Autoprezentacja działalności– jak skutecznie mówić o sobie, sukcesach i partnerstwie



Ivetta Roczek

Rzeszów 2026. Sport z biznesowej perspektywy

Rzeszów 2026 Europejskie Miasto Sportu

rzeszów stolica innowacji

BNI

Business Centre Club

Rada Gospodarcza przy Prezydencie Miasta Rzeszowa


Autoprezentacja to nie
reklama, tylko sposób,
by inni zobaczyli sens
i wartość naszej pracy.

wizerunek sportu w przestrzeni publicznej



promuje zdrowy styl życia



buduje wspólnotę i tożsamość społeczną



kształtuje postawy i wzorce zachowań



wpływa na rozwój gospodarczy i marketingowy



Kształtuje społeczne wartości



Chroni przed patologiami i wypaczeniem idei rywalizacji



BUDOWANIE WIZERUNKU

- Buduje zaufanie
- Zwiększa rozpoznawalność
- Wzmacnia wizerunek lidera lokalnego sportu
- Pomaga w pozyskiwaniu wsparcia I finansowania

Dobre przykłady:

- „Akademia kolarska to nie tylko miejsce treningu – to przestrzeń, gdzie młodzi ludzie uczą się wytrwałości, dyscypliny, odpowiedzialności i szacunku.”
- „W minionym sezonie nasi zawodnicy zdobyli 15 medali w zawodach regionalnych.”
- „Dzięki wsparciu rodziców i sponsorów stworzyliśmy drużynę, z której jesteśmy dumni.”

Typowe błędy w komunikacji organizacji sportowych

Brak konkretów

Dużo robimy
Organizujemy różne imprezy

Jak lepiej?
“W 2025 roku zorganizowaliśmy 12 turniejów z udziałem ponad 800 uczestników”

Zbyt techniczny język

używamy skrótów, żargonu sportowego, którego sponsor czy dziennikarz nie rozumie
np. sempai = trener, motoryka funkcjonalna = poprawa sprawności, koordynacji i zdrowia

Skromność lub nieśmiałość

Fakty to nie przechwałki - to **dowód skuteczności i zaangażowania**.
Zamiast „No, coś tam organizujemy, czasem uda się wygrać jakiś turniej, dzieci chętnie przychodzą…”
lepiej: „W ubiegłym roku nasi zawodnicy zdobyli 6 medali w zawodach wojewódzkich, a w naszych zajęciach uczestniczy ponad 100 dzieci z Rzeszowa i okolic. To dla nas powód do dumy i motywacja do dalszej pracy.”

Typowe błędy w komunikacji organizacji sportowych

Chaotyczny przekaz

brak struktury wypowiedzi, „wszystko naraz”, bez jasnej myśli przewodnie
Zasada: Trzy części wystąpienia: *kim jesteśmy – co osiągnęliśmy – co planujemy dalej – np.”*
„Od 2015 roku prowadzimy klub sportowy dla dzieci i dorosłych.
Co roku organizujemy kilka wydarzeń, a ostatnio rozszerzyliśmy ofertę o zajęcia rodzinne. Wspierają nas lokalne firmy i wolontariusze.”

Brak spójności komunikacji

Zasada: Jedna organizacja – jeden głos.
Nieważne, kto mówi – przekaz musi brzmieć spójnie.
Przykład błędny:

- Na stronie: „Jesteśmy liderem w promocji sportu.”
- W rozmowie: „No, staramy się coś robić.”
- W poście: „Znowu się udało, było fajnie.”

Lepsza wersja:
W każdym kanale ten sam ton i sens:
„Od lat działamy, by mieszkańcy Rzeszowa mieli dostęp do sportu i rekreacji. Łączymy pasję, profesjonalizm i współpracę.”



Autoprezentacja to nie sztuka mówienia o sobie – to sztuka, by inni chcieli o nas mówić dobrze.

Struktura skutecznej autoprezentacji

Kim jesteśmy

misja
wartości
tożsamość organizacji

emocja + cel + wartość

PODIUM – Ultra Styl Życia
Naszym celem jest inspirować do życia w ruchu, z energią i uśmiechem

Co osiągneliśmy

prezentacja sukcesów
i efektów działań

konkret + efekt społeczny

Rzeszów Rockets – co osiągnęliśmy:
Pokazaliśmy, że determinacja i współpraca mogą rozpalić energię całego miasta

Z kim współpracujemy

budowanie
wiarygodności poprzez
partnerów
i sponsorów

„razem robimy coś ważnego”

Czarni Rzeszów – razem gramy o więcej:
Współpracujemy z lokalnymi szkołami, trenerami i samorządem, bo razem tworzymy przestrzeń, w której młodzi ludzie rosną w sile, pasji i fair play.



Jak mówić o sukcesach – język korzyści i faktów

- Sukces w sporcie i organizacji – jak go definiować i komunikować.
- **Język faktów:** liczby, osiągnięcia, zrealizowane projekty, efekty dla społeczności.
- **Język korzyści:** co dane działania przynoszą uczestnikom, partnerom, lokalnej społeczności.
- Jak unikać autopromocji pozbawionej treści – mówienie o wartościach zamiast przechwałek.

Zasada 3 C

Clear - jasno

prosto
zrozumiale
bez skrótów
Bez specjalistycznych terminów

Rzeszowski Klub Wysokogórski
Zdobywamy szczyty – w górach i w życiu.
Od lat wspieramy rozwój wspinaczki w Rzeszowie, szkolimy nowych pasjonatów i reprezentujemy region na najwyższych poziomach sportowych.

Credible - wiarygodnie

fakty
liczby
realne przykłady

Akademia Brazylijskiego Jiujitsu Ralph Gracie Polska
W ciągu ostatnich lat wyszkoliliśmy ponad 200 zawodników w różnym wieku od dzieci po dorosłych pasjonatów sportu walki.
Nasi reprezentanci zdobywali medale Mistrzostw Polski, Pucharów Europy i lokalnych turniejów BJJ.
Prowadzimy regularne treningi w Rzeszowie i współpracujemy z akademiami w całym kraju, rozwijając świadomą, zdyscyplinowaną społeczność opartą na szacunku i technice.

Connected – z odniesieniem do odbiorcy

jako mieszkańca
jako sponsora
jako rodzica
Jako pracodawcę

Zapaśniczy Klub Sportowy Stal Rzeszów
Jesteśmy częścią Rzeszowa – wychowujemy młodych ludzi w duchu sportu, szacunku i wytrwałości.
Twoje dziecko może tu odkryć siłę, pasję i pewność siebie – bo razem budujemy zdrową, aktywną społeczność naszego miasta.

Dobre praktyki

✋ Autentyczność „mów prawdziwie, nie idealnie”

✏️ Prostota „mniej słów, więcej sensu”

💡 Pozytywny ton „pokazuj rozwiązania, nie problemy”

💬 Relacja „każda prezentacja to rozmowa, nie monolog”

Dziękuję

Ivetta Roczek

Tel. 668 128 122

ivetta.roczek.kpw@gmail.com

www.kreatywnaprzestrzenwydarzen.com



Rzeszów 2026 Europejskie Miasto Sportu

rzeszów stolica innowacji

BNI

Business Centre Club

Rada Gospodarcza przy Prezydencie Miasta Rzeszowa