

Activación RRSS Clásico LaLiga

Área Global de Marketing Corporativo y Marca | Patrocinios Fútbol 2017

Sencillo | Personal | Justo



Índice

1. Objetivos

2. Planificación

3. Fase PRE

- Contenido Programas PDC
- Contenido expectativa Selfie Santander

4. Fase DURANTE

- Contenido Programas PDC
- Preguntas Santander
- Selfie Santander
- Field agent

5. Fase POST

- Contenido Programas PDC
- Historias de Pasión

1. Objetivos

- Incrementar el posicionamiento de Fútbol Santander en Latinoamérica, como referente y patrocinador oficial de LaLiga Santander y así reforzar el posicionamiento y trayectoria que ya posee como patrocinador de la Copa Libertadores desde 2008.
- Capitalizar share of voice durante el partido más importante del año, a través de conversaciones y acciones en redes sociales.
- Aumentar el engagement, alcance y el sentimiento positivo en nuestras redes sociales gracias a contenido que involucre a nuestros fans.

2. Planificación



← BRASIL – MÉXICO – ARGENTINA – URUGUAY - CHILE →

FASE PRE

17 al 22 de abril

RRSS

- Contenido Programas PDC
- Selfie Santander

3. FASE PRE | 17 al 22 de abril

Contenido Programa PDC (Parrilla de Contenidos)

OBJETIVO: Elevar la conversación en torno al Clásico apoyándonos en los programas de contenido de la PDC, para incrementar el nivel de expectativa del partido en nuestros canales.

Se activarán los siguientes programas de la PDC:

LaLiga: publicación de posts tipo "versus" entre jugadores latinos del Real Madrid y el Barcelona.

Futbol Facts: se creará un video viral (tipo Playground) contándonos acerca del estadio Santiago Bernabeú y datos/facts interesantes de los clásicos.

Gaming: el contenido para gamers (uno de los más exitosos en la PDC) se asociará al Clásico, invitando a la comunidad a dejarnos sus resultados de la consola.

Encuestas: durante la semana se publicarán encuestas en Twitter y Facebook con preguntas que despierten la expectativa e inviten a la participación.

Estos son los partidos que le quedan a Real Madrid y Barcelona en las últimas siete fechas de La Liga Santander 🏆
¡Hagan sus cuentas!

REAL MADRID			BARCELONA		
1	SPORTING	V	1	REAL SOCIEDAD	L
2	BARCELONA	L	2	REAL MADRID	V
3	DEPORTIVO	V	3	OSASUNA	L
4	VALENCIA	L	4	ESPANYOL	V
5	GRANADA	V	5	VILLAREAL	L
6	SEVILLA	L	6	LAS PALMAS	V
7	MÁLAGA	V	7	EIBAR	L



Expectativa > Selfie Santander

OBJETIVO: Aumentar la expectativa en los fans sobre la dinámica que se llevará a cabo el día del partido, con el fin de incrementar la participación en RRSS, gracias al UGC (Contenido Generado por el Usuario).

¡La pasión por el fútbol no tiene fronteras!

Días antes del encuentro explicaremos de forma muy sencilla y fácil a los fans la dinámica "Selfie Santander", que se llevará a cabo el día del partido.

Consiste en que los hinchas compartan su selfie mientras ven el juego con el hashtag #SelfieSantander, para apreciar cómo se vive este encuentro en los aficionados latinos.

Se publicarán de 2 a 3 publicaciones los días previos para invitar a los fans a participar. Además, a través de conversaciones en Twitter, se invitará a influencers a que también participen.



FASE DURANTE

23 de abril

RRSS

- Contenido RTM
- #PreguntasSantander
- Selfie Santander

Field Agent

- La Pasión del Hinch@
- Historias de Pasión

3. DURANTE | 17 al 22 de abril

Contenido RTM (Real Time Marketing)

OBJETIVO: Capitalizar las conversaciones que giren en torno a los jugadores latinoamericanos del Clásico y a los hashtags y trending topics del partido, en la plataforma de Twitter.

Se realizará una **PDC** (Parrilla de contenido) del tipo **What If**, la cual consiste en una PDC que ilustrará los posibles escenarios que podrían suceder durante el partido (gol del Real Madrid, gol del Barcelona, tarjeta roja, gol de algún jugador latino, penal etc). En formatos tanto de JPG como GIF, para publicar en tiempo real en Twitter y narrar el partido a través de nuestro canal.

Goles

Ganador del encuentro

Todos los Jugadores Latinos (por si realizan un gol)

Penal

Tarjeta amarilla, roja. etc



3. DURANTE | 17 al 22 de abril

#PreguntasSantander

OBJETIVO: aumentar el número de interacciones principalmente en Twitter y Facebook, a través de preguntas directas que incrementan la participación en la comunidad.

1. Horas antes del juego, se preguntará en Facebook a nuestros usuarios:

"¡Intenta meterte en las mentes de Luis Enrique y Zidane y adivina la alineación de ambos equipos para este Clásico"

"¿Quién mete el primer gol del Barça?"

"¿Quién mete el primer gol del Real Madrid?"

2. En el entretiempo se preguntará a nuestros usuarios:

"Adivina los 3 cambios que harán los técnicos en el segundo tiempo"



3. DURANTE | 17 al 22 de abril

Selfie Santander

OBJETIVO: Aumentar la participación en redes sociales, gracias al UGC (Contenido Generado por el Usuario) motivando a los fans a que nos compartan a través de la fotografía la emoción y ambiente que viven en Latinoamérica mientras ven el partido.

El día del Clásico, invitaremos a los hinchas latinos a que nos envíen su selfie a través de Twitter, Facebook e Instagram con el hashtag **#SelfieSantander**.

Finalmente con todos los selfies recopilados, crearemos un álbum de fotos titulado **"La tribuna Santander"**, en la que agregaremos todas las fotografías de nuestros fans 😊



3. DURANTE | 17 al 22 de abril

Field Agent > La Pasión del Hincha

¡Llevaremos el ambiente que se vive durante el clásico a Latam!

OBJETIVO: Crear contenido diferencial y en real time de lo que se vive en el día del Clásico, desde el ojo del hincha latino, para fidelizar desde un lado más real y humano con la comunidad.

Nuestro reportero o field agent se encargará de realizar entrevistas tanto a **hinchas latinos** como a cualquier otro aficionado que despierte la emoción y que se encuentren cerca del estadio y nos mostrará la pasión y emoción que viven horas antes del encuentro.

Realizará pequeñas entrevistas en vivo a través de **Instagram Stories** y **Facebook Live** para acercar a nuestros hinchas latinos a lo que se vive en Madrid.



3. DURANTE | 17 al 22 de abril

Field Agent > La Pasión del Hincha

Las preguntas seguirán el mismo tono comunicacional de nuestros canales: cercano, divertido y pasional.

Además, con el material recopilado se crearán **vídeo virales** con tono de humor entre rivales para subir los días POST al juego, ejemplo:

<https://www.youtube.com/watch?v=J9RTZ72Edlw>

Ejemplos preguntas:

- *¿Qué significa para ti ver un Clásico de LaLiga Santander?*
- *¿Qué has tenido que sacrificar para ver este partido?*
- *¿Quién es tu jugador favorito? ¿Si lo tuvieras de frente, qué le dirías antes de este Clásico?*



FASE POST

24 al 30 de abril

RRSS

- Contenido Programas PDC
- Historias de Pasión
- #SelfieSantander

Contenido Programas PDC (Parrilla de Contenidos)

OBJETIVO: Incrementar las métricas de engagement los días posteriores al juego, en donde la conversación del partido aún sigue vigente y es el momento idóneo para continuar sumándonos.

Se activarán los programas de la PDC:

“Crónicas del partido” - para contar a través de vídeos los highlights del juego. Además (de ser posible) se pedirá a un INFLUENCER periodista de la cadena **Fox Sports** que nos comparta su crónica y comentarios sobre el juego y sus estrellas latinas.

“Momentazos” - para recrear con tono de humor los mejores momentos del Clásico (atajadas, tiros, gestos, faltas etc) que nos permitirán unirnos a las conversaciones post juego de manera diferente.

“Encuestas” - para abrir debates y opiniones sobre lo que se habla posterior al juego”.



La Tribuna Santander

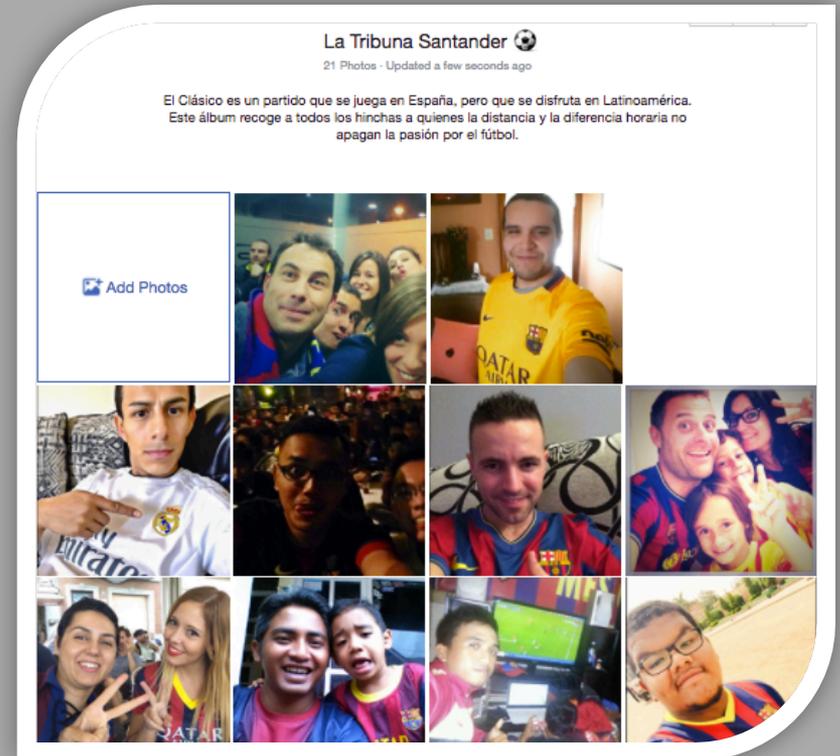
OBJETIVO: Elevar la fidelización de los fans hacia la marca, recopilando todo el contenido que compartieron y publicándolo en nuestros canales.

¡Lo prometido es deuda!

Finalmente con todos los selfies recopilados, crearemos un álbum en Facebook de fotos titulado **"La tribuna Santander"**, en la que agregaremos todos los selfies de los usuarios.

Invitaremos a los usuarios a etiquetarse y ponerle un titular a su propia foto.

De esta manera se aumentará la fidelización con la comunidad 😊



Field Agent > Historias de Pasión

OBJETIVO: Reforzar el posicionamiento PROSPER de la marca gracias a contenido que cuente historias más emocionales asociadas al esfuerzo y el amor al fútbol.

Queremos despertar el lado emocional de los fans y recopilar verdaderas historias detrás de muchos aficionados para ver el Clásico... ¡porque siempre hay historias de esfuerzos y hazañas que haría cualquier hincha por el amor al fútbol!

Inspirados en la cuenta “Humans of New York” nuestro reportero se encargará de recopilar en las afueras del estadio estas pequeñas historias para convertirlas en fragmentos que aumenten el lado emocional de nuestros fans, muchos de los cuales se sentirán identificados.

Estas historias se recopilarán el día del juego, sin embargo se publicarán en la fase POST.



188,827 likes 1d

humansofny "I didn't find out that I liked teaching until I was 45 years old. I was working as a graphic designer, and I volunteered to teach a group of kids from a poor region. It was part of a special program aimed at teenagers who'd dropped out of school. At first I was scared. Many of them had behavior problems. Some of them were addicted to drugs. One of them even brought a knife to class. But I discovered that I could really connect with

♡ Add a comment... ⋮



53,966 likes 16w

humansofny "I was first exposed to ballet at the age of seven when a traveling company came to my church in North Carolina. By the time I was eleven I was practicing six days a week. It became my all-consuming monastic devotion. I eventually made it to the New York City Ballet. I've always seen ballet as my way of serving God. I think it's what God has called me to do. You can call it frivolous, or superficial. But you can stretch that

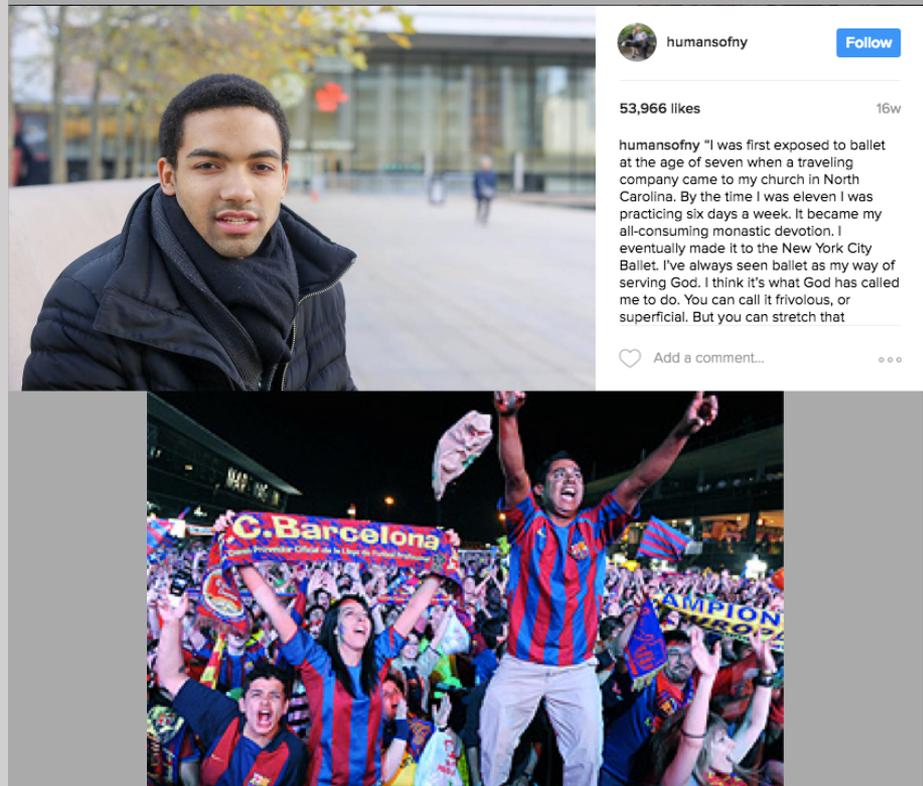
♡ Add a comment... ⋮

Publicación de Historias de Pasión y La Pasión del Hinchha

OBJETIVO: Aumentar la participación de los fans con la publicación de las historias recopiladas durante el juego, así como sumarnos a las conversaciones posteriores al juego.

Finalmente, con las historias y entrevistas recopiladas por nuestro reportero, crearemos contenido para la semana posterior al juego, en donde llevaremos el lado pasional de los hinchas que vivieron el encuentro.

Se creará contenido tanto en formato de imagen, para contar las historias emotivas de los personajes en **"Historias de Pasión"**, así como en vídeo para recrear vídeo-virales con tintes de humor entre hinchas rivales en **"La Pasión del Hinchha"**



Gracias

Nuestra misión es contribuir al progreso de las personas y de las empresas.

Nuestra cultura se basa en la creencia de que todo lo que hacemos debe ser

Sencillo | Personal | Justo

