, amit a logó alá kell kiírni.

## Szövegpanelek

A kezdeményezésben résztvevők a következő példamondatok behelyettesítésével tüntethetik fel, hogy csatlakoztak a nemzetközi programhoz:

- Mozdulj Te is Európával! A **<rendezvény neve>** is csatlakozott az Európai Sporthéhoz.
- A **<rendezvény neve>** az Európai Sporthét hivatalos eseménye.

### Példa



## KÖZÖS KOMMUNIKÁCIÓS PROTOKOLL

Az Európai Sporthét keretében megvalósuló magyarországi rendezvények szervezési feladatait az eseményt regisztrált szervezet önállóan látja el, illetve a kommunikációs tevékenységet is saját hatáskörében végzi. A hazai rendezvénysorozatot koordináló Magyar Szabadidősport Szövetséggel együtt **az alábbi feladatok igényelnek közös munkát.**

### Facebook-esemény létrehozása

Az [europaisporthet.hu](http://europaisporthet.hu) oldalra feltöltött rendezvények szervezőit kérjük, **hogy hozzanak létre Facebook-eseményt is** a honlapra regisztrált adatok alapján. Az esemény szervezőjének **feladata a résztvevők meghívása, az esemény megosztása és további népszerűsítése.**

Az Európai Sporthét központi Facebook oldala itt érhető el: [www.facebook.com/europaisporthet](https://www.facebook.com/europaisporthet)

### Sajtómegkeresések

Az Európai Sporthétet érintő médiamegkereséseket a Masport kezeli. Ha a média képviselői részéről egy regisztrált rendezvény szervezőihez érkezik az **Európai Sporthéttel kapcsolatos általános kérdés** (például története, célja, résztvevő országok és rendezvények, stb.), azt kérjük továbbítani az [info@europaisporthet.hu](mailto:info@europaisporthet.hu) címre.

## Fotók és videók készítése

Az eseményeken készített fotók és videók segíthetik az Európai Sporthét **eredményeinek bemutatását**, ezért a regisztrált rendezvények szervezőit kérjük, hogy töltsék fel legjobb képeiket az europaisporthet.hu oldalon regisztrált eseményekhez.

A Masport ezeket a tartalmakat felhasználhatja többek között az Európai Sporthét utókommunikációja során is, a kezdeményezés sikerességének bemutatására. Ez a csatlakozó rendezvényeknek is jövedelmező kommunikációs szempontból.

## Médiamegjelenések összegyűjtése

Az Európai Sporthéhoz csatlakozott rendezvényekről megjelent **sajtóhíreket** gyűjti a Masport. Kérjük, hogy az eseményszervezők figyeljék azokat a helyi lapokat, rádiókat, egyéb médiafelületeket, amelyek beszámolhatnak a rendezvényről, **és a híradásokról (link, elérhetőség küldésével stb.) tájékoztassák a Masport-ot.**

## Kríziskommunikáció

Az előforduló balesetek, incidensek, krízisek kezelése és elhárítása a rendezvényeservezők felelősége. **Nagyobb horderejű, az Európai Sporthét hírnevét is érintő probléma** esetén (pl. haláleset a rendezvényen, esemény megghiúsulása) a Masport mihamarabbi tájékoztatása is szükséges.

Masport kapcsolat: [info@europaisporthet.hu](mailto:info@europaisporthet.hu)

## ESEMÉNYKOMMUNIKÁCIÓ

Az Európai Sporthét keretében megvalósított rendezvények nyilvánossága és helyi szintű megjelenítése kiemelt szempont, hiszen így juthat el **minél szélesebb közönséghez** az Európai Sporthét „BeActive” üzenete. Ezért az alábbiakban a rendezvényvel kapcsolatos kommunikáció tervezéséhez és megvalósításához nyújtunk általános és praktikus információkat. A jó kommunikációnak köszönhetően hatékonyan érhetjük el a célcsoportunkat. Ez a legtöbb esetben nem bonyolult vagy sok erőforrást igénylő feladat egy-egy helyi sportrendezvény esetén, főképp körültekintést, tervezést igényel, főleg, ha már tudunk építeni a meglévő csatornákra (egyesület hírlevele, magazinja, weboldala, stb.).

## Kommunikációs feladatok összegzése

Feladat	Részletezés, példák
<b>ELŐKÉSZÍTÉS</b>	
1. Kommunikáció tervezése	<ul style="list-style-type: none"><li>- Célok, célcsoport és üzenetek meghatározása</li><li>- Név, szlogen, logó tervezése</li></ul>
2. Eszközök, csatornák választása és ütemezés készítése	<ul style="list-style-type: none"><li>- Kommunikáció csatornáinak, lehetőségeinek kiválasztása (pl. önkormányzati honlap, egyesületi hírlevél, hirdetés stb.)</li><li>- Ütemezés, költségek és megvalósítás tervezése (pl. grafikus megkeresése)</li></ul>
3. Kommunikációs anyagok előkészítése	<ul style="list-style-type: none"><li>- Szövegek írása (szórólap, hírlevél, sajtómeghívó, felkérőlevél stb.)</li><li>- Grafikai munka, nyomda, gyártás (molinók, plakátok stb.)</li><li>- Sajtólista összeállítása</li></ul>
<b>MEGHIRDETÉS</b>	
4. Csatornák kezelése, kommunikációs koordináció	<ul style="list-style-type: none"><li>- Hírlevél kiküldése, honlap frissítése</li><li>- Facebook-menedzsment (hírek megosztása, eseményre résztvevők meghívása)</li><li>- Szórólapok, plakátok, roll-upok, molinók kihelyezése</li></ul>
5. Sajtóanyag kiküldése	<ul style="list-style-type: none"><li>- Sajtómeghívó vagy programajánló eljuttatása a médiának</li></ul>
<b>LEZÁRÁS</b>	
6. Utókommunikáció	<ul style="list-style-type: none"><li>- Rendezvény eredményeiről: közösségi médiában képek, videók megosztása, honlapon hír közzé tétele</li><li>- Sajtóközlemény publikálása</li></ul>
7. Értékelés, visszajelzés	<ul style="list-style-type: none"><li>- Kommunikáció eredményeinek értékelése, sajtó figyelése és a médiamegjelenések összegyűjtése (és eljuttatása a Masport-nak)</li></ul>

## Közönség- és sajtókapcsolati munka (PR)

Az Európai Sporthéthez csatlakozott rendezvények esetén kiemelt cél, hogy a különböző helyi médiumok is beszámoljanak az eseményről. Ahhoz, hogy szerkesztőségi hírként (nem pedig fizetett hirdetésként) írjanak az újságok a **programunkról, érdekes és hiteles sztorikat** kell nyújtanunk az újságíróknak, amivel megragadhatják olvasóik figyelmét.

A rendezvény PR-kommunikációját segítheti egy **prominens személy meghívása és felkérése** (például képviselő, polgármester, helyi vállalkozó, ismert sportoló stb.), hogy vegyen részt az eseményen, nyissa meg vagy tartson köszöntő beszédet. Ehhez egy hivatalos **felkérőlevelet** szükséges készíteni és elküldeni, amely tartalmazza a rendezvény célkitűzését, hitvallását, időpontját, helyszínét (illetve, hogy csatlakozott az Európai Sporthéthez is), valamint a felkérés részletezését is. Mivel az Európai Sporthét az Európai Bizottság kezdeményezése, ezért a helyi politikusok számára jó felszólalási lehetőséget kínálhatunk, ez pedig segítheti a médiában való megjelenést.

### Médiamedzset: feladatok és tanácsok

#### **1. Sajtólista összeállítása**

Gyűjtsük össze azokat a releváns médiumokat (médium neve, szerkesztőség elérhetőségei, újságíró neve, email címe, telefonszáma), amelyek olvasóit érdekelheti a rendezvényünk (például helyi TV és rádió, megyei napilap). Készítsünk egy listát, keressünk telefonos és email elérhetőséget, és derítsük ki, melyik újságíró foglalkozhat a mi témánkkal.

#### **2. Sajtómeghívó / Programajánló sajtóinformáció készítése és kiküldése**

Az eseményt megelőzően (egy-két héttel) küldjünk elektronikus meghívót az összeállított sajtólistán szereplő kontaktoknak, amely tartalmazza a rendezvény időpontját, helyszínét, programját, célját, illetve, hogy miért fontos és érdekes, valamint a szervezőt és annak elérhetőségeit is. Ha úgy érezzük, hogy nem valószínű, hogy felkelti a rendezvényünk a média érdeklődését annyira, hogy a helyszínről tudósítsanak, akkor készítsünk egy rövid sajtóinformációs anyagot, egy programajánló formájában, ami beharangozza az eseményt (és részvételre hív), majd küldjük el a médiának.

### 3. Sajtóközlemény írása és eljuttatása

Amennyiben tudunk a sajtó részére érdekes sztorikat és információkat nyújtani, akár az esemény után is kiadhatunk egy sajtóközleményt, ami beszámol a rendezvényről. Ebben az esetben fontos, hogy legyen történetünk is, ami felkeltheti az érdeklődést: akár például egy különleges résztvevőről („Marika néni, aki hetvenévesen félmaratont fut”), vagy az eseményen felállított rekordról. E mellett nagy hangsúlyt kell fektetnünk arra, hogy a rendezvényen készült **jó minőségű képeket** is a sajtó rendelkezésére bocsájtsuk.

#### Általános tanácsok:

- A sajtóanyagok esetén alaposan **ellenőrizzük a helyesírást**, és olvassuk újra többször. A módosítások során ugyanis összezsúszhatnak félmondatok, maradhatnak elütések.
- Minden sajtónak kiküldött anyagot érdemes telefonon is utókövetni. Ha van elérhetőségünk, telefonáljunk és ellenőrizzük, hogy célba ért-e az információ, és kérdezzük meg, hogy szüksége van-e az újságírónak kiegészítő tudnivalóra, anyagokra.
- A sajtóanyagokban megemlíthetjük az Európai Sporthét kezdeményezését is, ehhez felhasználhatóak a [honlapon](#) található információk (illetve útmutatónk bevezető része is).

#### Közösségi média

A közösségi média, hazánkban elsősorban a Facebook, kiemelt jelentőségű csatorna, figyelembe véve a kommunikációs és online médiafogyasztási trendeket. Itt főképp a **fiatal célcsoportot** érhetjük el hatékonyan. Ezért kiemelten javasolt minden rendezvényszervezőnek, hogy használja ki az ebben rejlő lehetőségeket: posztoljon saját vagy a szervezetének Facebook oldalán az eseményről. A közösségi médiában elsődleges az izgalmas, illetve minőségi képi és videós tartalmak megosztása. Osszuk meg híreket, a rendezvény programjait, adjunk folyamatosan releváns és fontos információkat, és mindezt igyekezzünk audiovizuális tartalmakkal támogatni. Az Európai Sporthét keretében történő kommunikációhoz használjuk a **#BeActive hashtaget** is!

A Facebook mellett egyre nagyobb számban használják hazánkban is az Instagramot, ha rendelkezünk ilyen csatornával, mindenképpen vonjuk be a kommunikációnkba. Fontos megjegyezni, hogy az **Instagram-kommunikáció** alapvetően a vizuális tartalmakról szól. Amennyiben ezt a csatornát is használjuk, vegyük figyelembe annak jellegzetességeit: alapvetően sok képet vagy videót osszuk meg, kevés szöveggel. Fontos, hogy minden poszthoz használjuk a **#BeActive** hashtaget, hiszen ennek segítségével új követőket is el tudunk érni. Inspirációért érdemes rákeresni a #BeActive hashtagre, hogy lássuk, mások milyen tartalmat osztanak meg az Európai Sporthéttel kapcsolatosan ezen a csatornán.

A közösségi média kommunikációt érdemes a rendezvény előtt a lehető leghamarabb elkezdni, majd a rendezvény után, az ott készült tartalmakkal lezárni.



## Kommunikációs tervezés - további alapismeretek

A kommunikáció tervezésének legelső lépése a **célcsoport meghatározása**, azaz pontosan kiknek is szól a sportesemény (például kor, lakóhely, nem). De tágabban nem csak az esemény résztvevőit kell megszólítanunk, hanem a sajtó képviselőit, minden partnert, esetleg szponzort és helyi döntéshozókat is. A különböző célcsoportoknak más-más szempontból lehet érdekes és fontos a rendezvényünk, a felénk irányuló kommunikációs üzenetek meghatározásánál ezt mindig figyelembe kell vennünk. A leghatékonyabb, ha üzeneteinket mindig az adott célcsoportra szabjuk: azaz aszerint, hogy kiket szeretnénk elérni, és nekik mit akarunk közvetíteni. Ezt követi a **céljaink kijelölése**, üzeneteink meghatározása, a kommunikációs eszközök megválasztása és időzítésük tervezése, majd a rendezvény végén a kommunikációs munka mérése és értékelése.

### A kommunikáció céljai

Az Európai Sporthét filozófiája szerint a résztvevő rendezvényeknek hangsúlyt kell fektetniük arra, hogy hosszú távon az egészséges és aktív életmódra (#BeActive) inspirálják az esemény célcsoportját. Ezért a legáltalánosabb kommunikációs cél, hogy **ösztönözzük, motiváljuk a rendszeres fizikai aktivitást**, bemutassuk a konkrét eseményünk mögött rejlő általános gondolatot is. A sport és a mozgás a mindennapi élet szerves részét kell, hogy képezze, hiszen örömteli és szórakoztató kikapcsolódás, hiánya pedig számos negatív hatással jár.

### Célcsoportok meghatározása

Az események szervezésének kritikus pontja a lehetséges kommunikációs célcsoportok meghatározása. Alább olyan csoportok felsorolása olvasható, akiket valószínűleg szeretnének rendezvényünkkel megszólítani.

#### Külső célcsoportok:

- Az Európai Sporthét, a rendezvény potenciális résztvevői
- Partnerek
- Szponzorok
- Média
- Egyéb (véleményvezérek, döntéshozók)

#### Belső célcsoportok:

- Szervezőgárda és a projekt résztvevői
- Helyi önkormányzat vagy szervezet, amely részt vesz a rendezvény koordinációjában

### **1. csoport: Résztvevők**

Az Európai Sporthét célja, hogy elősegítse minden életkorban és élethelyzetben az aktív életmódot, ezért nincs célcsoportra vonatkozó korlátozás (pl. nem, életkor). Ugyanakkor semmi sem akadályozza, hogy az adott helyi esemény egy speciális csoportra szabja rendezvényét, és a helyi viszonylatokat is figyelembe vegye. Ilyenkor arra kell ügyelnünk, hogy egyértelműen meghatározott és konkrét legyen a célcsoport, így a kommunikáció a megfelelő közönséghez jusson el.

### **2. csoport: Partnerek**

A rendezvény közreműködő partnerei teszik lehetővé, hogy megvalósuljon az esemény. Ez lehet egy egyesület, iskola, klub, helyi vállalat, stb. A partnerek részt vesznek a végrehajtásban, és fontos részei a projektnek, ezért fontos a jó kapcsolat ápolása.

### **3. csoport: Szponzorok**

Ha a szervezőknek anyagi segítségre van szükségük, sok esetben rendelkeznek szponzorokkal és támogatókkal. Mivel az adományozók nélkül nem jöhetne létre az esemény, ezért ők az egyik legfontosabb célcsoport.

Lehetséges támogatók:

- Önkormányzat, város
- Helyi cégek, szervezetek, vállalkozások

### **4. csoport: Média**

A sajtó kiemelt célcsoportot jelent, hiszen hatékonyan segítheti az információ terjedését a helyi közösségben. Ehhez azonban arra van szükség, hogy érdekes információkkal és sztorikkal felkeltsük a média érdeklődését, hogy ne csak hirdetés formájában számoljanak be eseményünkről.

A média meghatározása jelen esetben:

- Helyi újság
- Regionális, megyei napilap
- Magazinok, hírújságok
- Helyi televízió és rádió
- Önkormányzati weboldal
- Közösségi média (pl. városi Facebook-oldal, helyi Facebook-csoportok)

## Eszközök és lehetőségek

A kommunikáció eszközei lehetnek:

- Saját honlap
- Helyi média
- Közösségi média
- Hírlevél
- Poszterek, szórólapok, roll-upok, molinók
- Önkormányzati weboldal
- Banner-hirdetések
- Iskolai hirdetőfelületek (diákújságok, faliújságok, honlap)
- Sportszervezetek és közösségi intézmények csatornái
- Lakossági fórumok

## MELLÉKLET

### SAJTÓKÖZLEMÉNY SABLON

<<FEJLÉCBEN: a szervező logója és az Európai Sporthét kommunikációs elemei>>

*Sajtóközlemény – azonnal közölhető!*

#### **RÖVID KIFEJEZŐ, FIGYELEMFELKELTŐ CÍM** *szükség esetén alcím*

*Közzététel helye, dátuma* – **Lead: ami néhány mondatban nemcsak bevezeti a sajtóközlemény tartalmát, hanem egészében össze is foglalja. Nagyon röviden tartalmazza a fontosabb információkat, tényeket, számszerűsíthető adatokat, illetve a hírértéket hordozó sztorit (4-6 sor).**

**Törzsszöveg:** ami maximum egy, de lehetőleg fél oldal. Tömör, jól felépített és strukturált, informatív, minden esetben **tárgyilagos leírás**. Lehetőleg keressünk egy fő üzenetet vagy sztorit, ami köré építjük az információkat, adatokat. **Tartalmazhat idézetet** a rendezvény szervezőjétől, támogatójától, védnökétől stb. Utóbbi esetben az idézett személy jóváhagyását mindenképp előzetesen kérjük.

**Egyszerű, jól érthető** nyelvezetet használjunk. A törzsszövegben irányíthatjuk a figyelmet kiemelésekkel is. Kerüljük a szakszövegeket, törvényi hivatkozásokat, illetve a túl hosszú mondatokat.

További információ:

XY

Elérhetőség (telefonszám, e-mail cím)

Szervezet honlapja, közösségi média csatornáinak elérhetősége

Esemény Facebook-oldala