

Markedsføring af SGP-turnering

(Nedenstående systematiske fremgangsmåde kan også bruges ved andre turneringer eller lignende).

Følg gerne denne fremgangsmåde, når du planlægger et SGP-stævne:

1. Lav invitationen i god tid (gerne 2 måneder eller mere inden turneringsdatoen) og opret turneringen på <http://turnering.skak.dk/>
2. Læg invitationen på klubbens egen hjemmeside.
3. Læg invitationen på Hovedkredsens hjemmeside <http://sydjysk-hk.dk/>. Her skal den både lægges på som nyhed/indlæg på forsiden og i kalenderen.

Forudsat, at turneringen er oprettet i turneringssystemet (<http://turnering.skak.dk/>), kan du indsætte direkte link til online-tilmeldingssiden – både på HK-forsiden, i kalenderen og i sæsonoversigten over SGP-turneringer (<http://sydjysk-hk.dk/SGP/?SGPyear=2018>). Det sidste kræver assistance fra Hovedkredsens webmaster Claus Marcussen (webmaster@sydjysk-hk.dk).

4. Send invitationen til formændene for skakklubberne i Hovedkredsen – med opfordring til at orientere medlemmerne. De fleste klubber har en procedure, hvor invitationer lægges på hjemmesiden, mailles til medlemmerne eller printes og fremlægges på klubaftner.
5. Lav opslag på relevante Facebook-sider eller i Facebook-grupper – f.eks. Dansk Skak Union: <https://www.facebook.com/DanskSkakUnion/> eller Skaklogen: <https://www.facebook.com/groups/166262840100118/> eller...
6. Som SGP-arrangør skader det ikke, at man selv deltager i andre SGP-stævner. I så fald kan man printe og uddele invitationer på det stævne, der afholdes forud for ens eget stævne. Her er de mest oplagte interessenter jo til stede.
7. Send invitationen som direct mail til tidligere deltagere (hvis klubben tidligere har arrangeret SGP-stævne). Vær dog opmærksom på det nye persondatadirektiv og lad være med at spamme folk.
8. Gør gerne en særlig indsats for at sikre tilslutning til oprettelse af en skoleskakgruppe. F.eks. ved at sende en særlig invitation til skoleskaglærerne på de lokale skoler.
Ideelt set bør man orientere den lokale skoleskak om hele SGP-sæsonens stævner umiddelbart efter sommerferien, så de sammen med øvrige skoleskakaktiviteter kan indgå i planlægningen på skolerne.
9. Det er særlig vigtigt, at arrangører af sæsonens første SGP-stævner er skarpe på markedsføringen, så flest mulige deltagere fra begyndelsen kommer ind i kampen om Grand Prix points og derved får motivation til at deltage i mindst 4 stævner i løbet af sæsonen.

Lokalpressen:

Benyt også anledningen til generel synliggørelse af den lokale skak ved at informere lokalpressen om arrangementet – både før og efter turneringen. Lav selv en god historie og send den som pressemeddelelse sammen med et par fotos. Tekst og foto (i god opløsning) skal være klar til tryk for at gøre det let for pressen.

Hav altid mailadresser til lokalpressens redaktioner ved hånden. Send pressestof til alle lokale medier (dagblade, ugeaviser, lokalradio...) uden at forvente, at alle trykker det hele hver gang ☺.