

Supported by



Organized by



OLIMPIJSKI KOMITET BOSNE I HERCEGOVINE

NAPREDNI KURSEVI MENADŽMENTA U SPORTU

GOLDEN MEDAL JACKET

Case Study- Korištenje proizvoda kao strateškog alata za jačanje finansijske i reputacijske pozicije Olimpijskog komiteta Bosne i Hercegovine

SAVEZ KLIZAČKIH SPORTOVA BOSNE I HERCEGOVINE



Elvis Husedžinović
Potpredsjednik

SADRŽAJ:	Strana
1. Uvod	2
2. Problem	2
3. Opis projekta	3-6
4. Implementacija	6-16
5. Zaključak	16
6. Appendix – Izvori i Reference	17

Golden Medal Jacket

Uvod

Olimpijski komitet Bosne i Hercegovine predstavlja krovnu sportsku instituciju u zemlji, odgovornu za promociju olimpijskih vrijednosti, podršku sportistima i razvoj sporta na svim nivoima. Uprkos značajnoj ulozi u društvu i sportskom sistemu, Komitet se već duži period suočava s konstantnim izazovima koji ograničavaju njegov puni potencijal.

Ključni problem odnosi se na nedostatak ili ograničenost finansijskih sredstava potrebnih za razvoj sporta i podršku vrhunskim sportistima. Ova situacija utiče i na pregovaračku poziciju Olimpijskog komiteta prema državnim institucijama i potencijalnim sponzorima, čime se dodatno otežava osiguravanje stabilne i dugoročne podrške.

Pored finansijskog aspekta, prisutna je i potreba za jačanjem ugleda organizacije te njenog uticaja na društvenu zajednicu. Projekat *Golden Medal Jacket* nastaje upravo u ovom kontekstu – kao inovativna inicijativa koja spaja prestiž, sportsku simboliku i marketinški potencijal. On predstavlja pokušaj da se kroz jedinstven proizvod poveća vidljivost Komiteta, poboljša pozicija u odnosima s partnerima i doprinese promociji sporta u Bosni i Hercegovini.

Problem

Olimpijski komitet Bosne i Hercegovine, iako institucija od državnog značaja, suočava se s višestrukim izazovima koji direktno utiču na njegovu sposobnost da podrži sportiste i razvija sportsku infrastrukturu.

Najizraženiji problem je **nedostatak stabilnih i dovoljnih finansijskih sredstava**. Državne institucije često osiguravaju sredstva koja nisu proporcionalna potrebama sporta, dok je privlačenje sponzora otežano zbog ograničenog imidža i nedovoljne prepoznatljivosti Komiteta u širem društvenom kontekstu.

Ovaj finansijski deficit ima nekoliko posljedica:

- smanjene mogućnosti ulaganja u razvoj mladih talenata i podršku vrhunskim sportistima,
- ograničene kapacitete za organizaciju međunarodnih i državnih sportskih događaja,
- slabljenje pregovaračke pozicije Olimpijskog komiteta pred državnim institucijama i privatnim sektorom,
- smanjen društveni uticaj i percepcija važnosti Komiteta kod građana.

Dakle, problem nije samo ekonomske prirode, već i **strateški i reputacijski**. Postoji potreba za inovativnim projektom koji će istovremeno osnažiti finansijsku stabilnost, povećati vidljivost i unaprijediti društveni ugled organizacije. Projekat *Golden Medal Jacket* je zamišljen upravo kao odgovor na ovaj izazov.

Projekat **Golden Medal Jacket** predstavlja inovativnu inicijativu Olimpijskog komiteta Bosne i Hercegovine sa ciljem jačanja finansijske stabilnosti, promocije sportskih vrijednosti i izgradnje snažnijeg društvenog imidža.

Suština projekta je kreiranje i distribucija **ekskluzivne jakne**, dostupne isključivo sportistima koji su osvojili **zlatnu medalju** na domaćim ili međunarodnim takmičenjima. Jakna je zamišljena kao simbol izuzetnosti, ponosa i povezanosti sa olimpijskim vrijednostima.

Ključne karakteristike projekta

1. **Ekskluzivnost** – Jakna nije dostupna široj javnosti, nego samo zlatnim medalistima, čime postaje snažan statusni simbol.
2. **Premium dizajn** – Kombinacija sportskog i svečanog izgleda, uz vizuelne elemente Olimpijskog komiteta BiH, garantuje prepoznatljivost i prestiž.
3. **Brendiranje** – Na jakni će se isticati simboli državnog identiteta, olimpijskih vrijednosti i pobjedničkog duha.
4. **Održivi model finansiranja** – Projekat uključuje komercijalnu komponentu kroz prodaju limitiranih edicija i partnerske saradnje sa sponzorima.
5. **Šira društvena vrijednost** – Nosioi jakni postaju promotori sporta, motivatori mladih generacija i ambasadori olimpijskog duha.

Ključni akteri

Olimpijski komitet BiH – nosilac i koordinator projekta, garant vjerodostojnosti i autentičnosti.

Sportisti – zlatni medalisti – ambasadori i promotori projekta.

Roditelji i porodice sportista – sekundarni korisnici, koji kroz projekat dobijaju dodatno priznanje i ponos.

Sponzori i partneri – ključni u finansijskoj podršci i brendiranju projekta.

Šira javnost – posmatrači i inspirisana publika koja u zlatnim medalistima vidi motivaciju

Strateški značaj

Za sportiste:

Povećanje motivacije i osjećaja postignuća

- Jakna postaje **materijalni simbol uspjeha**, nagrada koja nadilazi medalju.
- Sportisti osjećaju da su **prepoznati i cijenjeni**, ne samo od trenera i saveza, već od **najviše sportske institucije u državi**.

Osjećaj pripadnosti elitnoj zajednici

- Nositi jaknu znači pripadati grupi **najuspješnijih sportista u BiH**, što dodatno jača samopouzdanje i identitet sportiste.
- Jača se veza među sportistima koji su ostvarili slične uspjehe – **stvara se mreža zlatnih sportista**.

Dodatni podsticaj za mlade sportiste

- Mlađi sportisti će vidjeti jaknu kao **konkretni cilj kojem teže** – dodatna motivacija da ostanu u sportu i razvijaju se.

Za roditelje i porodice sportista:

Povećano povjerenje u sistem

- Roditelji vide da napor njihove djece nije nevidljiv – Olimpijski komitet **nagrađuje trud i rezultate**, što pojačava njihovo povjerenje u sportsku strukturu.
- OKBiH se ne doživljava više kao apstraktna institucija, već kao **osobni saveznik razvoja njihove djece**.

Osjećaj sigurnosti i ponosa

- Jakna, kao prestižan i profesionalno realizovan projekat, šalje poruku da su djeca u **sistemu koji prepoznaje izvrsnost i brine o sportistima**.

Za Komitet:

Jačanje pregovaračke pozicije

Projekat **jača pregovaračku poziciju** sa državnim institucijama i sponzorima, pokazuje inovativnost i sposobnost samofinansiranja.

- **Vidljiv i opipljiv simbol rezultata ulaganja u sport**
Jakna postaje **fizički dokaz uspjeha** sportista – rezultat podrške, truda i sistema. Kroz ovu vidljivost, institucijama se pokazuje da ulaganja u sport donose konkretne i prepoznatljive rezultate, što pojačava opravdanost traženja dodatnih sredstava.
- **Kreiranje državnog narativa i ponosa**
Kampanja oko jakne gradi narativ o **zlatnim sportistima kao herojima nacije**, što stvara emocionalni pritisak na institucije da se više identifikuju s uspjesima i pruže veću podršku sistemu koji ih stvara.
- **Mobilizacija sportskih zajednica i saveza**
Uključivanjem sportskih saveza i klubova kao partnera u verifikaciji i distribuciji, Olimpijski komitet jača svoje **liderstvo u sportskom sektoru**, što mu daje veću pregovaračku moć kao krovnoj instituciji.
- **Podrška konceptu „sportske zasluge“**
Institucije često traže projekte koji su mjerljivi i koji imaju jasan društveni efekat. Ovaj projekat predstavlja **direktno priznanje sportskih rezultata**, čime se uklapa u državne i entitetske narative o promociji mladih, zdravlja, i sportskih vrijednosti.
- **Jačanje javne percepcije o ulozi Olimpijskog komiteta**
Ako projekat privuče pažnju medija, javnosti i dijaspore, Olimpijski komitet postaje **vidljiviji i uticajniiji akter**, što stvara pritisak na institucije da ga više podržavaju – jer podrška OKBiH postaje i politički isplativa.
- **Dodatni argument u budžetskim zahtjevima**
Projekat se može koristiti u komunikaciji sa ministarstvima i drugim institucijama kao **primjer inovativnog pristupa promociji sporta**, čime se jača profesionalnost i kredibilitet OKBiH kao korisnika javnih sredstava.
- **Dodatni argument u sponzorskim ponudama i pregovorima sa poslovnim partnerima.**
Rezultati ili opseg projekta, ukazujući na veličinu tržišta, mogu se koristiti u pregovorima sa poslovnim partnerima, sponzorima, dobavljačima sportske opreme i slično.

Pozitivna percepcija

- **Bliskost i ljudsko lice institucije**

Kroz ovakav projekat, OKBiH izlazi iz formalnih okvira i pokazuje **empatiju, pažnju i poštovanje prema pojedincima**. Sportisti i roditelji doživljavaju Komitet kao **instituciju koja slavi, ne samo reprezentativce, nego svakog zlatnog sportistu**, bez obzira na veličinu sporta ili nivo.

- **Uloga zaštitnika sportskih vrijednosti**

Percepcija OKBiH se pomjera od administrativnog tijela ka **čuvaru sportskih ideala** – poštenje, rad, upornost, domovina.

Za društvo:

Inspiracija i uzor novim generacijama

- **Vizuelni simbol uspjeha.** Nosioi jakne postaju **hodajući dokaz da se trud i rad isplate**. Kada ih vide u školi, na takmičenju, treningu ili ulici, mladi ljudi dobijaju konkretan, opipljiv cilj – da i oni jednog dana zasluže istu jaknu.
- **Heroji iz komšiluka.** Jaknu ne nose samo globalne zvijezde, već i lokalni prvaci. Djeca i omladina shvataju da **veliki uspjeh dolazi iz njihovog okruženja, što ruši barijere** i čini sport dostupnijim i bližim.

Jačanje sportskog duha i vrijednosti

- Promocija pozitivnih vrijednosti. Zlatna jakna ne simbolizira samo pobjedu, već i disciplinu, upornost, poštovanje i čestitost. Nosioi postaju ambasadori ovih vrijednosti u svom društvenom i sportskom okruženju.
- Prevencija negativnih pojavaPromocija pozitivnih uzora kroz jaknu može pomoći u borbi protiv odustajanja od sporta, negativnog takmičenja i demotivacije, posebno kod adolescenata.

Kreiranje nove sportske kulture

- Statusni simbol unutar sporta. Jakna postaje simbol prestiža – mladi sportisti žele da je zasluže, treneri je ističu kao nagradu, klubovi je promovišu kao primjer. To stvara novu, zdravu kulturu priznanja.
- Aktiviranje zajednice. Škole, lokalni mediji, klubovi – svi žele predstaviti „svoje“ nosioce jakni. To pokreće priče o uspjehu, daje vidljivost sportistima, ali i motiviše zajednicu da više ulaže u sport.

Pozitivno djelovanje na roditelje i donosioca odluka

- Roditelji djece koja tek počinju sport doživljavaju jaknu kao siguran znak da sistem vrednuje trud – spremniji su da podrže sportsku karijeru svoje djece.
- Lokalni **donosioci odluka** (općine, škole, sponzori) lakše se identifikuju s konkretnim uspjesima, što može dovesti do **pojačanog ulaganja** u sportsku infrastrukturu i programe.

Za institucije, privredu i sponzore:

- Povezivanje brenda s **prestižem, pobjedama i društveno odgovornim djelovanjem**
- Povezivanje brenda sa **po broju najvećom zajednicom ljudi u BiH**, okupljenih oko istih ciljeva i interesa

Primjeri dobre prakse (paralela)

- **Kanada – “Hall of Fame Jackets”:** Jakne se dodjeljuju sportistima koji uđu u sportsku Kuću slavnih, i imaju status prestižnog simbola.
- **SAD – univerzitetske varsity jakne:** Simbol pripadnosti i uspjeha, motivišu mlade da budu dio elite.

- **Evropske zemlje:** Limitirane kolekcije sportske opreme korištene su kao fundraising alati i ambadorski programi.

Plan implementacije Golden Medal Jacket

1. Vremenski okvir

Ukupno trajanje implementacije: **12 mjeseci (1 godina)**

- **Faza 1 – Priprema i planiranje:** 2 mjeseca
- **Faza 2 – Dizajn i proizvodnja prve serije:** 3 mjeseca
- **Faza 3 – Razvoj platforme i AI sistema:** paralelno sa fazom 2 (3 mjeseca)
- **Faza 4 – Marketinška kampanja i lansiranje:** 2 mjeseca
- **Faza 5 – Evaluacija i proširenje:** nakon 12 mjeseci

2. Ključni koraci i odgovorne osobe

Faza	Aktivnosti	Odgovorni tim/osobe
Priprema	Definisanje projektnog tima, ugovor sa OK BiH, izrada detaljnog budžeta	Projektni menadžer + Predstavnik OK BiH
Dizajn & Proizvodnja	Finalizacija dizajna, odabir materijala, pilot serija (50 jakni), masovna proizvodnja	Dizajner proizvoda + Koordinator proizvodnje
IT & AI razvoj	Kreiranje e-commerce platforme, AI verifikacija medalja, integracija plaćanja	IT stručnjak + AI specijalista
Marketing & PR	Izrada promotivnih videa, kampanja na društvenim mrežama, partnerstva	Marketing menadžer + Community menadžer
Distribucija	Organizacija dostave, pakovanje, personalizacija etiketa	Logistički menadžer
Evaluacija	Analiza rezultata, feedback sportista, izvještaj za OK BiH i sponzore	Finansijski menadžer + Projektni menadžer

3. Budžet (procjena prve godine)

Stavka	Procjena (BAM)
Proizvodnja (300 jakni)	20,000
IT & AI razvoj	8,000

Stavka	Procjena (BAM)
Marketing i PR	6,000
Logistika i dostava	4,000
Administracija i HR	3,000
UKUPNO	41,000

4. Potrebni resursi

- **Ljudski resursi:** multidisciplinarni tim (menadžment, dizajn, IT, marketing, logistika).
- **Tehnički resursi:** e-commerce platforma, AI sistem, grafički i video alati.
- **Materijalni resursi:** jakne premium kvaliteta, brendirani certifikati.
- **Finansijski resursi:** početni budžet (investicija/sponzorstvo) ~ 41,000 BAM.

5. Izazovi i rješenja

- **Izazov: Ograničeno tržište (samo zlatni sportisti).**
Rješenje: uključiti sve kategorije (juniorski, seniorski, timski sportovi) + dijaspora.
- **Izazov: Visoki troškovi prve proizvodnje.**
Rješenje: pilot serija + pregovori s proizvođačima za popust na količinu.
- **Izazov: Verifikacija medalja.**
Rješenje: kombinacija AI sistema i potvrda sportskih saveza.
- **Izazov: Vidljivost i interes.**
Rješenje: storytelling kampanje sportista, PR kroz događaje

Faza 1 – Priprema i planiranje:

Definisanje projektnog tima, ugovor sa OK BiH, izrada detaljnog budžeta

1. Ključne uloge i odgovornosti

Menadžment i strateško vođenje

- **Projektni menadžer**
 - Koordinacija svih aktivnosti, planiranje i kontrola realizacije.
 - Odgovornost za budžet, rokove i pregovore sa partnerima.
- **Predstavnik Olimpijskog komiteta BiH**
 - Osigurava legitimitet i formalnu povezanost s OK BiH.
 - Predstavlja projekat u pregovorima s državnim institucijama i sponzorima.

Kreativa i branding

- **Dizajner proizvoda (tekstil & fashion)**
 - Razvoj dizajna jakne (sportska, premium, svečana).
 - Saradnja s proizvođačem tekstila i šivačkim pogonima.
- **Grafički dizajner**
 - Izrada logotipa, vizualnog identiteta, promotivnih materijala i certifikata.

Operativni tim

- **Koordinator za proizvodnju**
 - Kontakt sa dobavljačima i šivaonicama.
 - Kontrola kvaliteta, brendiranje, pakovanje.
- **Logistički menadžer**
 - Distribucija jakni sportistima u zemlji i inostranstvu.
 - Rješavanje pitanja carina, dostave i praćenja pošiljki.

Marketing i promocija

- **Marketing menadžer**
 - Izrada i sprovođenje marketinške kampanje.
 - Upravljanje društvenim mrežama, web-stranicom i PR-om.
- **Community menadžer**
 - Komunikacija sa sportistima i roditeljima.
 - Organizacija promocija (unboxing, priče sportista, video kampanje).

IT i AI razvoj

- **IT stručnjak za web platformu**
 - Razvoj e-commerce stranice.
 - Održavanje sigurnosti i baze podataka.
- **AI specijalista**
 - Implementacija sistema za verifikaciju osvojenih medalja.
 - Personalizacija korisničkog iskustva na platformi.

Finansije i administracija

- **Finansijski menadžer**
 - Planiranje troškova, praćenje prihoda i dobiti.
 - Priprema izvještaja za Olimpijski komitet i sponzore.
- **Administrativni asistent**
 - Dokumentacija, ugovori, fakture, evidencija kupaca.

2. Model angažmana – HR Tim - dijagram

- Jezgro tima = stalni angažman (menadžment, finansije, IT, marketing).
- Kreativa i logistika = projektni angažman (po ugovoru).
- Podrška OK BiH = institucionalni partner (ne mora biti stalno zaposlen).

Jezgro tima (stalni angažman)

- Menadžment
- Finansije
- IT
- Marketing

(stalno prisutni, osnovni stub projekta)

Kreativa i logistika (projektni angažman)

- Dizajn i brending
- Event menadžment
- Produkcija sadržaja
- Distribucija i logistika

(fleksibilni saradnici po ugovoru)

Podrška OK BiH (institucionalni partner)

- Strateška podrška
- Pregovaračka moć
- Povezivanje sa sportistima i savezima



3. Plan rasta prodaje

Predstavljeni **model rasta prodaje** „Golden Medal Jacket“ zasniva se na iskustvu sličnog projekta Američkog klizačkog saveza (US Figure Skating – USFS), koji već dugi niz godina provodi program nagrađivanja svojih zlatnih medalista kroz posebnu „Gold Medalist Jacket“. Kao osnovni izvor korišteni su javno dostupni finansijski podaci iz Form 990 izvještaja USFS-a, uz pretpostavke koje odražavaju realne oscilacije na tržištu.

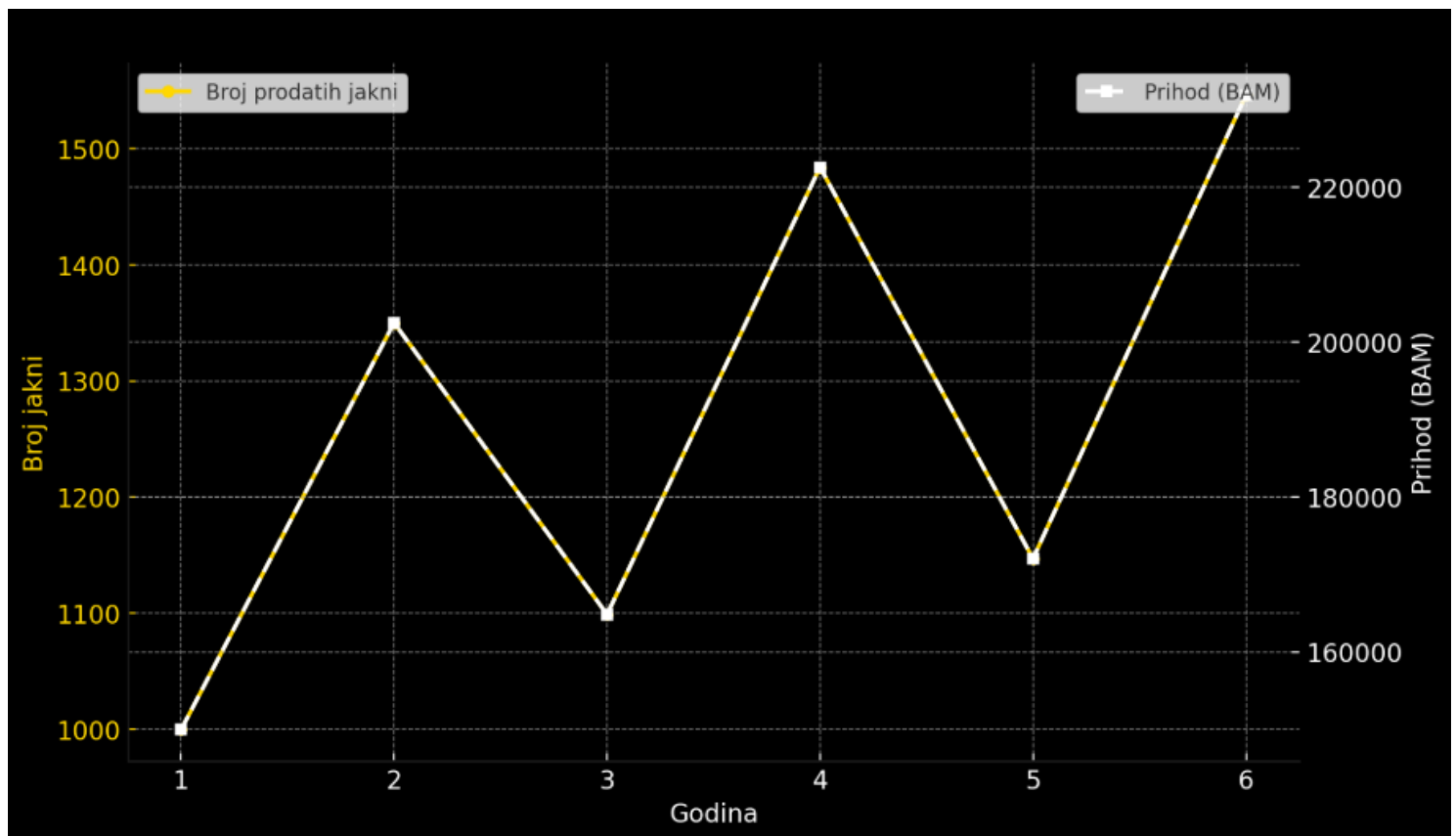
Model je konstruisan kao **pesimističan scenario**, s namjerom da pokaže donju granicu očekivanog rasta i da ostane konzervativan u planiranju. Polazi se od prodaje 1.000 jakni u prvoj godini (u slučaju USFS 1500), uz:

- **Osnovni rast od 5% godišnje** (popularnost i organsko širenje zajednice);
- **Olimpijski efekt od 20%** i dodatnih **10% zbog redizajna** u svakoj olimpijskoj godini (2., 4. i 6. godina);
- **Post-olimpijski pad od 22,7%**, koji je izveden iz USFS-ovih kretanja prihoda nakon velikih takmičarskih ciklusa, ali uz ublažavanje kroz 5% stalnog rasta.

Rezultati pokazuju da se prodaja kreće od 1.000 jakni u prvoj godini do 1.599 u šestoj godini, uz ukupno **7.632 prodane jedinice i prihod od oko 1,14 miliona BAM u šestogodišnjem periodu.**

Ovaj scenario ukazuje na to da bi projekat, čak i u konzervativnim okolnostima, mogao imati **stabilan i održiv rast**, pri čemu **olimpijske godine** ostaju **ključni generatori potražnje**. Također, pokazuje da usponi i padovi prodaje nisu prijetnja dugoročnoj održivosti, već prirodan ciklus vezan za sportski kalendar i pažnju javnosti.

Anegdotski signali (forumi, Reddit, klubovi) pokazuju da je jakna često **tražen proizvod** i da se ponekad rasproda (restock, „sold out“ komentari), što sugerira solidnu potražnju, ali to nisu strogo kvantitativni podaci.



Faza 2 – Dizajn i proizvodnja prve serije

Jakna

Na osnovu ciljeva projekta odabrati i dizajnirati proizvod. To bi bila **high-end Golden Medal Jacket** sa premium materijalima, zlatnim detaljima i personalizacijom, ekskluzivna sportska jakna dostupna isključivo sportistima koji su osvojili zlatnu medalju (bilo koji sport, nivo ili kategorija). Simbol prestiža, upornosti i državnog ponosa. Na unutrašnjoj etiketi nalazi se personalizovani detalj i potpis predsjednika Olimpijskog komiteta.

Pakiranje



Pakiranje, ekskluzivno, u skladu sa proizvodom, ciljevima i vizijom projekta.



Etiketa sa porukom i potpisom

Više od marketinškog detalja – snažna izjava o identitetu, autentičnosti i pripadnosti, slična potpisu na medalji, pasošu ili dresu reprezentacije.

Potpis predsjednika

- **Značaj za nosica jakne**
Zvanično priznanje i podrška - Potpis predsjednika komiteta označava da je jakna **zvanično odobrena** kao dio **reprezentativne opreme**, simbol **povezanosti s olimpijskim duhom i državnim timom**. To bi nosilo poruku: "Ovo nije obična jakna — ovo je dio tima."

Garancija kvaliteta i autentičnosti - Poput potpisa guvernera na novčanici, potpis predsjednika olimpijskog komiteta bi garantovao da je proizvod **originalan**, ne falsifikat, signalizirao da jakna ispunjava određene **standardne kvaliteta i dizajna** (npr. u skladu s nacionalnom reprezentacijom ili olimpijskim vrijednostima).

Simbol ponosa i državnog identiteta - Takav potpis može simbolizovati **povezanost**

sportista i navijača s državom, **motivaciju** i **čast** da se bude dio zajednice koja predstavlja zemlju na međunarodnoj sceni.

Limitirana ili posebna serija - Ako je etiketa personalizovana i potpisana može ukazivati na **limitiranu seriju** ili **poseban model**, dodaje **ekskluzivnost** i **kolekcionarsku vrijednost** sportskoj opremi.

- **Značaj za instituciju i predsjednika, prihvatanje i jačanje njegovog položaja:**

Jača percepciju predsjednika kao prisutnog, odgovornog i povezanog sa sportistima i građanima, te bi indirektno povećao ugled i legitimitet cijele institucije nacionalnog olimpijskog komiteta na sljedeće načine

1. Vidljivost i prisutnost

Potpis na etiketi stavlja **lični pečat predsjednika** na proizvod koji se **direktno koristi i nosi među sportistima, navijačima i građanima**.

Time se **institucija komiteta personalizuje** i postaje **vidljiva u svakodnevnom životu**.

Ljudi ne doživljavaju više "komitet kao apstrakciju", već konkretnu osobu koja "stoji iza" državnog sporta.

2. Jačanje povjerenja

Potpis simbolizira **odgovornost i garant** kvaliteta i vrijednosti.

To stvara osjećaj da predsjednik **lično stoji iza sportista, njihove opreme i vrijednosti koje ona nosi**.

Slično kao što potpis na diplomi potvrđuje ozbiljnost škole, potpis na opremi podiže značaj komiteta.

3. Liderstvo i inspiracija

Poruka i potpis djeluju **inspirativno**, posebno za mlade sportiste.

Pokazuje da predsjednik **nije izolovan birokrata**, već **lider uključen u simboliku i motivaciju sportskog pokreta**.

4. Institucionalni prestiž

Ovakav potez komunicira javnosti da **Olimpijski komitet ima jasan identitet, vrijednosti i poruke**.

Povezuje predsjednika s pojmovima kao što su **čast, olimpizam, integritet, ponos i nacionalna reprezentacija**.

5. Suptilan oblik "državnog brendiranja"

Ako etiketa s potpisom postane standardna na opremi reprezentacije ili u prodaji, postaje **alat promocije komiteta i države**, bez političkog naboja.

Inspirativna poruka

Uz potpis može stajati i kratka poruka (npr. "*Ovo nije samo tkanina. Ovo snaga tvojih snova, tvoje upornosti i tvoje zemlje.*"), što dodatno **pojačava emocionalnu povezanost** korisnika s olimpijskim timom, podstiče **sportske vrijednosti** kao što su čast, trud i zajedništvo.

Certifikat u pakovanju

Njegovo značenje i efekat bbi bili višedimenzionalni. Takav certifikat ne bi bio samo „papir u pakovanju“, nego **spoj priznanja, lične vrijednosti i marketinškog alata**, koji povezuje sportistu, Olimpijski komitet i širu zajednicu u jednu snažnu priču.



- **Personalizacija i emotivna vrijednost**

Rubrike „ova jakna pripada ____“ i „zaslužena osvajanjem zlatne medalje u ____“ čine da sportista osjeća jaknu kao **unikatno priznanje**, a ne samo proizvod. Time se jača emocionalna povezanost sa Olimpijskim komitetom i samim projektom.

- **Zvanična potvrda i prestiž**

Poruka predsjednika OK BiH daje certifikatu karakter **službenog dokumenta**, koji nosi težinu institucije i simboliku državnog priznanja. Time se dodatno naglašava važnost dostignuća sportiste i ugled organizacije.

- **Aktivacija kroz digitalni marketing**

Upute za dijeljenje videa prilikom unboxinga sa hashtagovima **#bholympicfamily** i **#goldenmedalistjacket**:

- motivišu sportiste da sami postanu promotori projekta,
- kreiraju **organski sadržaj** na društvenim mrežama,
- šire vidljivost projekta bez dodatnih troškova marketinga.

- **Društveni i inspirativni efekat**

Objave sportista i roditelja kreiraju **lanac inspiracije** – mladi sportisti i javnost vide da se trud nagrađuje, što jača motivaciju da se bave sportom. Certifikat postaje **simbol vrijednosti sporta i zajedništva**.

Faza 3- Razvoj platforme i AI sistema

Za prodaju ekskluzivne jakne poput Golden Medal Jacket, idealna platforma treba da omogućiti:

- profesionalan izgled brenda,
- personalizaciju kupovine (npr. unos podataka o medalji),
- provjeru kvalifikacije kupca (da je zaista zlatni medaljista),
- AI integraciju za preporuke, automatizaciju i korisničku podršku.

1. STRUKTURA PRODAVNICE

Ključne stranice:

- **Početna:** inspirativna poruka („Dizajnirano snovima, satkano trdom.“)
- **O jakni:** detalji o materijalu, simbolici, etiketi sa potpisom predsjednika NOC-a.
- **Kvalifikuj se:** unos podataka - AI provjera (sport, takmičenje, medalja)
- **Kupovina i personalizacija:** samo za verifikovane korisnike (npr. unos imena, datuma osvajanja, sporta)
- **Kontakt / podrška:** AI chatbot + kontakt forma

2. AI FUNKCIONALNOSTI

AI #1 – Verifikacija kupca (kvalifikacija)

- Kroz formu: ime, sport, takmičenje, datum
- OpenAI API upoređuje s bazom poznatih događaja (ili ručno unesenih)
- Kupac dobija: “Kvalifikovani ste za kupovinu”

AI #2 – Chatbot podrška

- Shopify Chat + integracija sa GPT (npr. preko Tidio, Heyday)
- “Ko može kupiti jaknu?”, “Koji je materijal?”, “Kako da unesem medalju?”

AI #3 – Personalizacija etikete

- Unosi se ime sportiste, disciplina, godina
- AI generiše čestitku i tekst za štampu na etiketi (“Na današnji dan, snagom svoje volje i truda...”)

3. TEHNIČKA INTEGRACIJA

Element	Rješenje / Plugin
Shopify platforma	shopify.com
AI integracija	Tidio AI chatbot, Zapier + OpenAI API
Verifikacija kupca	Custom form + Zapier/Make
Personalizacija	Shopify Product Personalizer (plugin)
Plaćanja	Kartica / PayPal / lokalne opcije
Dostava	Pošta

Faza 4 – Marketinška kampanja i lansiranje

1. Ciljna grupa

- Sportisti svih uzrasta koji su osvojili zlatnu medalju
- Treneri i roditelji (kao poklon)
- Sportske federacije (kolektivne narudžbe)

2. Jedinstvena vrijednost proizvoda koji prodajemo(UVP)

„Ovo nije samo tkanina. Ovo snaga tvojih snova, tvoje upornosti i tvoje zemlje.“

3. Kanali promocije

Kanal	Aktivnosti
Web platforma	Ekskluzivna e-commerce stranica sa AI verifikacijom medalja
Društvene mreže	Instagram, TikTok, YouTube Shorts: priče zlatnih sportista
Partnerstva	NOC, sportski savezi, škole sporta, klubovi
Mediji	Pojavljivanje u emisijama, sportskim portalima, podcastima
Događaji	Ceremonije, kampanje na Danima sporta, World Ice Skating Day itd.

4. Promotivni alati

- Kratki video: „Ovo nije samo tkanina...“
- Zlatni certifikat sa imenom sportiste
- Unboxing kampanje (video + društvene mreže)
- Newsletter za zlatne članove

5. Sponzorstva

Za prvu godinu (+1 zbog redizajniranja nakon 2 godine – bit će objašnjeno u planu rasta), **fokus na jednog državnog sponzora sa jakim imidžom** (npr. BH Telecom, ASA Osiguranje), s jasno dogovorenim pozicijom brenda na jakni (etiketa, rukav, pakovanje) i **pravima na zajednički marketing**.

Prednost samo jednog sponzora

Ekskluzivnost i prestiž - Sponzoru se daje status *jedinog* partnera, što povećava vrijednost i atraktivnost njihovog brenda. Projekat dobija na ozbiljnosti jer pokazuje da si privukao velikog i posvećenog partnera.

Jednostavnija komunikacija i pregovori - Radimo samo s jednom kompanijom, lakše je pregovarati, donositi odluke i usklađivati marketinške aktivnosti. Nema konflikta interesa među različitim sponzorima.

Veći finansijski paket po partneru - Pošto dobija ekskluzivitet, sponzor je spremniji dati *veći iznos* jer zna da neće dijeliti prostor s drugima.

Snažnija povezanost brenda s projektom - Sponzor se poistovječuje sa „Golden Medal Jacket“ i s vremenom to postaje prepoznatljivo partnerstvo. Marketinške kampanje su usmjerene i snažno povezane s jednim brendom (veći uticaj na publiku).

Konzistentnost u dizajnu i brendiranju - Samo jedan logo na jakni, pakovanju i promotivnim materijalima, čist, premium i nenatran dizajn.

Brža realizacija projekta - Manje vremena se troši na traženje više sponzora, pravljenje ugovora i usklađivanje različitih zahtjeva.

Prednost ZA samo jednog sponzora

Ekskluzivitet i prestiž - Njihov brend je *jedini* vezan uz projekat, bez konkurencije. Stiču status strateškog partnera vezanog za sport, olimpijske vrijednosti i pobjednike.

Visoka vidljivost - Logo i ime sponzora prisutni su na jakni (ili pratećim materijalima), promotivnim kampanjama, press konferencijama i eCommerce platformi. Svaka komunikacija o jakni direktno povezuje njihov brend s pričom o uspjehu i zlatnim medaljama.

Snažna emocionalna povezanost - Projekat je simbol „pobjede, truda i zlata“, sponzor se vezuje za inspirativne vrijednosti koje publika emotivno prihvata. To stvara pozitivnu percepciju brenda, jaču od klasične reklame.

Premium pozicioniranje brenda - Kako je jakna ekskluzivan proizvod, i sponzor dobija auru premium partnera. Njihov brend se poistovječuje s kvalitetom, luksuzom i sportskim uspjehom.

Marketinške aktivacije - Sponzor može koristiti priču i vizuale jakne u svojim reklamnim kampanjama. Mogu organizovati evente, nagradne igre ili VIP poklone koristeći jaknu (npr. pokloniti ambasadorima, sportistima, partnerima).

Mogućnost dugoročnog partnerstva - Ako projekat zaživi i raste, sponzor već ima „pravo prvenstva“ za nastavak saradnje. Time osigurava sebi dugoročnu povezanost s jaknom i sportskim uspjesima u zemlji.

Društvena odgovornost (CSR) - Sponzor se povezuje sa sportom, mladima i promocijom državnih vrijednosti, to je jaka poruka u njihovim CSR izvještajima i PR kampanjama.

Faza 5 – Evaluacija i proširenje

U ovoj fazi provodi se sveobuhvatna evaluacija prethodnih aktivnosti kroz analizu prodajnih rezultata, marketinških kampanja i medijskog dosega, kao i kroz prikupljanje povratnih informacija ključnih dionika (sportista, sponzora, partnera i javnosti). Na osnovu nalaza izrađuju se preporuke za unapređenje proizvoda, komunikacijskih strategija i distribucijskih kanala. Takođe, planira se proširenje projekta putem novih partnerskih saradnji, optimizacije prodajnih procesa i pripreme za naredni promotivni ciklus, čime se osigurava dugoročna održivost i rast projekta.

Projekat *Golden Medal Jacket* predstavlja inovativan spoj sportskog priznanja i strateškog alata za jačanje finansijske i reputacijske pozicije Olimpijskog komiteta Bosne i Hercegovine. On nudi jasne koristi za sportiste, organizaciju i društvo: povećanje prihoda, podizanje ugleda i inspiraciju novih generacija sportista. Kroz pažljivo osmišljene elemente – od same jakne, preko premium pakovanja, knjižice i sertifikata, do digitalnih kampanja – projekat gradi jedinstvenu priču koja povezuje emociju, prestiž i tržišne principe.

Ključna poruka ovog case study-a jeste da se teorijska znanja iz menadžmenta, marketinga i strategije mogu uspješno primijeniti u praksi kroz kreativne projekte koji prevazilaze tradicionalne okvire sportske administracije. Primjenom inovativnog pristupa moguće je stvoriti nove izvore prihoda, ojačati pregovaračku moć u odnosu na institucije i sponzore, te izgraditi dugoročan simbol koji motiviše i povezuje sportsku zajednicu.

Profesionalno i reflektivno, ovaj projekat pokazuje da i u uslovima ograničenih resursa sportske institucije mogu razviti rješenja koja donose dugoročnu vrijednost. Kada se kreativnost i strateško planiranje spoje, rezultati prevazilaze sam proizvod – oni postaju pokretač promjena i katalizator razvoja sporta u cijeloj zemlji. *Golden Medal Jacket* je stoga mnogo više od komada odjeće: to je vizija kako sport može postati nosilac društvenog ugleda, ponosa i zajedničke budućnosti

Appendix – Izvori i Reference

U pripremi ovog plana korišteni su sljedeći izvori informacija i materijala:

1. U.S. Figure Skating (USFS)

Referenca za model rasta i koncept ekskluzivnog proizvoda.

2. IRS Form 990 – U.S. Figure Skating

Javni finansijski izvještaji dostupni putem ProPublica Nonprofit Explorer i GuideStar.

Korišteni za analizu prihoda od merchandise prodaje i oblikovanje pesimističnog scenarija.

3. Studije slučaja rasta premium sportskih i modnih brendova

SCUBE Marketing – primjer premium cashmere branda (rast prihoda +108%).

Pixated Agency – primjer premium fashion branda (rast konverzija ~39%).

Schott NYC – premium odjeća, rast prihoda na marketplace-ima +107%.

4. Tržišni podaci

Statista i IBISWorld – projekcije rasta tržišta sportske opreme i eCommerce segmenta.

5. Forumi, Reddit, klubovi - reakcije tržišta, povratne informacije kupaca

6. Vizualni i planski materijali (generisani u AI dizajnu)