

## STRATEGIA NATIONALA DE ATRAGERE A COPIILOR SI TINERILOR SPRE AUTOMOBILISM

### 1. GENERALITATI

In ultimi ani am asistat la o dezvoltare importanta a fenomenului de sport auto in Romania.

Infrastructura s-a dezvoltat, fiind construite circuite de viteza iar sub egida FRAS au aparut discipline noi ca Time Attack si RES.

Competitiile de Super slalom si Indemanare au luat amploare oferind copiilor o excelenta prima experienta in motorsport si contribuind la formarea deprinderilor de baza in materie de pilotaj.

### 2. CADRU SOCIAL

Societatea actuala ofera atat de multe atractii facile tineretului incat ele reprezinta efectiv un "zgomot" ce ingreuneaza accesul catre sport in general.

Este mult mai la moda si mult mai simplu ca ei sa se joace pe terminale mobile, sa dedice mult prea mult timp interactiunii pe retelele sociale sau sa mearga la mall.

Aceasta realitate a vremurilor noastre trebuie contracarata prin actiuni concrete, moderne, acceptate de copii si tinerii de azi, care pot sa le trezeasca interesul pentru ramurile sportive ale FRAS.

### 3. ACTIUNI IN MEDIUL ONLINE

Dupa cum spuneam ideal este sa ne adresam copiilor si tinerilor prin canale acceptate de ei iar cel mai simplu si eficient este prin mediul ONLINE.

Avand in vedere varsta publicului tinta una din cele mai populare platforme pare sa fie Tik-Tok si Snapchat.

De la simple clipuri de promovare, la testimoniale ale tinerilor piloti si trecand prin diverse mecanisme de marketing ce ofera ca finalitate participarea la o sesiune de teste, este de dorit o conlucrare cu o agentie specializata in mediul online pentru a avea cea mai eficienta penetrare catre publicul tinta cu un mesaj de calitate.

#### **4. EVENIMENTE TIP "PORTI DESCHISE"**

Organizate ca evenimente de sine statatoare sau ca parte din strategia de marketing online, acestea evenimente - desfasurate la sediile scolilor de pilotaj sau a companiilor de asistenta tehnica-, ar permite copiilor si tinerilor sa aiba un pim contact DIRECT cu materialul de concurs - care este aspirational si fascinant-, cu tinerii piloti ce sunt un exemplu personal de urmat si cu personalul tehnic care poate sa expuna particularitatile tehnice ale unei masini de curse.

De vazut daca Inspectoratele scolare sunt deschise la o colaborare pe acest tip de proiecte.

#### **5. EVENIMENTE PUBLICE DE PROMOVARE**

Plecand de la ideea ca este important sa ne adresam copiilor si tinerilor atat pe limba lor cat si in locurile de interes, pentru a putea fi acceptati mai usor, consideram ca ar fi benefica organizarea de stand-uri in mall-uri din marile orase din tara.

De vazut daca Inspectoratele scolare sunt deschise la o colaborare pe acest tip de proiecte.

#### **6. EVENIMENTE CROSS PROMOTION**

Interesant de vazut daca nu exista interes in randul partenerilor FRAS pentru CROSS promotion, oferind astfel si partenerului o crestere a activitatii sale comerciale prin colaborarea cu FRAS.

Cu titlu de exemplu: campanie pe site-ul BETANO in care pariurul interesat de pariuri pe CNRB poate castiga un stagiul de initiere in pilotaj pentru copilul sau.

## 7. EVENIMENTE PILOT

Propunem stabilirea a 2 evenimente pilot, unul in Bucuresti si unul in Cluj.

Structurile care ar putea desfasura aceste activitati sunt, de exemplu, Omega Motorsport sau Junior motorsport la Bucuresti respectiv H motorsport sau NRA la Cluj.

O conlucrare cu partenerul Federatiei, KISS Fm, este recomandata!

## 8. CAMPANIE NATIONALA

In cazul in care evenimentele pilot de la Bucuresti si Cluj sunt considerate un succes, acest tip de evenimente se poate implementa in toate centrele cu interes sportiv pentru automobilismul sportiv cum ar fi Brasov, Sibiu, Iasi, Timisoara, Targu Mures, etc