

Sprawozdanie z działalności Wydziału Marketingu Mazowiecko-Warszawskiego Związku Piłki Siatkowej

Jesień 2025 roku była ważnym momentem dla Wydziału Marketingu Mazowiecko-Warszawskiego Związku Piłki Siatkowej. To właśnie wtedy objąłem funkcję przewodniczącego Wydziału, a sam ten moment można symbolicznie uznać za jego reaktywację. Po okresie mniejszej aktywności na tym polu udało się ponownie rozpocząć działania, które mają realnie wspierać rozwój wizerunkowy oraz promocyjny mazowieckiej siatkówki.

W ostatnich miesiącach jednym z ważniejszych efektów pracy Wydziału było nawiązanie ciekawej współpracy z firmą Vanity Style, operatorem kart sportowych Fit. Dzięki temu członkowie MWZPS oraz ich najbliższe rodziny mogą korzystać ze zniżek przy wstępie na obiekty sportowe. To konkretna wartość dla naszego środowiska i przykład tego, że marketing w sporcie może przekładać się nie tylko na promocję, ale także na praktyczne korzyści dla ludzi tworzących mazowiecką siatkówkę na co dzień.

Wydział Marketingu zaangażował się również w przygotowania do obchodów 100-lecia siatkówki na Mazowszu. Zaprojektowaliśmy i przedstawiliśmy Zarządowi kilka propozycji logotypów jubileuszowych, spośród których wybrano zwycięski projekt. Cieszy nas, że mogliśmy dołożyć swoją cegiełkę do budowania identyfikacji wizualnej tego wyjątkowego jubileuszu.

Istotnym obszarem działań były także przygotowania do Gali 100-lecia. Udało się wynegocjować korzystne warunki wynajmu Centrum Kultury Alternatywy, co stanowi ważny element organizacyjny całego przedsięwzięcia. Równolegle przewodniczący Wydziału oraz osoby, które zadeklarowały chęć wstąpienia do Wydziału, intensywnie pracują od kilku tygodni w Komitecie Organizacyjnym Gali. To pokazuje, że chcemy nie tylko planować, ale także działać i brać odpowiedzialność za konkretne zadania. Nie zwalniamy też tempa w zakresie poszukiwania sponsorów i partnerów, którzy pomogą wynieść uroczystości związane ze 100-leciem siatkówki na Mazowszu na jeszcze wyższy poziom.

W planach na najbliższe miesiące znajdują się przede wszystkim: ścisła i partnerska współpraca z klubami, promocja rozgrywek i wydarzeń organizowanych przez mazowieckie kluby oraz MWZPS, stały rozwój związkowych mediów społecznościowych, a także organizacja kursów i szkoleń dla członków MWZPS z zagadnień przydatnych w codziennej pracy w sporcie, takich jak chociażby budowa wizerunku osobistego, zarządzanie social mediami itp.

Wierzę, że Wydział Marketingu MWZPS będzie konsekwentnie wzmacniał swoją pozycję w środowisku siatkarskim a jego codzienne działania przełożą się na dalszą popularyzację mazowieckiej siatkówki.