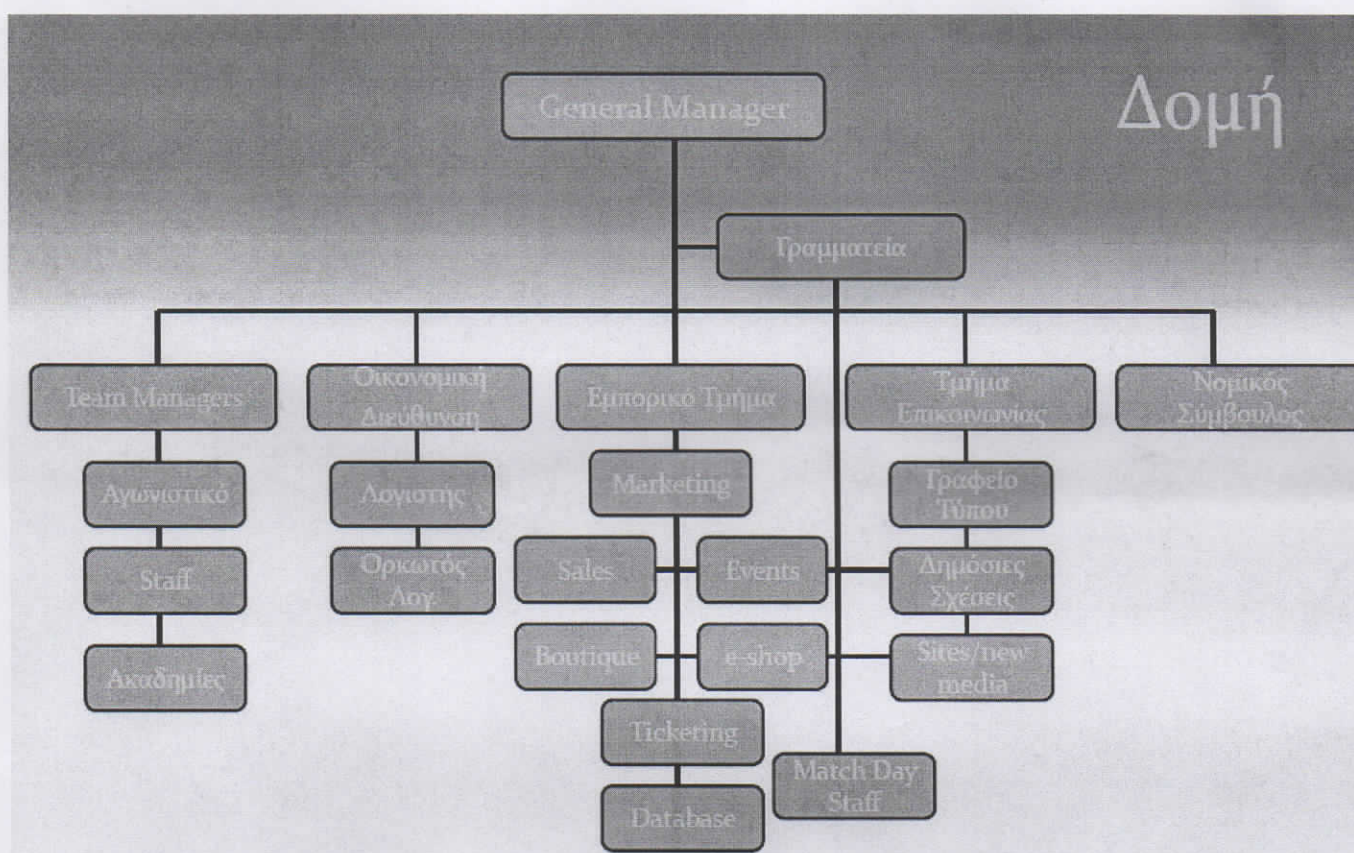


Διοίκηση

Η Διοίκηση του Τ.Α.Π. Α.Ε.Κ., ασκείται με μικτό σύστημα μέσω ΔΣ ΑΣ ΑΕΚ και Επιτροπής ΤΑΠ ΑΕΚ, σύμφωνα με τις διατάξεις περί λειτουργίας του νομικού μορφώματος του ΤΑΠ, με βάση τον αθλητικό νόμο. Η νομική εκπροσώπηση συντελείται μέσω του Α.Σ. ΑΕΚ και η οικονομική εκπροσώπηση και έναντι Δημοσίου και Ασφαλιστικών φορέων συντελείται μέσω της Επιτροπής του ΤΑΠ.

Η Δομή της Διοίκησης του Σωματείου, όπου σχεδιάζεται να λειτουργεί από τη νέα αγωνιστική περίοδο, απεικονίζεται στο κατωτέρω Οργανόγραμμα.



Η Οικονομική Διεύθυνση λειτουργεί υπό το πρίσμα της άσκησης κεντρικής διοίκησης, πλην των εξειδικευμένων θέσεων ΤΑΠ (ειδικός λογιστής ΤΑΠ κλπ*).

Προβλέπεται ειδική Οικονομική Διεύθυνση ΤΑΠ που θα εξυπηρετείται είτε μέσω του ειδικού λογιστή, είτε μέσω Προϊσταμένου Τομέα Οικονομικών ΤΑΠ, για τα θέματα οικονομικής αυτοτέλειας και ευθύνης ΤΑΠ ΑΕΚ.*

Το Εμπορικό Τμήμα λειτουργεί υπό το πρίσμα της κεντρικής διαχείρισης και προς κάλυψη οικονομικών και εμπορικών αναγκών όλων των τμημάτων. **

Το Τμήμα Επικοινωνίας καλύπτει τις ανάγκες όλου του Σωματείου, προβλέπεται δε αυτοτελές Γραφείο Τύπου για το ΤΑΠ.*

Ο Νομικός Σύμβουλος καλύπτει τις ανάγκες όλου του Σωματείου.***

Πέραν των ανωτέρω θέσεων και τμημάτων του Οργανογράμματος του ΑΣ ΑΕΚ που θα καλύπτουν και τις ανάγκες του τμήματος του ανδρικού βόλεϊ, θα υπάρχει και αυτοτελής λειτουργία των κατωτέρω συγκεκριμένων θέσεων του Τ.Α.Π. Α.Ε.Κ.:

ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ *

ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΘΕΣΕΙΣ	ΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΤΜΗΜΑ
Επιτροπή Διοίκησης ΤΑΠ	Προπονητής Α΄
Έφορος	Προπονητής Β΄ – Στατιστικολόγος
Ειδικός Λογιστής ΤΑΠ	Γυμναστής
Βοηθός Λογιστή ΤΑΠ	Φυσιοθεραπευτής
Εκπρόσωπος Τύπου (Γραφείο Τύπου)	Φροντιστής
Γραμματέας ΤΑΠ	Team Manager
Επικοινωνία και Δημόσιες Σχέσεις	Προπονητής Ακαδημιών
	Προπονητής Παιδοεφηβικών
	Αθλητές (14-16)
	Γιατρός

- Καταγραφή όλων των αρμοδιοτήτων του κάθε τμήματος (ανδρικού και εφηβικού) και πιστή τήρηση
- Report ανά μήνα / τρίμηνο / εξάμηνο / έτος
- Αξιολόγηση διοικητικού προσωπικού και στελέχωση
- Αξιολόγηση αθλητών και προπονητικού και υποστηρικτικού τημ
- Αξιολόγηση κάθε χρόνο (Με απλό σύστημα και την πάροδο του χρόνου LimeSurvey)

(*) : Δαπάνες που βαρύνουν το ΤΑΠ ΑΕΚ.

(**) : Δαπάνες που βαρύνουν το ΑΣ ΑΕΚ. Τα πάσης φύσης έσοδα αποδίδονται στο τμήμα, αφαιρουμένων των δαπανών, αμοιβών προσωπικού και προμηθειών πωλητών

(***) : Δικαστικές δαπάνες που αφορούν στο ΤΑΠ, βαρύνουν το ΤΑΠ.

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΕΔΡΑ: Κλειστό ΓΑΚ Γλυφάδας - ιδιοκτησία Δήμου Γλυφάδας

ΛΟΓΟΙ ΑΜΕΣΗΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ ΕΔΡΑΣ

Εξαρτώνται άμεσα:

- Ο αγωνιστικός γυμναστικός και προπονητικός σχεδιασμός της ομάδας
- Η εκπόνηση στρατηγικής μάρκετινγκ και πωλήσεων και η αποδοτικότητα των χορηγικών προγραμμάτων
- Η έκδοση των εισιτηρίων διαρκείας
- Η εγκατάσταση αλλοδαπών και μη Αθηναίων αθλητών σε περιοχές εμβέλειας του γηπέδου

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

1. Σωστή εκτίμηση και σχεδιασμός εμπορικών στόχων (διαφημίσεις, σύστημα διαφημίσεων, εσωτερικοί-εξωτερικοί χώροι)
2. Διαχείριση πολλών χώρων
3. Σωστό και ένα ticketing system/smart card που μπορεί να συνδυασθεί και με την ενδεχόμενη χρήση του γηπέδου και από την ομάδα μπάσκετ
4. Χώροι εκμετάλλευσης, café/κυλικείο
5. Δυνατότητα λειτουργίας boutique τις ημέρες των αγώνων
6. Δυνατότητα να γίνει σημείο αναφοράς τόσο για όλους τους ΑΕΚτζίδες όσο και για την τοπική –κοινωνία
7. Διεύρυνση κοινού θεατών και φιλάθλων αγώνων (ακαδημίες, σχολεία, οικογενειακό κλίμα)
8. Καλός ρυθμός ζωής για τους διαμένοντες στην πέριξ του γηπέδου περιοχή αθλητές

- ✓ Προσβάσιμο
- ✓ Λειτουργικό
- ✓ Επαρκής χωρητικότητα
- ✓ Naming γηπέδου

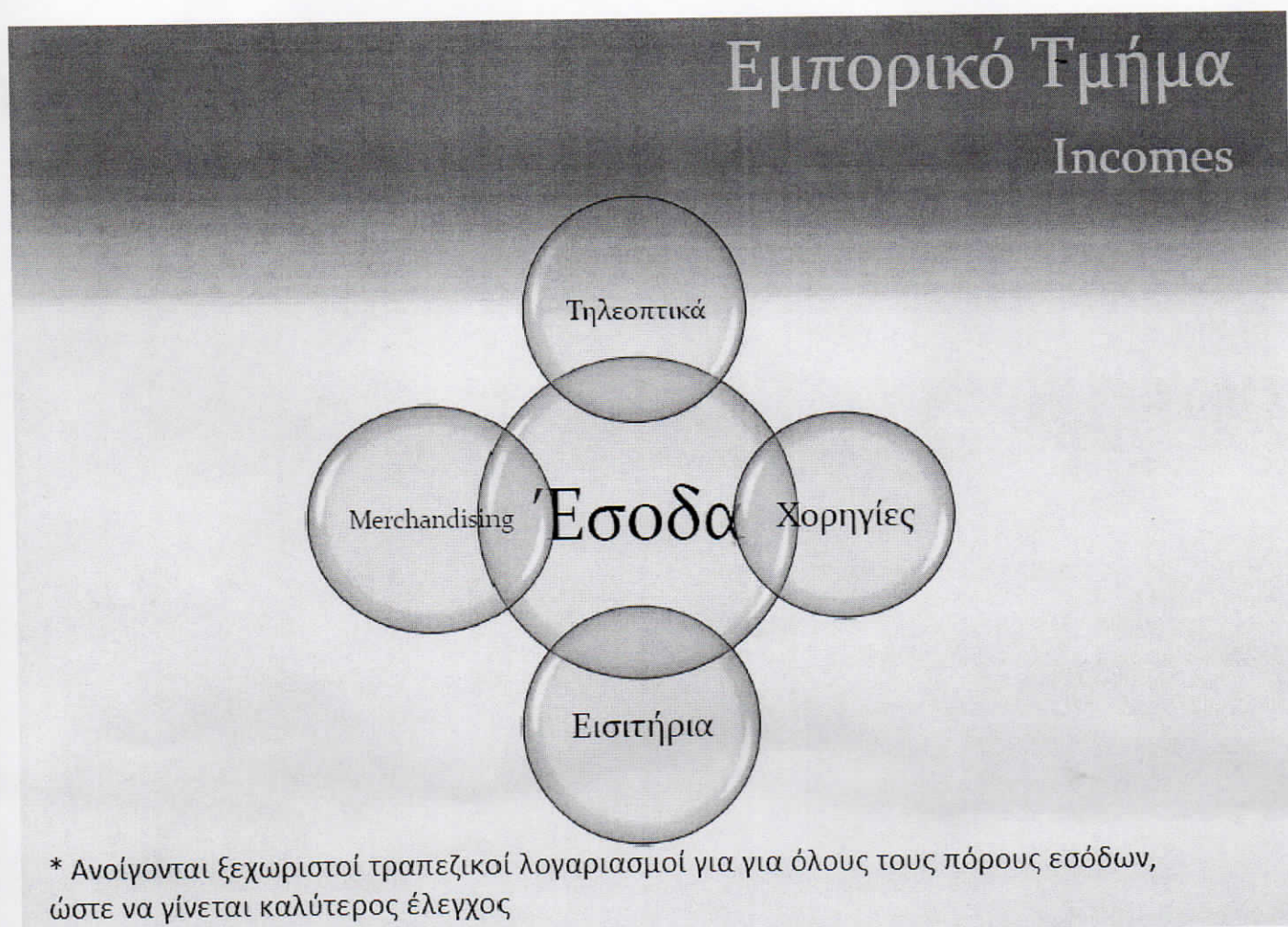
ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

1. Χρήση από πολλές τοπικές δημοτικές ομάδες με συνέπεια την έλλειψη πολλών διαθεσίμων ωρών
2. Μικρή προσέλευση κόσμου, έλλειψη δεσίδατος κύριου όγκου φιλάθλων με το γήπεδο της Γλυφάδας

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΧΡΗΣΗΣ ΩΣ ΚΥΡΙΑΣ ΕΔΡΑΣ

- Συνδυασμός χρήσης και του νέου κλειστού Γλυφάδας για συμπλήρωση των απαιτούμενων ωρών προπόνησης
- Επικοινωνιακή μεθόδευση για προσέλκυση φιλάθλων

Εμπορικό Τμήμα μέσω ΑΣ ΑΕΚ



Τα προβλεπόμενα έσοδα προέρχονται από τις ανωτέρω συγκεκριμένες πηγές.

Τα τηλεοπτικά έσοδα προέρχονται από τη NOVA (και τον ΟΠΑΠ από κοινού, ως χορηγών της τηλεοπτικής κάλυψης των διοργανώσεων) και ως τέτοια λογίζονται τα ποσά που καταβάλλονται στο ΤΑΠ από την ΕΣΑΠ (μικτά σήμερα περίπου 70.000 €).

Τα εισιτήρια διακρίνονται σε διαρκείας και απλά.

Τα έσοδα από merchandising αναμένονται από πωλήσεις αγαθών μέσω Μπουτίκ και E-Shop που θα λειτουργήσουν κατά την επικείμενη αγωνιστική περίοδο μέσω του ΑΣ ΑΕΚ.

Οι χορηγίες διακρίνονται σε χρηματικές και ανταποδοτικές.

Στρατηγική Μάρκετινγκ

Marketing Strategy

- Για να χαράξει ένα σωστό marketing plan πλάνο θα πρέπει να υπάρχουν όλα τα απαραίτητα στοιχεία (πωλήσεις εισιτηρίων, merchandising etc)
- Στην παρούσα φάση θα σχεδιαστεί από την αρχή με εφικτούς στόχους και τα επόμενα χρόνια θα χαράζεται με βάση αποτελεσμάτων των προηγούμενων χρόνων.

Branding

- Το loyalty των φιλάθλων έχει φτάσει σε πολύ ικανοποιητικό επίπεδο και έχουν εξοικειωθεί με τις νέες εφαρμογές και σχέση ομάδος - πελάτη.
- Θα πρέπει να εκμεταλλευτούμε τη δυναμική αυτής της ομάδος με κύριο σκοπό τη μεγιστοποίηση των κερδών.
- Ενιαίο σήμα ερασιτεχνικής - Brading σε όλους τους χώρους του γηπέδου.
- Brand Name AEK 1924 + Χορηγοί = Success Team

Image

- Εταιρική εικόνα ομάδος μέσα και έξω από το γήπεδο και χορηγικά banners
- Αλληλογραφία, ρούχα ομάδων, εταιρικό προφίλ, media προφίλ

Εμπορικό Τμήμα

Sales

1. Ξεκάθαρο πλάνο και ενέργειες. Εκτίμηση τιμών ανάλογα το σημείο ανταποδοτικής διαφήμισης. Εκτύπωση booklet χορηγιών
2. Καταγραφή χορηγιών, προσέγγιση νέων και προσαρμογή των πακέτων
3. Αναλυτική καταγραφή των χορηγιών και κατανομή τους μέσα στο έτος
4. Κατηγοριοποίηση Χορηγιών
5. Newsletter κάθε 2 μήνες
6. Μακροχρόνιες Συνεργασίες
7. Συνεργασία με τους Χορηγούς μας
(business-to-business network)

Εκδηλώσεις και Γεγονότα
Βραχυπρόθεσμα, μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα
Γεγονότα και εκδηλώσεις
Προς ενδυνάμωση Brand Name Ομάδος,
αύξηση της δημοτικότητάς της και
αποφορά εσόδων

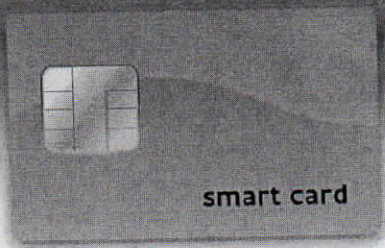
ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ ΚΑΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

Events
1. Νέα έδρα - Event εορταστικό για το νέο μας σπίτι
2. Μουσείο ομάδος (θα δημιουργηθεί στο νέο γήπεδο)
3. Μέχρι να ετοιμαστεί το μουσείο της ομάδος, συνεργασία με την Εθνική Πινακοθήκη (ή παρεμφερές Ίδρυμα), έκθεση τίτλων και πώληση συλλεκτικών αντικειμένων όπως γκραβούρες, πίνακες, λεύκωμα)
4. Youth Weekends, σε τακτά χρονικά διαστήματα
5. Επισκέψεις σε Ιδρύματα-Νοσοκομεία (περίοδος εορτών) & Σχολεία (κατά τη διάρκεια του έτους)
6. Επισκέψεις Σχολείων στο Κλειστό γυμναστήριο
7. Κάθε 2 μήνες μια βραδιά με live συγκροτήματα, συναυλίες στο γήπεδο μας
8. Press Conference για τους χορηγούς
9. Παρουσίαση Ομάδων/ Φανέλα
10. Δείπνο με δημοσιογράφους στην αρχή της χρονιάς, δεξίωση χορηγών στο τέλος της χρονιάς
11. Νικητές Διαγωνισμών "Match Day By the Team"

Μπουτίκ και e-shop



Πρόβλεψη για έκδοση Smart card κι εκμετάλλευση data base



Smart Card

1. Καμιά Ελληνική Ομάδα σε κανένα άθλημα
2. Top-up για αγορά εισιτηρίων – προϊόντων – ειδών καντίνας
3. Loyalty scheme & επιβράβευση φιλάθλου
4. Συμπεριφορά καταναλωτή ----- Marketing Strategy
5. Ευκολία χρήσης και γρήγορες συναλλαγές
6. Database από όλες τις συναλλαγές

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ

- Συνεργασία τμημάτων ΑΕΚ για κοινή κάρτα
- Προσφορά παροχών προς κατόχους μέσω ΑΣ ΑΕΚ
- Συνέργειες χορηγών στις παροχές προς κατόχους

Εμπορικό Τμήμα

Database

Βάση δεδομένων

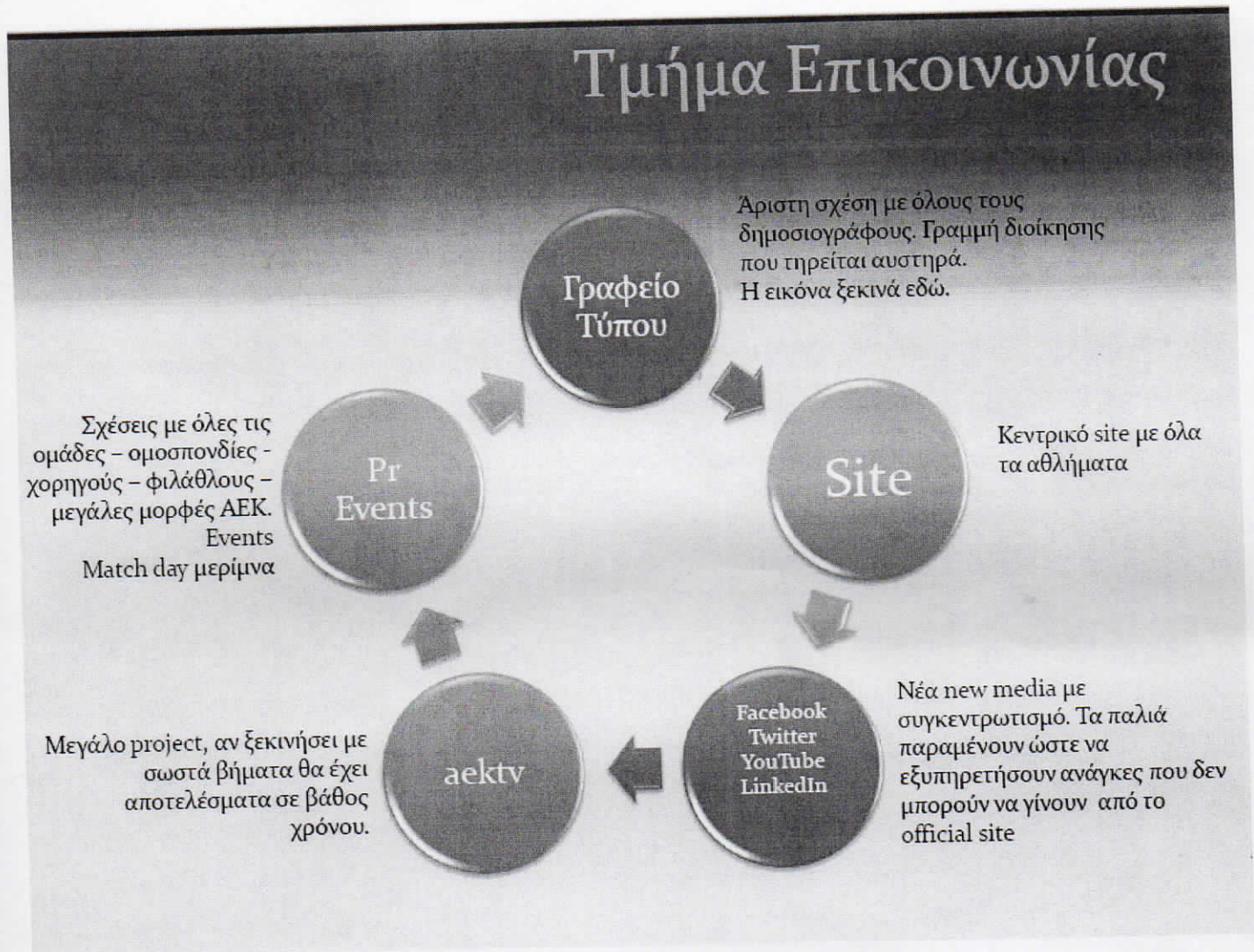
Συγκέντρωση στοιχείων
φιλάθλων

Λογαριασμοί χρηστών

Reporting

Συγκέντρωση πληροφοριών από όλες τις παραπάνω πηγές (ticketing – boutique – smart card) σχετικά με το ακριβές προφίλ του κοινού μας, που σας επιτρέπει τον εντοπισμό περαιτέρω ευκαιριών πωλήσεων. Μία βάση δεδομένων που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για έμμεσο και άμεσο marketing. Ανάπτυξη αποτελεσματικών καμπανιών που απευθύνονται κατευθείαν στο κοινό-στόχο μας.

•Βάση δεδομένων με πλήρη στοιχεία κάθε αγοραστή (ονοματεπώνυμο, διεύθυνση, τηλέφωνα, email, στοιχεία συναλλαγών, στοιχεία θέσης)



Οικονομική Ανάλυση

Συγκεντρωτικός Πίνακας Κόστους

	Minimum	Maximum
<u>Α.ΔΑΠΑΝΗ ΜΙΣΘΟΔΟΣΙΑΣ ΠΕΤΟΣΦΑΙΡΙΣΤΩΝ</u>	315.000	325.000
<u>Β.ΔΑΠΑΝΗ ΜΙΣΘΟΔΟΣΙΑΣ ΤΕΧΝΙΚΟΥ ΤΗΜ</u>	61.000	61.000
<u>Γ.ΔΑΠΑΝΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ</u>	9.000	9.000
<u>Ε.ΔΑΠΑΝΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΞΟΔΩΝ</u>	116.000	116.000

ΣΥΝΟΛΟ ΚΟΣΤΟΥΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΑΠ από 501.000 € έως 511.000 €

Ανάλυση Δαπανών

Α.ΔΑΠΑΝΗ ΜΙΣΘΟΔΟΣΙΑΣ ΠΕΤΟΣΦΑΙΡΙΣΤΩΝ ΑΕΚ V.C. Α1 2014-15 (οι αριθμοί αφορούν σε χιλιάδες ευρώ)

Υπό Παραμονή:

Όνομα Αθλητή	Πάγιο	Π.Π	Π.Κ.	Π.Λ.Κ.	Σπίτι	T.C
ΠΕΤΡΟΓΛΟΥ ΑΚΡΑΙΟΣ	25	4	2	2	4	
ΜΑΝΤΕΚΑΣ ΑΚΡΑΙΟΣ	20	3	2	2	4	
ΡΟΥΜΕΛΙΩΤΑΚΗΣ ΑΚΡΑΙΟΣ	11	2	1	1	4	
ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ ΔΙΑΓΩΝΙΟΣ	6	1	1	1		
ΓΚΟΥΖΝΤΑ ΛΙΜΠΕΡΟ	4	1,5	1	1		
ΤΟΡΡΕΣ * ΚΕΝΤΡΙΚΟΣ	24	3	2	2	4	4,4
ΠΑΓΙΑΝ ** ΔΙΑΓΩΝΙΟΣ	20	3	2	2	4	4,4

Υπό Μεταγραφή (ονόματα στόχων ή αντιστοίχων)

Όνομα Αθλητή	Πάγιο	Π.Π	Π.Κ.	Π.Λ.Κ.	Σπίτι	T.C
ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ	22	4	2	2		
ΠΕΛΕΚΟΥΔΑΣ	20	3	2	2		
ΑΛΛΟΔΑΠΟΣ ΠΑΣΑΔΟΡΟΣ	42	6	4	3	4	4
ΠΙΠΕΡΓΙΑΣ ΠΑΣΑΔΟΡΟΣ	15	2	2	2		
ΣΤΕΦΑΝΟΥ ΛΙΜΠΕΡΟ	19	3	2	2		
ΜΙΓΙΑΙΛΟΒΙΤΣ ΑΚΡΑΙΟΣ	25	4	2	2	4	3,5
ΤΟΚΑΝΗΣ ΑΚΡΑΙΟΣ	5					
ΡΑΙΤΣ ΔΙΑΓΩΝΙΟΣ	40	4	2	2	4	3,5

Έφηβος ή Νεαρός 1	3
Έφηβος ή Νεαρός 2	3

Σημείωση:

(*) Σε περίπτωση που δεν επιτραπεί τέταρτος ξένος, ο Τόρρες θα αντικατασταθεί από άλλον έλληνα κεντρικό
 (**) Ο Παγιάν θα παραμείνει σε περίπτωση αδυναμίας συμφωνίας απόκτησης του Ράιτς

ΣΥΝΟΛΟ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΜΟΙΒΩΝ ΑΘΛΗΤΩΝ χωρίς τα πριμ (τα πριμ, σε περίπτωση κατάκτησης όλων των τίτλων, καταβάλλονται με την έναρξη της επόμενης σεζόν	222.000 – 232.000
ΙΚΑ ΜΙΣΘΟΔΟΣΙΩΝ	47.000 – 48.000)
ΣΠΙΤΙΑ	30.000
ΑΜΟΙΒΕΣ ΜΑΝΑΤΖΕΡ ΚΑΙ TRANSFER FEES	28.000
	35.000
ΣΥΝΟΛΟ	315.000 έως 325.000 €

Β.ΔΑΠΑΝΗ ΜΙΣΘΟΔΟΣΙΑΣ ΤΕΧΝΙΚΟΥ ΤΗΜ

Προπονητής Α' ΕΛΓΚΕΤΑ	25.000 €
Προπονητής Β' – Στατιστικολόγος*	10.000
Γυμναστής	7.000 €
Φυσιοθεραπευτής	4.000 €
Φροντιστής	4.000 €
Team Manager	6.000 €

Πριμ στόχων Ελγκέτα	5.000 € καταβάλλεται αρχή νέας σεζόν
Σπίτι Ελγκέτα	5.000 €
ΣΥΝΟΛΟ	61.000 Έως 66.000 €

Γ.ΔΑΠΑΝΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ περίπου 9.000 €

Ειδικός Λογιστής ΤΑΠ	4.000 €
Βοηθός Λογιστή ΤΑΠ	2.000 € καλύπτεται από ΑΣ ΑΕΚ
Εκπρόσωπος Τύπου (Γραφείο Τύπου)	5.000 €
Γραμματέας ΤΑΠ	7.000 € καλύπτεται από ΑΣ ΑΕΚ
Επικοινωνία και Δημόσιες Σχέσεις	4.000 € καλύπτεται από ΑΣ ΑΕΚ

Δ.ΔΑΠΑΝΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΞΟΔΩΝ (σε χιλιάδες ευρώ)

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ Η/Υ	1	
ΟΡΓΑΝΑ	5	
ΤΑΡΕΣ - ΙΑΤΡΙΚΑ	4	
ΒΙΤΑΜΙΝΕΣ	7	
ΝΕΡΑ ΚΛΠ	2	
ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΑ	1	
ΓΗΠΕΔΟ	15	
ΜΠΑΛΕΣ	2	
ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ	17	
• Προπονητικό κέντρο και ξενοδοχείο για 17 ημέρες		
• Διαμονή για 22-23 άτομα		
• Εργομετρικό κέντρο για αιματολογικές και αθλητικές εξετάσεις		
ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΑ	10	
ΑΣΦΑΛΕΙΕΣ	5	
ΦΙΛΙΚΑ - ΤΟΥΡΝΟΥΑ	10	
ΤΑΞΙΔΙΑ	24	
ΕΝΔΥΣΗ	8	
Απρόβλεπτα	5	
Σύνολο κόστους		116.000 €

Πιθανολογούμενα Έσοδα

Εκτιμώμενα Έσοδα από 460.000 έως 560.000 €

Μέσος όρος: 510.000 €

ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΥΠΟ ΤΙΣ ΠΑΡΑΔΟΧΕΣ

- 1. Επιχορήγηση ΕΣΑΠ** (όπως ισχύει σήμερα,
– μικτά με ΦΠΑ) 75.000 €
- 2. ΟΠΑΠ ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ**
(αναμένεται η επίτευξη συμφωνίας με ΟΠΑΠ για είσοδο
της Α1 βόλεϊ ανδρών στο Κουπόνι, με προσδοκώμενο
μίνιμουμ έσοδο 50.000 - 100.000 €) 50.000 έως 100.000 €
- 3. Χορηγίες σε Χρήμα** (σύμφωνα με σχέδιο
τιμοκαταλόγου και χορηγικά πακέτα) 85.000 €
και Ανταποδοτικές Χορηγίες
(εταιρίες προμήθειας νερού, εστίασης και σίτισης, οδικών
και αεροπορικών μεταφορών, ιατροφαρμακευτικού υλικού
και ιατρικών υπηρεσιών κλπ) 50.000 €
- 4. Εισιτήρια διαρκείας και απλά**
(ελάχιστη πώληση 500 περίπου εισιτηρίων διαρκείας
με μέσο όρο 50 €
συν ελάχιστη διάθεση 200 εισιτηρίων ανά αγώνα επί 15
τουλάχιστον αγώνες στη σεζόν) 40.000 €
- 5. Επενδυτής – συμπαίκτης** 160.000 €

6. Συμμετοχή του Α.Σ. ΑΕΚ από έσοδα νέας ΠΑΕ

(κατ' αναλογία)

20.000 - 40.000 €

7. Merchandising

- Λειτουργία Μπουτίκ στη Νέα Φιλαδέλφεια
- Λειτουργία Μπουτίκ στο Γήπεδο
- E-Shop
- Διαγωνισμοί μέσω τηλεφωνικών εταιριών και Call Centers

30.000 €

Λοιπές Ιδέες marketing, merchandising, sales

- νέες, πρωτοποριακές (όλες οι εταιρίες ψάχνουν τρόπους να διαφοροποιηθούν από τον ανταγωνισμό και να «πλησιάσουν» περισσότερο το κοινό στόχο τους) αλλά και λύσεις με
- με μετρήσιμα αποτελέσματα (πράγμα που ψάχνουν και ζητάνε ΟΛΕΣ οι εταιρίες που διαφημίζονται)

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΙΔΕΩΝ

- Κάρτες διαρκείας,
 - Κανονικές & Virtual (να τις έχει κάποιος ΠΑΝΤΑ μαζί του στο κινητό του τηλέφωνο που είναι το μόνο πράγμα που ΟΛΟΙ έχουν ΠΑΝΤΑ μαζί τους).
 - Με την κάθε χρήση τους θα μαζεύονται πόντοι για αγορές και για συμμετοχή σε διαγωνισμούς
 - Οι κάρτες θα έχουν ενσωματωμένη την τεχνολογία QR έτσι ώστε να γίνονται πιο εύκολα ανακινώσιμα αυτά που θέλει η ομάδα από την μία, και από την άλλη να μπορούμε να «στέλνουμε» εκεί που θέλουμε εμείς τον κόσμο μας.
 - Θα μπορεί εύκολα να συμμετάσχει σε διαγωνισμούς και να κερδίζει διάφορα δώρα από τους χορηγούς και όχι μόνο
 - Τα έσοδα θα προκύψουν από τις αποκλειστικές προωθητικές ενέργειες που θα γίνονται και θα υπάρχουν χορηγοί σε αυτές
 - Από τις εταιρίες οι οποίες μετά την τοποθέτηση τους στις συνεργαζόμενες εταιρίες θα έχουν κάποια δικαιώματα αλλά και κάποιες υποχρεώσεις και προς την ομάδα (οικονομικές) αλλά και προς τα μέλη (προσφορές ανά τακτά χρονικά διαστήματα)
- Online coupons
 - Για να διευρύνουμε τα έσοδά μας και τους χορηγούς μας μπορούμε να εκμεταλλευτούμε ένα site στο οποίο τοποθετούνται από εταιρίες ΕΚΠΤΩΤΙΚΑ ΚΟΥΠΟΝΙΑ.

- Αυτό θα δώσει τεράστια ώθηση στις επαφές που θα γίνουν γιατί θα μπορέσουμε να προσεγγίσουμε εταιρίες οι οποίες δεν θα ενδιαφέρονταν αλλιώς, με αυτόν τον τρόπο θα δουν την προοπτική προβολής των προϊόντων τους σε ένα μεγάλο και δυνητικό κοινό.

- **Κουπόνια σε κινητά**

- Σε κάθε αγώνα, είτε εντός είτε εκτός έδρας, θα στέλνουμε κουπόνια στα μέλη μας και αυτά θα επωφελούνται των εκπτώσεων. Η διαφορά με το Online coupons είναι ότι τα κουπόνια που θα στέλνουμε θα έχουν συγκεκριμένη διάρκεια (1-3 ημέρες)

- **Οθόνες Πλάτης**

- τις οθόνες τις «φοράνε» στην πλάτη τους αγόρια τα οποία γυρίζουν στους εξωτερικούς χώρους του σταδίου, συνήθως συνοδεύονται και από κοπέλες οι οποίες μοιράζουν διαφημιστικά κ.τ.λ..
- Τις οθόνες μπορούμε να τις χρησιμοποιούμε στον περιβάλλοντα χώρο του γηπέδου και να προβάλλουμε μηνύματα και διαγωνισμούς με μετρήσιμα αποτελέσματα των χορηγών
- Οι οθόνες προβάλλουν διαφημιστικά μηνύματα και υποστηρίζουν τα κορίτσια και τα αγόρια εάν θέλουμε να μοιράσουμε και ενημερωτικά ή διαφημιστικά.



- **Ηλεκτρονικές Ταμπέλες**

- Η λογική χρήσης τους είναι 70-30 % (70% η ομάδα)

- **Διαφήμιση με Υπέρηχους σε κινητά**

- Ο «Χορηγός» θα μπορεί να στέλνει μηνύματα στα κινητά όσων βρίσκονται μέσα ή έξω από το γήπεδο (θα υπάρχει ενημερωτικό για να κατεβάσουν την εφαρμογή όσοι δεν την έχουν ήδη εγκατεστημένη στο κινητό τους τηλέφωνο).
- Όλοι θα θέλουν να έχουν την εφαρμογή γιατί με αυτή θα μπορέσουν να προλαμβάνουν προσφορές, δώρα, στατιστικά, κτλ.
- Ένα από τα μεγάλα πλεονεκτήματα της εφαρμογής είναι ότι μπορεί να χρησιμοποιηθεί, κατά περίπτωση, όταν εμείς θέλουμε.
- Επίσης, με την συγκεκριμένη εφαρμογή μπορούμε να «προωθήσουμε» τα μηνύματα μας και βάση γεωγραφικής θέσης. Π.χ. όσοι πλησιάζουν το γήπεδο μπορούν να λαμβάνουν μήνυμα

ή όταν φτάνουν στον αγωνιστικό χώρο των αντιπάλων (βάση γεωγραφικής θέσης) πάλι μπορούν να λαμβάνουν μήνυμα από εμάς ή από τον χορηγό που το επιθυμεί (αυτό σημαίνει αύξηση των εσόδων μας γιατί δεν περιμένουμε έσοδα ΜΟΝΟ όταν παίζουμε εντός έδρας αλλά και εκτός!!!!

- ο Δημιουργία διαγωνισμών κατά την διάρκεια του αγώνα, π.χ. ποιος είναι κατά την γνώμη σας ο καλύτερος παίκτης, κ.α..

- **Mirror and Seat Advertising**

- ο Διαφημιστικά που θα τοποθετούμε στους καθρέπτες των αυτοκινήτων και στα καθίσματα των μοτοσυκλετών κατά την διάρκεια των αγώνων στα αυτοκίνητα και στις μοτοσυκλέτες που θα βρίσκονται γύρω από τον χώρο (εκτός από διαφημιστικό μέσο είναι και μέσο το οποίο μπορεί να χρησιμοποιεί για να προστατεύει το κάθισμα του ο ιδιοκτήτης)
- ο Είναι ένα μέσο το οποίο συνδυαστικά μπορεί να αποφέρει αρκετά μεγάλη προβολή στον διαφημιζόμενο και σημαντικά έσοδα στην ομάδα
- ο Επίσης, μπορούμε να κάνουμε και διαγωνισμούς με αυτούς που τα έχουν, οπότε θα αρχίσουμε να δημιουργούμε ένα ενδιαφέρον για το τι θα ακολουθήσει....

- **Άλλοι πρωτότυποι τρόποι προβολής και εσόδων**

- ο Για να έχουμε μεγάλη προσέλευση στα γήπεδα αυτό που πρέπει να κάνουμε είναι να μετατρέψουμε τον αγώνα σε ΘΕΑΜΑ (όπως κάνουν ομάδες στο NBA με τεράστια επιτυχία) π.χ.
 - Πριν ξεκινήσει ο αγώνας να χαμηλώσουν τα φώτα και
 - να προβάλουμε κάτι στο παρκέ
 - να εισέρχονται οι παίκτες μέσα από μια κουρτίνα καπνού στον οποίο επάνω θα προβάλουμε ότι εμείς θέλουμε
- ο να ταραξουμε τα νερά και να φύγουμε από τους συνηθισμένους τρόπους σταθερής προβολής μέσα στο γήπεδο.

- **Διαγωνισμοί μέσα στο Γήπεδο (κατά την διάρκεια των ημιχρόνων)**

- ο Οι διαγωνισμοί δεν θα είναι συμβατικοί, θα είναι πρωτότυποι και θα έχουν δυνατότητα συμμετοχής όλοι όσοι βρίσκονται μέσα στο γήπεδο. Επίσης, όσοι δεν επιλέγονται να λάβουν μέρος θα χρησιμοποιούν τις προηγμένες υπηρεσίες που θα έχουμε και θα συμμετάσχουν από τις θέσεις τους. Η αλληλεπίδραση θα είναι τεράστια και η συμμετοχή θα ενθουσιάζει τόσο τους οπαδούς και θεατές όσο και τους χορηγούς / διαφημιζόμενους καθώς θα βλέπουν ότι τα λεφτά που δίνουν «πιάνουν» τόπο καθώς το κοινό βλέπει, παρατηρεί και προσέχει τα προϊόντα τους μέσα από τους διαγωνισμούς.

Παραδείγματα διαγωνισμών

- Ποιος παίκτης είναι MVP

- Πιθανό δώρο η μπλούζα του παίκτη με αυτόγραφο
- Κλήρωση με τους αριθμούς των εισιτηρίων
 - Ο τυχερός θα κατεβαίνει στο παρκέ και θα βγάζει φωτογραφία με ΟΛΟΥΣ τους παίκτες
- Με άλλη κλήρωση
 - Ο τυχερός θα «μετακομίζει» και θα κάθεται μαζί με τους παίκτες και τον προπονητή στον πάγκο. Μοναδική και ξεχωριστή εμπειρία.

Συγκριτικά Στοιχεία

Οι ομάδες της φετινής πρώτης τετράδας του πρωταθλήματος είχαν τα κάτωθι αγωνιστικά μπάτζετ (δαπάνη συμβολαίων αθλητών και σταφ) σε σχέση με ΑΕΚ:

ΟΣΦΠ	περίπου 450.000 – 500.000 €
ΦΟΙΝΙΚΑΣ	περίπου 400.000 - 450.000 €
ΕΘΝΙΚΟΣ	περίπου 300.000 - 350.000 €
ΚΗΦΙΣΙΑ	περίπου 250.000 - 280.000 €
ΑΕΚ	190.000 €

Ενημερωτικά Στοιχεία - Λοιπές Υποχρεώσεις

1. Μέχρι την 30.7.2014 υπάρχει εκκρεμούσα οικονομική υποχρέωση προς αθλητές ποσού 75.000 €. Υπόλοιπο Επιχορήγησης ΕΣΑΠ προς καταβολή 25.000 €.
2. Προς αθλητές και προπονητές προηγούμενων περιόδων, προς στους οποίους εκκρεμούν οφειλές (με τελεσίδικες ή μη αποφάσεις), έχουν γίνει ρυθμίσεις επί ύψους οφειλών περίπου 800.000 € (μετά τόκων υπερημερίας και δικαστικών δαπανών). Για τις ρυθμίσεις αυτές απαιτείται ποσό 10.000 € περίπου ανά μήνα επί τριετία. Η δαπάνη αυτή θα επιβαρύνει το Αθλητικό Σωματείο ΑΕΚ
3. Εκκρεμούν εκδικάσεις και άλλων όμοιων υποθέσεων οφειλών περιόδων 2000 έως 2012, την υποχρέωση των οποίων αναλαμβάνει το ΑΣ ΑΕΚ.

Συμπέρασμα Σκοπιμότητας - Βιωσιμότητας

Συμπέρασμα:

Ο σχεδιασμός της ομάδας που αναφέρεται, έχει γίνει με την προοπτική κατάκτησης της κορυφής στην Ελλάδα και συμμετοχής στον Champions League.

Το αγωνιστικό κόστος έχει σχεδιαστεί με σύστημα value for money απόκτησης παικτών. Ενδέχεται η περαιτέρω μείωσή του.

Τα προσδοκώμενα έσοδα, είναι τα ελάχιστα που πιθανολογούνται να προκύψουν, με βάση το momentum της ομάδας και την προοπτική που θα επικοινωνηθεί.