



*dinamovo
proljeće*

PLAN RADA

VIZIJA DINAMOVOG PROLJEĆA

Otvoren Klub koji pripada svojim članovima.

Moderan, transparentan i uspješan Klub na terenu i u poslovanju.

Klub koji njeguje građansku kulturu te zagrebački i hrvatski identitet.



DUBINSKA ANALIZA
POSLOVANJA

REZULTATSKA
IZVRSNOST

ČLANOVI KAO
TEMELJ USPJEHA
KLUBA

NOVI STADION I
TRENING KAMP

OMLADINSKA
ŠKOLA:
BUDUĆNOST I
IDENTITET

NEMA VEĆEG
KLUBA OD DINAMA

UČINKOVITA I
DJELOTVORNA
ORGANIZACIJA
KLUBA

DINAMO KAO
GLOBALNI BRAND

ODGOVORNE I
ODRŽIVE FINACIJE

PARTICIPACIJA I
SURADNJA S
ORGANIZACIJAMA I
INSTITUCIJAMA

DRUŠTVENO-
ODGOVORNO
POSLOVANJE



0. NULTA TOČKA – DUBINSKA ANALIZA

*dinamovo
proljeće*

Dubinska analiza cjelokupnog poslovanja i poslovnih procesa s naglaskom na pravni, financijski, porezni, organizacijski i tehnički status poslovanja Kluba te povezanih poduzeća. Analiza se prema potrebi provodi u suradnji s afirmiranim vanjskim tvrtkama.

0.1. Operativno dubinsko snimanje

- Provesti projekt redizajna koji će obuhvaćati, prije svega, određenje trenutnog stanja organizacijske sposobnosti, determiniranje budućeg, željenog stanja te određivanje ključnih elemenata savladavanja jaza sposobnosti iz perspektive mehanizama korporativnog upravljanja.
- Neki od ključnih elemenata organizacijskog redizajna bi obuhvaćali – provjeru dinamičkih sposobnosti organizacije, definiranje strategije dizajna, određivanje jasne organizacijske strukture usklađene s ciljevima Kluba, dizajn sustava upravljanja s jasnim linijama odgovornosti i ovlasti te međusobnim vezama među organizacijskim jedinicama.
- Oblikovanje ključnih poslovnih procesa i definiranje tehnologije rada.

0.2. Tehničko dubinsko snimanje

- Analiza ključnih parametara unutarne i vanjske tehničke okoline.
- Identifikacija stanja, prostora za unaprjeđenje i rizika.
- Oblikovanje organizacijskih jedinica po svim razinama organizacijske strukture.
- Proces optimizacije organizacijskih resursa i njihova adekvatna alokacija u skladu sa strategijom Kluba.
- Kreiranje različitih centara odgovornosti i definiranje ključnih elemenata interne ekonomije.
- Analiza postojećih politika, procedura, alata, opreme i stupnja digitalizacije pojedinih dijelova organizacije.

0.3. Financijsko dubinsko snimanje

- Analiza imovine, obveza, potraživanja, dugovanja te pravnog i poreznog statusa Kluba.
- Analizu dostupnih financijskih izvještaja: detaljno pregledavanje bilance, računa dobiti i gubitka te izvještaja o novčanim tokovima.
- Uključuje i istraživanje menadžmenta, financijskih informacija, obveza po zajmovima, kreditima, hipotekama i drugim financijskim obvezama, hitno podmirenje poreznih davanja i njihovo reguliranje te istraživanje svih vrsta sklopljenih ugovora s financijskom obvezom.
- Analizu prihoda: istraživanje stabilnosti i održivosti raznih kategorija prihoda.
- Proučavanje ključnih ugovora sa svima u lancu stvaranja vrijednosti, plaća, bonusa, trajanja ugovora i otpremnina.

1. REZULTATSKA IZVRSNOST

*dinamovo
proljeće*

Svake godine cilj je osvajanje prvog mjesta u HNL-u, igranje u jednom od europskih klupskih natjecanja te redovito Dinamovo proljeće u Europi.

1.1. GNK Dinamo kao centar rezultatske izvrsnosti

- Reformom klupskih natjecanja UEFA-e od 2024. godine osvajanje naslova prvaka još je važnije nego dosad zbog većih financijskih nagrada.
- Glavni cilj svake godine je osvajanje HNL-a.
- Mentalitet kluba prvaka se mora njegovati u svim uzrastima omladinske škole.

1.2. Prepoznatljiv klub u Europi uz redovito Dinamovo proljeće

- Redovito igranje klupskih natjecanja UEFA-e.
- Redovito Dinamovo proljeće u Europi.
- Redovito igranje mladih uzrasta u Europi zbog stjecanja neophodnog iskustva.

1.3. Definiranje sportske strategije

- Pronalazak i strukturiranje jakog sportskog segmenta kroz člana Uprave za sport ili sportskog direktora.
- Rezultatska odgovornost: ugovori sa sportskim direktorom ili trenerom s jasnim i preciznim ciljevima postavljenim od Kluba.



2. ČLANOVI KAO TEMELJ USPJEHA KLUBA

*dinamovo
proljeće*

Razvijanje identiteta članskog kluba: članovi kao izvor podrške i ljubavi prema Klubu te prihoda, informacija i kadrova za tijela Kluba.

2.1. Daljnje razvijanje demokratskih procesa

- Čuvanje članskih prava propisanih Statutom, promovirati te članove o njima informirati i educirati preko svih komunikacijskih kanala Kluba.
- Aktivno razmatranje izmjena i nadopuna Statuta kojima bi se demokratski procesi u Klubu dalje razvijali.
- Uloga člana u Klubu mora biti značajna, član Kluba mora biti doživljen kao srce i duša Kluba.
- Otvorenost Kluba za uključivanje članova u različite volonterske projekte u suradnji s Klubom.

2.2. Kultura građanskog kluba i čuvanje hrvatskog identiteta

- GNK Dinamo je sljednik 1. HŠK Građanski Zagreb te svoje korijene i nasljedstvo ponosno komunicira i ističe.
- Njeguje kulturu građanskog kluba te čuva svoj hrvatski identitet kao klub svih Hrvata.
- Svoj identitet gradi kroz sve komunikacijske kanale Kluba.
- Svoj hrvatski identitet Klub čuva sistematičnim i čestim posjetima mjestima izvan Zagreba, gdje ima puno navijača Kluba te organiziranjem prijateljskih utakmica i masovnih učlanjivanja u Klub u tim mjestima.

2.3. Reorganizacije i digitalizacija odjela članstva

- Odjel članstva mora brzo i učinkovito upravljati učlanjivanjem, obnavljanjem članstva i dvosmjernom komunikacijom s članstvom.
- Odjel članstva je povezan i svakodnevno koordiniran s Odjelom za prodaju ulaznica i s Odjelom marketinga. Odjel članstva mora biti glavni izvor povratnih informacija od članova prema drugim razinama kluba.
- Kroz Odjel članstva se razvijaju i definiraju kategorije članstva: djeca, studenti, odrasli, umirovljenici i legende Kluba kako bi se svakoj kategoriji članstva u komunikaciji i pogodnostima moglo pristupiti na optimalan način zadovoljavajući njihova očekivanja.
- Odjel članstva Klub promovira dugogodišnje članove te ih nagrađuje različitim nagradama i priznanjima za vjernost Klubu.
- Odjel članstva kontinuirano razvija pogodnosti za članove, a koje člana stavljaju u povoljniji položaj od položaja običnog navijača.
- Jedinstven i uređen registar članova pruža mogućnost za različite analitičke izvještaje.

2. ČLANOVI KAO TEMELJ USPJEHA KLUBA

*dinamovo
proljeće*

Razvijanje identiteta članskog kluba: članovi kao izvor podrške i ljubavi prema Klubu te prihoda, informacija i kadrova za tijela Kluba.

2.4. Rast broja članova iznad 50.000: strategija akvizicije

- Proces učlanjivanja u Klub mora biti jednostavan, a Klub mora aktivno pozivati navijače da se učlane u Klub i jasno komunicirati zašto je učlanjivanje u Klub važno. Učlanjivanje i članstvo moraju biti istaknuti na web stranici Kluba te općenito u komunikaciji Kluba.
- Iako je omogućeno i fizičko učlanjivanje, Klub nastoji cijeli proces prebaciti online.
- Novi članovi se privlače kroz različite vidove motivacije, obraćanja na utakmicama, kroz medije, povjerenike te događanja masovnih učlanjivanja.

2.5. Održavanje broja članova: strategija retencije

- Proces obnove članstva početkom godine mora biti jasno komuniciran i jednostavno provediv. Potrebno je omogućiti jedan klik obnovu članstva.
- Kroz sofisticiran CRM sustav odnos s članstvom se na personaliziran način njeguje cijele godine tako da je obnavljanje članstva logičan sljedeći korak.
- Omogućena je i automatska naplata članarine koja se preko kreditne kartice obnavlja svake godine – trajno članstvo.

2.6. Razvijanje programa za mlade članove

- Potrebno je razviti program za mlade članove i navijače kroz posebno mjesto na stadionu, razgledavanje stadiona za djecu, Dinamo vrtić, Dinamo rođendan, zabavne materijale i radionice koje služe edukaciji o identitetu Kluba, povijesti kluba te legendama Kluba.
- Klub će organizirati dolazak djece iz osnovnih i srednjih škola iz cijele Hrvatske na utakmice Dinama i turistički posjet Zagrebu.
- Također, Klub će organizirati posjet igrača prve momčadi i svojih juniora osnovnim i srednjim školama u Zagrebu, gdje će mladima govoriti o povijesti Kluba, o važnosti obrazovanja i bavljenja sportom te zašto je važno biti član Kluba.

2. ČLANOVI KAO TEMELJ USPJEHA KLUBA

*dinamovo
proljeće*

Razvijanje identiteta članskog kluba: članovi kao izvor podrške i ljubavi prema Klubu te prihoda, informacija i kadrova za tijela Kluba.

2.7. Razvijanje članskih klubova po Hrvatskoj i po Svijetu

- Izvan Zagreba članstvo je organizirano kroz članske klubove Plavi dom te kroz povjerenike koji su produžena ruka i ambasadori Dinama.
- Članski klubovi i povjerenici organiziraju masovna učlanjivanje te Plave večeri sufinancirane i podržane od strane Kluba.
- Klub će pokrenuti projekt plavih barova iliti Plavog Caffea, ugostiteljskih objekata za okupljanje Dinamovih članova i navijača.

2.8. Godišnja javna tribina za direktnu komunikaciju Kluba sa članovima

- Prema Statutu Klub 14. veljače organizira javnu tribinu za svoje članove gdje će oni imati priliku izravno komunicirati s članovima Uprave i Izvršnog odbora. Ovaj događaj će biti jedan od glavnih događaja godine, praznik za Dinamo i njegove članove.

2.9. Aplikacija Dinamo je sve

- Izrada sveobuhvatne aplikacije koja će na jednom mjestu omogućiti učlanjivanje, obnovu članstva, uvid u njegov članski status, kupnju pojedinačnih i godišnjih ulaznica, dvosmjernu komunikaciju s klubom, prikazivanje izjava igrača te sažetaka utakmica, prikaz statusa ostvarenih nagradnih bodova, kupnja u webshopu, nadoplate sredstava na korisničkoj kartici i sl.
- Aplikacija će sadržavati prakse iz najboljih svjetskih klubova poznatih po kvalitetnoj komunikaciji s članovima.



3. NOVI STADION I TRENING KAMP

Aktivno partnersko sudjelovanje u izgradnji stadiona i trening kampa kao glavnih strateških projekata Kluba.

3.1. Novi stadion na istoj lokaciji

- Zalažemo se za rušenje starog i početak izgradnje novog stadiona u Maksimiru na istoj lokaciji u što skorijem roku kao najvećeg prioriteta među projektima u kojima će sudjelovati Grad i Republika Hrvatska.
- Do početka izgradnje novog stadiona, Klub će igrati na zamjenskom stadionu u Kranjčevićevoj ulici.

3.2. Jedan član Uprave Kluba kao odgovorna osoba za sudjelovanje u koordinaciji izgradnje novog stadiona

- Jedan član Uprave mora na tjednoj bazi biti u kontaktu s predstavnicima Grada, Vlade i investitora oko pitanja izgradnje novog stadiona te zamjenskog stadiona za vrijeme izgradnje stadiona u Maksimiru
- Klub mora biti proaktivan sudionik cijeloga procesa u granicama svojih mogućnosti, kako bi Klub što prije dobio stadion kakav Klubu najviše odgovara.

3.3. Definirati uvjete i sadržaje koje Klub želi na novom stadionu te nastojati iste i dogovoriti

- Napraviti poboljšanje komfora za gledatelje na postojećem stadionu, dok se čeka završetak izgradnje stadiona u Kranjčevićevoj ulici: otvorenje svih ulaza na stadion, povećavanje punktova za prodaju hrane i pića i sl.
- Novi stadion mora imati kapacitet i uvjete sukladne potrebama Kluba te veliki broj VIP loža, kvalitetne ugostiteljske segmente, fan shop, Dinamov vrtić i tematsku igraonicu, Dinamov muzej, prostorije za navijačke aktivnosti u sklopu stadiona, klupski hotel, internat za mlade igrače izvan Zagreba i sl.



4. OMLADINSKA ŠKOLA: BUDUĆNOST I IDENTITET

*dinamovo
proljeće*

Vrhunska, uspješna i svjetski prepoznatljiva omladinska škola temelj je budućnosti i održivosti Kluba.

4.1. Osiguravanje budžeta za kontinuiran razvoj omladinske škole i njezinih trenera

- Razvoj i implementacija dugoročnog financijskog plana s ciljem samoodrživosti omladinske škole kroz sponzorstva i donacije sa strateškim partnerima te kroz vlastite prihode.
- Postepeno povećanje budžeta - u prve dvije godine 10 % godišnjeg budžeta s time da isti naraste do maksimalnih 15 % u idućih 5 godina.
- Organizacija međunarodne konferencije u suradnji s HNS-om, FIFA-om i UEFA-om te akademskom zajednicom (npr. Kineziološki fakultet) na temu razvoja mladih igrača i/ili razvoja trenerske struke.

4.2. Kontinuirani razvoj trenerskih i potpornih ljudskih potencijala

- Sa svim trenerima jasno definirati ugovorne odnose s konačnim ciljem potpisivanja stalnih ugovora o radu.
- S trenerima uspostaviti jasne i mjerljive kriterije za njihovu evaluaciju te napredovanje na temelju uspjeha njihovih timova i ostvarenja razvojnih ciljeva igrača.
- Sustavno ulagati u trenere te potporne službe kroz ciljane edukacije i dodatno školovanje.
- Usvajati suvremene nogometne paradigme po uzoru na najbolje škole nogometa te organizirati studijske posjete takvim školama.
- Razviti programe kratkotrajne (do mjesec dana) ili dugotrajne (do godine dana) razmjene trenera s klubovima partnerima izvan Hrvatske.

4.3. Razvijanje kulture Kluba od najranijih uzrasta

- Razvoj programa za odgoj igrača u duhu klupskih vrednota.
- Odgoj vlastitih članova omladinske škole u duhu Kluba, poveznica s krilaticom – „Nema većeg kluba od Dinama“. Definirati sve vidljive i nevidljive simbole organizacijske kulture koji će biti u skladu s vrednotama Kluba. Loš primjer je isključivo isticanja dresova stranih klubova u kojima igraju ili su igrali bivši igrači, bez da su pored njih dresovi Dinama tih istih igrača, uz poruke o značaju Dinama za njih i njihovu karijeru.
- Program treninga mlađih kategorija ne smije biti fokusiran na rezultat, već na razvoj samih igrača, bitno je osloniti se na najnovije znanstvene spoznaje te poštovati poznate kritične faze razvoja motoričkih sposobnosti.
- Digitalizacija procesa praćenja napretka polaznika omladinske škole.

4. OMLADINSKA ŠKOLA: BUDUĆNOST I IDENTITET

*dinamovo
proljeće*

Vrhunska, uspješna i svjetski prepoznatljiva omladinska škola temelj je budućnosti i održivosti Kluba.

4.4. Usavršavanje skautske službe i definiranje kriterija uspješnosti za mlade igrače

- Definiranje jasnih kriterija za skauting i angažman mladih talenata, s godišnjim ciljevima za dovedene igrače.
- Broj skauta će se odrediti prema mogućnostima (idealno bi bilo 3 za seniorski pogon i 2 za omladinski).
- U suradnji s trenerima određivanje dinamike i kriterija za popunjavanje Dinamovih nogometaša u svim kategorijama.

4.5. Pronalazak klubova partnera za razvoj mladih igrača

- Za adekvatan razvoj mladih igrača koji su na pragu ulaska u seniorski nogomet neophodno je da Klub ima kvalitetnu suradnju s klubovima partnerima kako bi se tamo mogli razvijati mladi igrači, ali i treneri.
- Uspostavi sportsko i poslovnu partnersku suradnja s klubovima u drugoj i trećoj ligi gdje će Dinamo pomoći u kreiranju sportske politike i razvoju trenera s jasno definiranim razvojnim i sportskim ciljevima kada se posuđuju igrači.

4.6. Briga za fizički, emocionalni i psihološki razvoj mladih igrača uz isticanje važnosti obrazovanja

- Klub mora osigurati adekvatne prostore za pisanje zadaće i učenje svih dobnih skupina omladinskog pogona.
- Osigurati barem jednu osobu s učiteljskog fakulteta koja bi bila sustavno davala potporu školskim obvezama (primjer najbolje prakse je Ajax)
- Dostupna psihološka podrška (grupnu i individualnu) kroz stalno zaposlene psihologe koji prema potrebi mogu raditi i sa seniorskim pogonom.
- Redovito nošenje ocjena na uvid trenerima. Vladanje u školi i na treningu mora zadovoljavati standarde i vrednote Kluba.
- Povezivanje i razvoj partnerskih odnosa s najboljim nogometnim školama u akademskoj zajednici zbog programa stipendija (posebno SAD).
- Za talentirane igrače uvesti sustav mentorstva od strane legendi Kluba.
- Uvođenje programa „Plan B”: Učinkovita i djelotvorna komunikacija s polaznicima omladinske škole i njihovim roditeljima o alternativama u slučaju neželjenog razvoja nogometnog puta, npr. teške ozljede.

5. NEMA VEĆEG KLUBA OD DINAMA

*dinamovo
proljeće*

Aktivno razmatranje povratka bivših igrača koji mogu igrački ili marketinški doprinijeti Klubu te razvijanje odnosa s klupskim legendama.

5.1. Održavanje i razvijanje kontakta s bivšim igračima

- Definirati odgovornu osobu/odjel zaduženu za redovnu komunikaciju s bivšim igračima, uz održavanje kontakata i praćenje njihovih aktivnosti nakon odlaska iz Kluba.
- Redovito komuniciranje planova i aktivnosti Kluba vezanih uz marketinške aktivnosti prema svim bivšim igračima.
- Pružanje podrške bivšim igračima u njihovim aktivnostima nakon završene karijere (društvene mreže).
- Medijska prezentacija aktivnosti bivših igrača širem članstvu nakon odlaska iz Kluba ili aktivnog prestanka igranja s ciljem održavanja povezanosti navijača i igrača.

5.2. Kompenzacija njihove tržišne vrijednosti emocijama prema Klubu

- Razvoj identiteta i privrženosti Klubu kroz edukaciju o njegovoj povijesti, značaju za društveni život Zagreba i Hrvatske te važnosti Kluba za njegove članove.
- Aktivno razmatranje povratka bivših igrača koji mogu igrački ili marketinški doprinijeti Klubu
- Kroz izgrađenu svijest o identitetu i emocionalnu vezu igrača prema Klubu, iskoristiti marketinški potencijal za suradnju pri povratku u Klub (prodaja dresova, najava utakmica, pronalaženje novih sponzora).

5.3. Organiziranje manifestacija u kojima sudjeluju klupske legende različitih Dinamovih generacija

- Okupljanje na poziv Kluba na značajnijim utakmicama Kluba.
- Zajedničko obilježavanje važnih datuma za Klub i odavanje posebnih priznanja na događanjima.
- Organizacija nogometnih turnira s ciljem povezivanja generacija.
- Suradnja s gradskim i državnim institucijama (npr. Turistička zajednica) na projektima koje odrađuju bivši igrači kao predstavnici Kluba.

5. NEMA VEĆEG KLUBA OD DINAMA

*dinamovo
proljeće*

Aktivno razmatranje povratka bivših igrača koji mogu igrački ili marketinški doprinijeti Klubu te razvijanje odnosa s klupskim legendama.

5.4. Osnivanje Kluba bivših igrača i te njihovo povezivanje s omladinskom školom

- Organiziranje službenog tijela bivših igrača unutar struktura Kluba.
- Određivanje ambasadora iz redova bivših igrača koji predstavljaju Klub te njihova povezanost i interakcija s drugim klubovima i nogometnim institucijama.
- Povezivanje bivših igrača s omladinskom školom kroz predavanja na kojima se prenose iskustva i znanja stečena tijekom karijere.

5.5. Posebno mjesto za Dinamove legende na novom stadionu

- Stvaranje posebnog mjesta na stadionu, uz privilegiran pristup za bivše igrače sa značajnim doprinosom za Klub.
- Stvaranje kapetanskog kutka i dvorane slavnih s fotografijama, biografijama i različitim eksponatima.
- Osiguravanje prostorija za posebne sastanke i druženja.
- Pristup klupskim infrastrukturnim sadržajima.

5.6. Akademski i profesionalni razvoj sadašnjih i bivših igrača kao zalag za operativne i strateške funkcije u Klubu

- Organiziranje obveznih obrazovnih programa ili radionica za sadašnje igrače, kako bi stekli dodatne vještine izvan nogometnog terena (npr. financijska pismenost).
- Uspostavljanje programa Plava budućnost, u kojem se seniorske igrače kroz proces pozitivne selekcije potiče da se uključe u akademske studije ili obuke tijekom ili nakon karijere, pružajući im logističku i financijsku podršku, a igrače se vodi kroz njihov profesionalni i akademski razvoj s ciljem povratka u Klub. Formalizira se suradnja s akademskom zajednicom s ciljem usklađivanja akademskih i sportskih aktivnosti igrača.
- Uspostavljanje sustava praćenja napretka i rezultata programa Plava budućnost te praćenja razvoja svakog pojedinca unutar programa.

6. UČINKOVITA I DJELOTVORNA ORGANIZACIJA KLUBA

*dinamovo
proljeće*

Klub organiziran kao moderna poslovna organizacija s jasno definiranim i digitaliziranim poslovnim procesima te linijama odgovornosti.

6.1. Analiza postojećeg stanja i procesa upravljanja

- Analiza postojećeg stanja obuhvatit će mapiranje svih primarnih i sekundarnih dionika unutar i izvan kluba, radi razumijevanja njihove uloge i proaktivnog upravljanja njihovim očekivanjima.
- Provesti će se dubinski pregled postojeće formalne i neformalne organizacijske strukture, sistematizacije radnih mjesta te poslovnih procesa, kako bi se identificirale ključne neučinkovitosti i definirale mjere za unaprjeđenje - što će rezultirati većom procesnom i financijskom učinkovitošću.

6.2. Definiranje ciljeva, misije, vizije, hijerarhije organizacijskih ciljeva i strategije za njihovo ostvarivanje

- Ključno je definirati ciljeve, misiju i viziju, koji su temelj dugoročne financijske održivosti Kluba, kao i njegove snažnije integracije u zajednicu.
- Potrebno je revidirati horizontalne i vertikalne elemente hijerarhije unutar organizacije, kako bi se definirale uloge, linije autoriteta i odgovornosti.
- Nužno je razviti sveobuhvatnu strategiju za postizanje postavljenih ciljeva, uz analizu vanjskih i unutarnjih čimbenika organizacije. Pritom ciljevi moraju biti specifični, mjerljivi, ostvarivi, relevantni, vremenski ograničeni, bazirani na našem sustavu vrednota i resursima kojima raspolažemo (SMART metoda).

6.3. Postavljanje optimalnih poslovnih procesa i sustava upravljanja (komunikacija i kontrola)

- Definirati jasne procedure i smjernice za svaki poslovni proces, kako bi se osigurala konzistentnost, djelotvornost i učinkovitost.
- Uspostaviti adekvatne alate za komunikaciju, kako bi se osigurala transparentnost, suradnja i razmjena informacija te osnažili međuljudski odnosi.
- Implementirati sustave kontrole, kao što su redoviti pregledi izvedbi, ključnih pokazatelja uspješnosti, poticati povratne informacije od zaposlenika i stalne analize rezultata, kako bi se osiguralo da poslovni procesi budu u skladu s postavljenim standardima i ciljevima.
- Osnivanje skupštinskih odbora u kojima bi članovi Skupštine, kao volonteri, radili na konkretnim temama i funkcionalnim timovima te pružali podršku klupskim tijelima u ključnim inicijativama.

6. UČINKOVITA I DJELOTVORNA ORGANIZACIJA KLUBA

*dinamovo
proljeće*

Klub organiziran kao moderna poslovna organizacija s jasno definiranim i digitaliziranim poslovnim procesima te linijama odgovornosti.

6.4. Organizacija i sistematizacija radnih mjesta

- Analizirati funkcije i odgovornosti svakog radnog mjesta unutar organizacije, što uključuje detaljno istraživanje zadataka, uloga i ovlasti koje su potrebne za obavljanje posla na optimalan način.
- Definirati jasne opise poslova za svako radno mjesto, kako bi se precizno utvrdilo zadatke i očekivanja.
- Implementirati sustave za ocjenjivanje izvedbi i razvoj zaposlenika, kako bi se osiguralo kontinuirano usklađivanje s organizacijskim potrebama.

6.5. Upravljanje ljudskim potencijalima (kompetencije, vještine, nagrađivanje)

- Razviti sveobuhvatnu strategiju za razvoj ljudskih potencijala koja obuhvaća planiranje obuke, mentorske programe, coaching i druge inicijative usmjerene na unaprjeđenje ključnih kompetencija zaposlenika prema strateškim odrednicama Kluba.
- Kontinuirano provoditi ankete zadovoljstva zaposlenika.
- Implementirati sustav nagrađivanja i priznanja koji promiče izvrsnost u radu i potiče motivaciju zaposlenika - definiranje jasnih kriterija za nagrađivanje, kao i prilagodbu nagrada kako bi se osiguralo pravedno i transparentno nagrađivanje zaposlenika.

6.6. Digitalizacija poslovanja i poslovnih procesa

- Implementirati digitalne alate i tehnološka rješenja, kako bi se unaprijedili poslovni procesi i povećala produktivnost, uključujući automatizaciju rutinskih zadataka, korištenje analitičkih alata i cloud-based sustava za poboljšanje pristupa informacijama.
- Pružiti obuku i podršku zaposlenicima za uspješno usvajanje novih digitalnih alata i tehnologija.
- Kontinuirano pratiti i evaluirati učinkovitost digitalnih inicijativa, kako bi se osigurala njihova usklađenost s poslovnim ciljevima i prilagodile promjenama u tehnološkom okruženju.



6. UČINKOVITA I DJELOTVORNA ORGANIZACIJA KLUBA

*dinamovo
proljeće*

Klub organiziran kao moderna poslovna organizacija s jasno definiranim i digitaliziranim poslovnim procesima te linijama odgovornosti.

6.7. Analiza digitalne spremnosti i trenutnog stanja

- Analiza postojećih alata i stupnja digitalizacije
- Definiranje digitalnih potreba organizacije
- Minimiziranje potrebnog broja alata i planiranje integracija među istima
- Izrada digitalnog putokaza (digital roadmap)

6.8. Moderan ERP sustav i implementacija software-a namijenjenog za upravljanje

- Osiguranje točnosti i neporecivosti podataka implementacijom software-a namijenjenog za upravljanje operacijama
- Eliminacija mogućnosti gubitka podataka
- Smanjivanje poreznih i financijskih rizika
- Centralizirano praćenje poslovnih transakcija
- Lako upravljanje zalihama
- Učinkovito vođenje administrativnih procesa

6.9. Omnichannel CRM sustav za upravljanje i komunikaciju s članstvom

- Centralizirani sustav za prikupljanje informacija o članstvu i praćenje njihovih navika
- Personalizirana komunikacija s članovima putem različitih kanala (e-mail, mobilna aplikacija, web stranice, društvene mreže...)
- Automatizacija procesa (npr. obnova članstva, obavijesti članstvu i sl.)
- Mogućnost plasiranja digitalnih kampanja ciljanim grupama



6. UČINKOVITA I DJELOTVORNA ORGANIZACIJA KLUBA

*dinamovo
proljeće*

Klub organiziran kao moderna poslovna organizacija s jasno definiranim i digitaliziranim poslovnim procesima te linijama odgovornosti.

6.10. Sustav za izvještavanje i naprednu analitiku

- Centralizirani sustav za praćenje sportskih performansi igrača i njihova napretka
- Korištenje naprednih alata za sportsku analitiku
- Definiranje osobnih razvojnih planova
- Analiza tehničkih i taktičkih aspekata

6.11. Vođenje evidencije i ugovora s igračima i trenerima

- Centralna evidencija ugovora
- Automatizacija procesa (npr. dolazak novog igrača, prestanak važenja ugovora)
- Povećanje otpornosti na ljudsku pogrešku

6.12. Sustav za upravljanje ljudskim potencijalima

- Centralna evidencija podataka o zaposlenicima
- Digitalizacija i automatizacija procesa zapošljavanja
- Mogućnost definiranja i praćenja osobnih ciljeva i ključnih pokazatelja uspješnosti (KPU-ova)
- Praćenje kompetencija zaposlenika



7. DINAMO KAO GLOBALNI BRAND

*dinamovo
proljeće*

Izgradnja pozitivnog imidža i globalne prepoznatljivosti Kluba kroz otvorenost, transparentnost i bolju komunikaciju, koja će rezultirati većom povezanošću s članovima, navijačima i drugim ključnim dionicima te zajednicom.

7.1. Član uprave zadužen za marketing

- Zaposliti na mjesto člana Uprave stručnjaka za marketing sa zadatkom izgradnje dugoročne marketinške strategije Kluba.

7.2. Razvijanje strategije globalnog branda, s obilježjima građanskog i hrvatskog identiteta

- Napraviti jasnu studiju percepcije Dinama kao branda u Republici Hrvatskoj i ciljanim zemljama.
- Definirati odrednice i vrijednosti branda te definirati dugoročnu strategiju komunikacije (vrijednosti članskog, građanskog i hrvatskog kluba)
- Razvijanje strategije prisutnosti branda na ciljanim globalnim destinacijama kroz nogometne kampove i akademije (Australija, SAD, Kanada, Argentina, Njemačka i Austrija).

7.3. Povećati broj i kvalitetu komunikacijskih kanala s članovima i navijačima

- Povećati broj kanala, kojima se komunicira s članovima i navijačima, te im omogućiti što veću količinu sadržaja.
- Osigurati konstantno mjerenje efikasnosti klupskih komunikacijskih kanala (mediji, web, aplikacija).



7. DINAMO KAO GLOBALNI BRAND

*dinamovo
proljeće*

Izgradnja pozitivnog imidža i globalne prepoznatljivosti Kluba kroz otvorenost, transparentnost i bolju komunikaciju, koja će rezultirati većom povezanošću s članovima, navijačima i drugim ključnim dionicima te zajednicom.

7.4. Podignuti kvalitetu zastupljenosti u medijima i odnosa s novinarima

- Potrebno je uspostaviti kvalitetni klupski odjel za odnose s javnošću koji će biti odgovoran za zastupljenost Kluba u medijima, za kvalitetno distribuiranje sadržaja o aktivnosti Kluba te za pravovaljanu kriznu komunikaciju prema unaprijed definiranim smjernicama.
- Organizacija odjela za odnose s javnošću s redovitim konferencijama za novinare i odgovornom osobom dostupnom novinarima.
- Edukacija i medijski treninzi za igrače, članove Uprave radi jasnog artikuliranja vrednota i vrijednosti Kluba u medijskim istupima.
- Razvoj korištenja digitalnih medija i drugih alternativnih komunikacijskih kanala s ciljem širenja medijske prisutnosti Kluba.

7.5. Rast prihoda i strateško partnerstvo sa sponzorima Kluba

- Izrada marketinške strategije, s ciljem podizanja komercijalne vrijednosti brenda Dinamo, s ciljem uspostave suradnje i partnerstva s tradicionalnim zagrebačkim brendovima.
- Stvaranje zajedničkih komunikacijskih kanala na tržištu, kreiranje zajedničke vidljivosti Kluba i sponzora te korištenje iste na lokalnom nacionalnom i regionalnom tržištu.
- Kreiranje mreže malih i mikrosponzora s lokalnim brandovima, kompanijama i obrtima.
- Održavanje promotivnih događanja prije i za vrijeme utakmica i drugih klupskih događanja.



8. ODGOVORNE I ODRŽIVE FINACIJE

*dinamovo
proljeće*

Kontrolom troškova i smanjivanjem posredničkih provizija te broja igrača pod ugovorom do većeg budžeta za prvu momčad, omladinsku školu i vrhunskog sportskog direktora.

8.1. Član Uprave zadužen za financije i računovodstvo

- Poslovno i financijsko planiranje, povezano s postavljenim sustavom praćenja ključnih financijskih i nefinancijskih pokazatelja uspješnosti poslovanja, preduvjet su procesa donošenja poslovnih odluka.
- Odjel će biti organiziran kao pouzdan partner svim ostalim organizacijskim jedinicama unutar Kluba, koji će osigurati dobro kontroliranu, ali fleksibilnu organizaciju Kluba, pružajući pravovremene i transparente informacije Upravi Kluba u svrhu donošenja kompetentnih odluka.

8.2. Učinkovito upravljanje novčanim tokom i održavanje likvidnosti

- Osigurat će se svakodnevna briga o održavanju likvidnosti te efikasnim upravljanjem novčanih tokova, kako bi se razlika između priljeva i odljeva sredstava pravovremeno identificirala i, među ostalima, po potrebi riješila suradnjom s financijskim institucijama.
- Nužno je praćenje naplate potraživanja od klubova s kojima su dogovoreni transferi u ratama u cilju planiranja novčanog toka.
- Smanjivanje ovisnosti o jednoj financijskoj instituciji koja dovodi Klub u rizičan položaj, kroz uspostavljanje suradnje s više financijskih institucija, kako bi se rizik disperzirao.

8.3. Uspostava sustava poslovnog i financijskog planiranja

- Implementacija zero-based budžetiranja kao strukturiranog procesa, kojim se opravdava svaka stavka troškova unutar budžeta, gdje je naglasak na učinkovitosti i nužnosti, a ne na povijesnim proračunima, što povećava efikasnost, kao i prepoznavanje nerealnih stavki budžeta.
- Stavljanje u fokus upravljanje troškovima i njihovu optimizaciju kao ključne segmente koji utječu na konkurentnost kluba i osobito su važni u kriznim situacijama.

8. ODGOVORNE I ODRŽIVE FINANCIJE

*dinamovo
proljeće*

Kontrolom troškova i smanjivanjem posredničkih provizija te broja igrača pod ugovorom do većeg budžeta za prvu momčad, omladinsku školu i vrhunskog sportskog direktora.

8.4. Hijerarhijski sustav ključnih pokazatelja uspješnosti poslovanja na operativnoj, taktičkoj i strateškoj razini

- Razvijanje ključnih pokazatelja performansi (KPI) koji predstavljaju kvantitativne i kvalitativne pokazatelje koji se koriste za mjerenje, praćenje i upravljanje poslovnim rezultatom. Oni omogućavaju sveobuhvatnost procesa upravljanja, kako bi se ostvarili strateški ciljevi Kluba (strategija-ciljevi-izvedba-mjerenje).
- Korištenje temeljnih financijskih izvještaja (bilanca, RDG i novčani tok) i tradicionalnih financijskih pokazatelja (pokazatelji likvidnosti, pokazatelji zaduženosti, pokazatelji ekonomičnosti itd.) uz sustavno praćenje i nefinancijskih mjerila organizacijskih performansi, moraju biti temelj za provođenje strateških ciljeva Kluba u konkretne mjere.

8.5. Postavljanje sustava unutarnjeg i vanjskog financijskog i nefinancijskog izvještavanja

- Temeljem podataka i akcijskih mjera koje se poduzimaju nakon provedene dubinske analize poslovanja Kluba te postavljenog sustava mjerenja poslovanja Kluba (financijski i nefinancijski pokazatelji), odredit će se mjere i vremenski okvir izvještavanja.
- Proširiti interes za poslovanje Kluba kao dijela šire zajednice, tako da osim menadžmenta, zaposlenika i članova Kluba svi ključni sudionici imaju jasnu i transparentnu sliku funkcioniranja kluba (redovite prezentacije, javna komunikacija i transparentna izvješća).
- Redovito mjesečno izvještavanje Uprave Kluba i Izvršnog odbora te polugodišnje ili godišnje izvještavanje Skupštine Kluba.
- Postavljanje jasnih pravila i kriterija sustava financijskog i nefinancijskog izvještavanja ključan je preduvjet transparentnog poslovanje Kluba.

8.6. Postavljanje sustava unutarnjih kontrola (nabava i povezana poduzeća)

- Uspostava učinkovitog sustava unutarnjih kontrola, kako bi se osiguralo da se obavljanje poslovanja odvija na pravilan, etičan, učinkovit i djelotvoran način, usklađen sa zakonskim i drugim propisima, odnosno internim i eksternim aktima.
- Razvijanje sustava unutarnje kontrola preventivnog je karaktera, kako bi informacije o financijskom položaju, poslovnom rezultatu i novčanim tokovima bile realno i objektivno iskazane.

8. ODGOVORNE I ODRŽIVE FINACIJE

*dinamovo
proljeće*

Kontrolom troškova i smanjivanjem posredničkih provizija te broja igrača pod ugovorom do većeg budžeta za prvu momčad, omladinsku školu i vrhunskog sportskog direktora.

8.7. Politika odgovornih i transparentnih posredničkih provizija

- Usklađenje odnosa prema Etičkom kodeksu Kluba sa svim posrednicima u nogometnim transferima.
- Posredničke provizije kategorizirane prema jasnim kriterijima (veličina transfera, dob igrača, odnos s menadžerima) i definirane na bazi dobrih poslovnih praksi koje su u skladu s međunarodnim standardima određenim od strane FIFA-e.
- Jasno odrediti postupak odobrenja za sve provizije koji uključuje kontrolne mehanizme, kako bi se izbjegao potencijalni sukob interesa.
- Redovna revizija i praćenje isplata te njihov računovodstveni tretman, kako bi se osiguralo da su provizije u skladu s politikom Kluba i regulatornim okvirom.

8.8. Povećavanje budžeta za prvu momčad i omladinsku školu uz relokaciju troškova

- Optimizacija troškova kroz smanjenje broja igrača pod ugovorom i smanjenje posredničkih naknada za agente te relokacijom tih sredstava u prvu momčad.
- Određivanje hijerarhijskih platnih razreda unutar prve momčadi.
- Mogućnost značajnih bonusa na plaću u slučaju postizanja rezultatskih ciljeva kluba koji se značajno reflektiraju na prihode (npr. plasman u Ligu prvaka).

8.9. Priprema i provedba EU projekata te iskorištavanje EU fondova

- Razvoj osobe specifičnih kompetencija unutar Kluba, koja bi se bavila ovim područjem.
- Korištenje EU fondova kao jednim od značajnijih alternativnih načina financiranja.
- Razvoj partnerskih odnosa sa specijaliziranim agencijama i sudionicima na projektima koji se temelji na interesima Kluba.
- Kontinuiran razvoj projektnih prijedloga i podnošenje prijave u skladu sa strateškim interesima Kluba.
- Diseminacija projektnih rezultata prema zainteresiranoj javnosti.

8. ODGOVORNE I ODRŽIVE FINACIJE

*dinamovo
proljeće*

Kontrolom troškova i smanjivanjem posredničkih provizija te broja igrača pod ugovorom do većeg budžeta za prvu momčad, omladinsku školu i vrhunskog sportskog direktora.

8.10. Veći udio komercijalnih prihoda

- Potencijal komercijalnih prihoda od TV prava, ulaznica, sponzorstava, prodaje proizvoda, članarina i ostalih komercijalnih prihoda nije takav da bi mogao osigurati stabilan izvor financiranja Kluba, neovisno o sportskom rezultatu i transferima na razini kompetitivnosti, na koju su članovi i navijači Kluba navikli.
- Odgovornost prema troškovima te povećanje udjela komercijalnih prihoda jedini su način kako da podigne financijska održivost i stabilnost Kluba.
- Kroz veću otvorenost i transparentnost, Klub će značajno podići prihode od članarina, ulaznica te prodaje proizvoda.
- Kroz pozitivniji imidž u javnosti te zbog većeg broja članova i navijača, Klub će lakše podići prihode od velikih i malih sponzora.
- Podizanjem značaja u zajednici te održavanjem kvalitetnih odnosa s Gradom, Klub će nastaviti dobivati određena sredstva iz gradskog proračuna.



9. PARTICIPACIJA I SURADNJA S ORGANIZACIJAMA I INSTITUCIJAMA

*dinamovo
proljeće*

Aktivno i konstruktivno zastupanje interesa Kluba u relevantnim sportskim, gradskim i državnim institucijama u Republici Hrvatskoj i Europi.

9.1. Proaktivna i konstruktivna suradnja s Gradom Zagrebom

- Promocija putem zajedničkih marketinških kampanja s Gradom Zagrebom: predlaganje i provođenje zajedničkih projekata na području marketinga i turizma.
- Kampanje koje koriste popularnost GNK Dinamo za promociju lokalnih turističkih atrakcija, kulturnih i povijesnih znamenitosti.
- Kvalitetnom zajedničkom suradnjom osigurati i opravdati sredstva za Klub iz gradskog proračuna.

9.2. Aktivna participacija u tijelima ZNS-a i HNS-a usklađena sa strategijom Kluba

- Klub mora participirati u tijelima ZNS-a i HNS-a te na taj način dobiti mogućnost direktnog predstavnitva u Izvršnom odboru HNS-a, kako bi imao mogućnost predlagati te sudjelovati u donošenju strateških odluka.

9.3. Proaktivna suradnja s relevantnim europskim organizacijama

- Bolje iskorištavanje pozicije u Europskom udruženju klubova (ECA) za zaštitu interesa Kluba, ali i hrvatskog nogometa.
- ECA je ključno tijelo koje pregovara s UEFA-om oko reformi europskih klubskih natjecanja, financijskoj raspodjeli UEFA-inog nagradnog fonda te financijskim pravilima poslovanja klubova.
- UEFA-ine nagrade imaju presudnu važnost za financijsku stabilnost Kluba: Dinamo mora iskoristiti svoju poziciju za aktivno utjecanje na navedene procese kroz udruživanje s klubovima slične veličine, iz liga usporedivih s HNL-om.

10. DRUŠTVENO-ODGOVORNO POSLOVANJE

*dinamovo
proljeće*

Uravnoteženje okolišnog, ekonomskog, društvenog i upravljačkog utjecaja Kluba na sve primarne i sekundarne sudionike.

9.4. Etički integritet i usklađenost poslovanja s pravnim okvirom

- Razviti i implementirati po vertikalnoj i horizontalnoj hijerarhiji Kluba etički kodeks. Takav kodeks će biti baziran na jasnom sustavu Dinamovih vrednota i bit će temelj odnosa prema unutarnjim i vanjskim sudionicima Kluba.
- Postaviti mjerljive ciljeve i pokazatelje (KPU) koji će reflektirati vrednote poput: transparentnosti u poslovanju i komunikaciji s ključnim sudionicima, antikorupcije i sl.
- Razviti kontinuirani program obuke za sadašnje i sve nove zaposlenike o važnosti etičkog integriteta

9.5. Doprinos društvenom prosperitetu i poboljšanju kvalitete života u zajednici

- U skladu s misijom Kluba pokretanje zajedničkih projekata s lokalnim zajednicama i osnovnim školama o važnosti sporta, zdravog života i timskog rada.
- Uspostava transparentnog definiranja godišnjeg fonda za strateške društvene inicijative (povezivanje sa Zakladom „Nema predaje“), koji će se usmjeravati na potrebe zajednice i Kluba

9.6. Posvećenost načelima održivog razvoja u svim segmentima djelovanja Kluba

- Imenovanje ključne osobe koja će oformiti organizacijsku jedinicu za ESG, koja će direktno odgovarati članu Uprave.
- Definiranje svih elemenata ostvarenja strateškog plana iz održive perspektive, a temeljem UEFA-inog strateškog okvira Football Sustainability Strategy 2030.
- Potpisati i provesti UNFCC inicijativu „Climate Neutral Now“ kroz integraciju održivih i okolišno-prijateljskih praksi u sve operacije kluba, s ciljem smanjenja ugljičnog otiska za 20 % do 2025. godine te ugljične neutralnosti do 2040. godine.
- Provesti konkretne projekte poput: instalacije solarnih panela, bez jednokratne plastike na stadionu, punionice za električna vozila na parkingu, sustav recikliranja vode za navodnjavanje travnjaka, promocija socijalno ugroženih skupina poput članova i navijača koje su osobe s invaliditetom, ženske nogometne ekipe i sl.
- Izraditi izvješće o održivosti koje će kasnije biti spojeno s financijskim izvješćem u tzv. integrirano izvješće prema načelu dvostruke materijalnosti.

Velimir Zajec

izv. prof. dr. sc. Tomislav Globan

Zrinko Hržić

Renato Radačić

Slavko Sraga

Krešimir Barić

Mario Dubić

Boris Nikolić

Bogdan Drakulić

Dario Lihtenvalner

dr. sc. Dubravko Skender

prof. dr. sc. Mislav Ante Omazić

Krešimir Mlinarić

Marijan Pojatina

Branko Komorski

Fran Đuranac

Robert Penezić

Marko Šušnjara

Zvonimir Manenica

Aleksandar Ekart

Ivan Nauković

Frano Šušnjara

Goran Kovačević

Držislav Krasić

dr. sc. Domagoj Novosel

Igor Kalabek

Krešo Knezović

Dominik Birt

Neven Lamza

Kristijan Tudja



A large crowd of people, likely fans, is shown in a stadium setting. The image is overlaid with a blue tint. The text "dinamovo proljeće" is written in a stylized, white, cursive font in the center of the image. The crowd is dense, and many people are wearing hats or scarves, suggesting a cool environment. The background shows the structure of the stadium and some trees in the distance.

*dinamovo
proljeće*