

ПАРТНЕРСКИЙ МАРКЕТИНГ

ОРГКОМИТЕТ «СОЧИ 2014» НЕ ТОЛЬКО СТАЛ РЕКОРДСМЕНОМ ПО КОЛИЧЕСТВУ ПРИВЛЕЧЕННЫХ СРЕДСТВ ОТ КОММЕРЧЕСКИХ КОМПАНИЙ СРЕДИ ОРГКОМИТЕТОВ ЗИМНИХ ИГР, В РОССИИ ВПЕРВЫЕ ДЛЯ ПАРТНЕРОВ ИГР ЗАПУЩЕН НОВЫЙ ФОРМАТ — ПАРТНЕРСКИЙ КЛУБ. ОСНОВНАЯ ЗАДАЧА КЛУБА — ПОВЫСИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ ВЛОЖЕНИЙ, ОБЕСПЕЧИТЬ ИНТЕГРАЦИЮ В КЛЮЧЕВЫЕ ПРОЕКТЫ В РАМКАХ ПОДГОТОВКИ К ИГРАМ И СПОСОБСТВОВАТЬ РАЗВИТИЮ ДЕЛОВЫХ СВЯЗЕЙ МЕЖДУ ЧЛЕНАМИ КЛУБА.

ВАСИЛИЙ АНИСИМОВ



СТИВЕН ПАРКЕР (VISA), СТАНИСЛАВ КУЗНЕЦОВ (СБЕРБАНК), ДМИТРИЙ ЧЕРНЫШЕНКО (ОРГКОМИТЕТ «СОЧИ 2014») ПРЕДСТАВЛЯЮТ СОВМЕСТНЫЙ ПРОДУКТ — «ОЛИМПИЙСКУЮ» ПЛАСТИКОВУЮ КАРТУ

\$1,2 МЛРД ЗА ПЯТЬ КОЛЕЦ Крупнейшие мировые корпорации стремятся заработать на Олимпиаде как деньги, так и имидж. Олимпиада — главное спортивное событие планеты, аудитория которого в настоящее время составляет более 4,5 млрд человек во всем мире. А в Сочи, в отличие от почти всех предыдущих Игр, фактически заново создается спортивная, гостиничная, транспортная, инженерная инфраструктура. Так что для компаний, которые стали партнерами и инвесторами, это возможность расширить свое присутствие в регионе не только на время Игр, но и в будущем.

С момента запуска в 2009 году маркетинговая программа Оргкомитета «Сочи 2014» обеспечила привлечение инвестиций на сумму более \$1,2 млрд, что более чем в три раза превышает обязательства Заявочной книги. Благодаря этому Оргкомитет «Сочи 2014» обошелся без государственного финансирования подготовки к Играм в 2009–2011 годах.

Успех маркетинговой программы «Сочи 2014» доказывает: рынок верит, что возможность ассоциироваться с пятью олимпийскими кольцами дает бизнесу грандиозные возможности для развития. Важно грамотно воспользо-

ваться этими шансом и сделать вложения в олимпийский маркетинг действительно эффективными. Оргкомитет «Сочи 2014» создал площадку Партнерского клуба, чтобы объединить опыт международных партнеров МОК и партнеров Игр в Сочи, расширить возможности для установления новых контактов и открыть новые перспективы для сотрудничества.

СВЯЗЬ НА ВЫСОТЕ С момента старта маркетинговая программа «Сочи 2014» привлекла лидеров рынка. Все они — компании, в партнерстве с которыми Игры можно подготовить и провести на самом высоком уровне, обеспечив высокое качество товаров и услуг для их гостей и участников, а также жителей олимпийской столицы. Сегодня уже есть первые результаты сотрудничества в рамках клуба. Благодаря соглашению между компаниями Coca-Cola и ОАО «Аэрофлот — Российские авиалинии» напитки компании появились на всех рейсах «Аэрофлота». Visa и Сбербанк России выпустили «олимпийскую» пластиковую карту. «МегаФон» и «Аэрофлот» запустили проект «Связь на высоте», предполагающий



«ОЛИМПИЙСКИЙ» ФОЛЬКСВАГЕН НА ЗАПРАВКЕ «РОСНЕФТИ»

обеспечение мобильной связи на бортах воздушных судов. Благодаря партнерству с РЖД услуги мобильной связи «МегаФон» также есть на скоростных поездах «Сапсан», курсирующих по маршрутам Москва—Санкт-Петербург, Москва—Нижний Новгород, а в перспективе — Москва—Сочи. А участники программы «МегаФон-Бонус» могут обменять свои баллы на дополнительные мили программы «Аэрофлот Бонус».

Соглашения также подписали ОАО «НК «Роснефть» и АНО «Транспортная дирекция Олимпийских игр», заключен контракт между ОАО «ФОЛЬКСВАГЕН Груп Рус» и аэропортом города Сочи.

Кроме того, в рамках клуба Партнеры «Сочи 2014» обмениваются международным и национальным опытом, встречаются с ведущими международными экспертами. Под эгидой клуба также реализуется ряд проектов социальной, образовательной, экологической и благотворительной направленности. ■

СОСА-COLA УЖЕ ПОЯВИЛАСЬ НА ВСЕХ РЕЙСАХ «АЭРОФЛОТА»



ОРГКОМИТЕТ «СОЧИ 2014»

ПРЯМАЯ РЕЧЬ А ВАМ ДЛЯ ЧЕГО ПАРТНЕРСКИЙ КЛУБ?

Александр Провоторов, президент ОАО «РОСТЕЛЕКОМ»:

— Благодаря программе интеграции у компаний-партнеров появляются уникальные возможности для сотрудничества. Причем помимо реализации совместных бизнес-проектов мы обмениваемся опытом и реализуем совместные проекты в сфере устойчивого развития: образования, культуры, экологии, использования новых технологий и т. д. Так, например, вместе с компанией «МегаФон» мы проводим в Сочи тестирование новейшей технологии LTE для высокоскоростной беспроводной передачи данных. Полученный в ходе проекта уникальный опыт будет востребован не только нашими компаниями, но и другими операторами связи по всей стране, а также регулятором при создании сетей связи четвертого поколения.

Майкл О'Хара Линч,

ГЛАВА GLOBAL SPONSORSHIP MANAGEMENT КОМПАНИИ VISA INC.:

— На всех Олимпийских и Паралимпийских играх компания Visa отвечает за создание и поддержку всей инфраструктуры приема и обслуживания карт Visa на олимпийских объектах, включая стадионы, пресс-центры, торговые точки и Олимпийский магазин. Проведение Партнерского клуба — идеальная возможность для того, чтобы скоордини-

ровать наши действия с другими Партнерами в рамках подготовки Игр, быть в курсе последних событий. Клуб позволяет объединить наши усилия для того, чтобы провести самые успешные Игры в олимпийской истории.

Тигран Погосян, заместитель генерального директора по стратегическим проектам ОАО «МЕГАФОН»:

— Партнерский клуб «Сочи 2014» — очень интересный проект, он дает Партнерам Игр возможность координировать усилия, направленные на подготовку к Олимпийским и Паралимпийским играм, и повышать качество предоставляемых товаров и услуг. Кроме того, в рамках клуба у Партнеров есть прекрасная возможность прямого диалога и реализации совместных взаимовыгодных проектов. Например, в партнерстве с Bosco Sport состоялось открытие флагманского офиса «МегаФона» в ГУМе. Мы сотрудничаем с компанией Bosco Sport как на территории России, так и за ее пределами. Среди совместных проектов — выпуск специальной коллекции спортивной одежды «МегаФон — Боско». Одежда из этой коллекции использовалась в качестве призов абонентам «МегаФона» в первой олимпийской акции кампании «Ванкувер — Зажги огонь победы!».

Станислав Кузнецов,

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ ПРАВЛЕНИЯ ОАО «СБЕРБАНК РОССИИ»:

— Партнерский клуб — это уникальная площадка для взаимодействия всех Партнеров «Сочи 2014». Она позволяет обсудить наиболее важные на текущий момент вопросы непосредственно с Оргкомитетом «Сочи 2014» и Международным олимпийским комитетом.

Бернард Ширер,

ГЛАВА EF ENGLISH FIRST В РОССИИ:

— Компания EF English First в качестве официального поставщика XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи реализует специальную программу обучения английскому языку десятков тысяч волонтеров и организаторов Игр-2014. Мы уже сотрудничаем с другими членами Олимпийской семьи в подготовке к Играм, и Партнерский клуб станет идеальной площадкой для развития этого сотрудничества. В частности, мы запустили обучающие программы для таких Партнеров «Сочи 2014», как ОАО «Сбербанк России» и ОАО РЖД. Я уверен, что благодаря сотрудничеству всех Партнеров «Сочи 2014» и организаторов Олимпиады Россия увидит уникальные Игры, которые нико-го не оставят равнодушными.