**Sport – skuteczny sposób na integrację pracowników i marketing**

**Moda na zdrowy styl życia, uprawianie sportu i bycie w dobrej formie mają się bardzo dobrze i nic nie wskazuje, by miałoby się to zmienić. Coraz bardziej świadomi niewątpliwie pozytywnego wpływu sportu na nasze życie, chętniej jesteśmy w ruchu, znajdując swoją ulubioną formę aktywności fizycznej. Potencjał w uprawieniu sportu zauważają również pracodawcy, coraz częściej wykorzystując go w skutecznym integrowaniu swoich pracowników i utrzymywaniu dobrych relacji w zespole. Jak jednak zrobić to mądrze i nie wywierać presji? I jakie korzyści biznesowe można przy okazji angażowania się w inicjatywy sportowe wynieść?**

**Firmowe drużyny sportowe**

Bardzo popularną dyscypliną, w której odnajduje się zwłaszcza męska część pracowników jest oczywiście piłka nożna. Niezależnie czy kopana na trawie, czy w hali sportowej zyskuje wielu sympatyków i świetnie integruje zespół. Niemniej lubiane są spotkania po godzinach na treningach piłki siatkowej czy koszykówki. Niezależnie jednak od tego, co akurat interesuje pracowników, gra zespołowa, a także aspekt zdrowej rywalizacji między nimi sprzyja frekwencji aktywności po pracy. O tym, jak chętnie pracownicy spotykają się na boisku świadczy fakt, że wiele firm decyduje się na stworzenie oficjalnej reprezentacji, pojawiającej się na turniejach czy meczach towarzyskich..

Dużym zainteresowaniem cieszą się mecze charytatywne, w których do udziału zapraszane są właśnie drużyny firmowe. Oprócz zabawy, ale i rywalizacji, pracownicy grają w szczytnym celu, co często jest największą wartością dla pracowników, mających świadomość swojego wkładu w pomoc potrzebującym. Dla firmy z kolei to doskonała okazja, by pokazać swoje zaangażowanie w działalność dobroczynną i budować wizerunek biznesu odpowiedzialnego społecznie.

**Biegowe reprezentacje**

Chociaż bieganie nie jest typowym sportem zespołowym, to wspólne pokonywanie kilometrów daje dużo satysfakcji i wyzwala endorfiny. Masowe biegi uliczne wpisują się od lat w przestrzeń miejską, przynosząc wiele radości zarówno biegaczom, jak i kibicom. Społeczność biegaczy-amatorów rośnie w oczach, co sprzyja formowaniu się klubów, stowarzyszeń czy nieformalnych grup biegaczy, biegających pod wspólną nazwą czy w określonych strojach.

Podobny trend zauważa się również właśnie w reprezentacjach firmowych, które we własnych obrandowanych koszulkach dają się zauważyć na biegowych trasach. Pojedynczo czy w grupach - biegacze tacy stają się ambasadorami własnej marki, dając pozostałej społeczności znać, że ich firma wspiera aktywność fizyczną.

**Nie warto się ograniczać**

Inwestycja w sport w firmie jest zawsze inwestycją w ludzi, a ta zazwyczaj się zwraca - pracownicy tacy są bardziej zżyci i z miejscem pracy i ze sobą nawzajem. Z tego powodu też nie warto się ograniczać do jednej tylko dyscypliny. Białostocka firma DrTusz od lat wspiera i sama angażuje się w akcje sportowe. *Jako firma mamy swoich reprezentantów w kilku dyscyplinach - jest to piłka nożna i nasz FC DrTusz, mamy też swoich biegaczy w grupie DrTusz Biega, a nawet amatorów piłki błotnej. Regularnie pojawiamy się na biegach ulicznych czy turniejach piłkarskich - nie ograniczamy się ani do ich wielkości ani prestiżu. Pozwalamy po prostu naszym ludziom robić to, co kochają. Zawsze też, kiedy tylko jest okazja promujemy lokalne wydarzenia sportowe, takie jak Grand Prix Zwierzyńca czy Bieg Mikołajkowy i im patronujemy, często z własnej woli włączając się w ich organizację. Mamy w planach również organizację własnych wydarzeń sportowych tak, by mogła wziąć w nich udział lokalna społeczność. Ostatnie nasze przedsięwzięcie to Piłkarski Turniej Charytatywny o Puchar Rudego, w którym firmy swoim udziałem w rozgrywkach wsparły łączną kwotą 10 tys. zł Stowarzyszenie Hattrick, działające na rzecz rozwoju sportu u najmłodszych . Podczas Turnieju zapewniliśmy szereg atrakcji dla kibiców, dzięki czemu impreza zyskała dodatkowo charakter rodzinnego pikniku integrującego środowisko biznesowe i mieszkańców miasta-* opowiada Aneta Zagórska z DrTusza.

Nie jest tajemnicą, że wszelkie działania wspierające pracowników w rozwoju ich sportowych pasji mają znaczenie w realizacji strategii employer brandingowej i ogólnego wizerunku firmy na zewnątrz. Co w sytuacji jednak, gdy firma z różnych względów nie zawsze ma możliwość wykorzystania potencjału samych usportowionych pracowników, a zależy jej na kojarzeniu się z czymś tak pozytywnym, jak zdrowa aktywność fizyczna?

**Sponsor, partner, niekoniecznie uczestnik**

Badania Sponsoring Monitor 2018 ARC Rynek i Opinia wskazują, że już ponad połowa Polaków deklaruje lepszą własna opinię na temat firm, wspierających inicjatywy sportowe niż firm, które nie są z takimi działaniami kojarzone. Marketing oparty w jakiejś mierze na promocji sportu pozwala w łatwy sposób wyeksponować markę, zwłaszcza przy dużych wydarzeniach i zyskać większą sympatię rosnącej społeczności deklarującej aktywność fizyczną.

Oczywiście nie każda firma jest gigantem mogącym wspierać od razu reprezentację kraju czy poszczególnych zawodników, ale nawet w lokalnym ogródku jest miejsce na sponsoring sportowy. Ma to o tyle dużą wartość, że nawet mikro-przedsięwzięcia angażujące część społeczności, dają szansę firmom na jeszcze lepszą integrację z nią w przyjacielskiej i kameralnej atmosferze. Specjaliści dbający o wizerunek lokalnego biznesu powinni więc być na bieżąco z tym, co dzieje wokół, by nie przespać okazji do włączenia się w inicjatywę, która być może zaprocentuje wzrostem rozpoznawalności firmy i ustawi ją w rzędzie z pozostałymi przedstawicielami biznesu, troszczacym się o popularyzacje sportu.

Trwający sezon wiosenny sprzyja ilości imprez sportowych. To dobra okazja, by uzupełnić kalendarz i zaplanować te, w które jako firma chcielibyśmy się zaangażować i ewentualnie wspierać. Korzyści w postaci lepszego samopoczucia i integracji pracowników, a także te związane z działaniami marketingowymi w przypadku zaangażowaniu w sport są natychmiastowe, a co ważniejsze - nie wymagają od przedsiębiorcy prowadzenia firmy o określonym profilu - sport jest demokratyczny i przede wszystkim liczy się w nim dobra zabawa