



COMUNICACIÓN EN GESTIÓN DEPORTIVA LOCAL

Vila-real, 20.09.2014 // Comunicación y Gestión deportiva

NO GASTÉIS DINERO

**elaborando MATERIALES DE
COMUNICACIÓN**

....

GASTAD TIEMPO PENSANDO

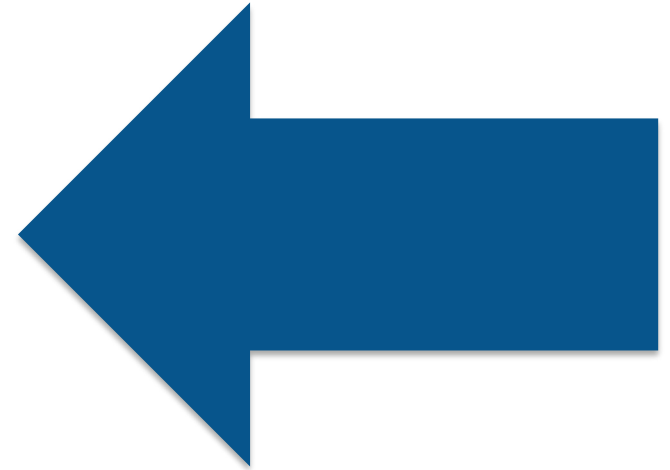
**IDEAS CREATIVAS para
lograr lo que queréis**

Debilidades. Deberíamos tener más abonados/as..

Amenazas. Los abonados que tenemos se van.

Fortalezas. Tenemos algo que nos hace diferentes...

Oportunidades. Tenemos ideas innovadoras e ilusión para llevarlas a cabo.



CONCLUSIONES...

Tenemos **DEBILIDADES** que resolver:

1. Falta que la **GENTE SEPA** más sobre nosotros
2. Nos faltan **RECURSOS**



CONCLUSIONES...

Tenemos unos **OBJETIVOS** claros:

1. **CAPTAR** nuevos socios/as
2. **FIDELIZAR** los que ya tenemos

Vale, pero... ¿**CÓMO LO HACEMOS?**





PARA EMPEZAR...

No es necesario disponer de un gran presupuesto para lograr un buen posicionamiento y una buena reputación.

ZARA



ZARA

6 puntos de su estrategia de marketing y publicidad

1. **Tiendas ubicadas en las mejores Calles**
2. Varios **escaparates** y muy amplios
3. **Grandes puertas** para no “interrumpir el paso hacia la tienda”
4. Exigentes con la **limpieza**
5. Colores claros en sus **fachadas** para dar importancia sólo a la ropa
6. Ropa a **precios asequibles**

**La estrategia de Marketing y publicidad de Zara
está muy clara: ¡SÓLO invertir en las tiendas!**

INNOVACIÓN



Comunicación para CAPTAR nuevos abonados/as

ESTRATEGIA COMUNICATIVA A PARTIR DE UN MODELO MULTICANAL



COMUNICACIÓN MULTICANAL



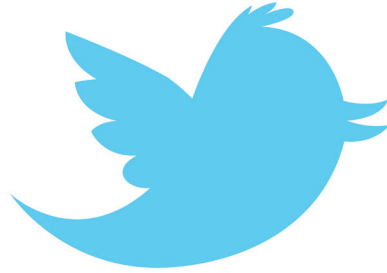
Comunicación para CAPTAR nuevos abonados/as

LA IMPORTANCIA DE CREAR CANALES DE COMUNICACIÓN PROPIOS

Crear CANALES DE COMUNICACIÓN propios para:

1. Ofrecer una **atención más personalizada y directa.**
2. **Reducir los costes** de cada una de las promociones a realizar porque nos alimentaremos de nuestros propios recursos.





flickr



LinkedIn

YouTube

.com



Comunicación para CAPTAR nuevos abonados/as

ESTRATEGIA COMUNICATIVA. EL PLAN DE COMUNICACIÓN.

1. Determinar los **OBJETIVOS**
2. Decidir a quién vamos a dirigir la comunicación: **PÚBLICO OBJETIVO**
3. Pensar cuál es la **IDEA** que queremos transmitir
4. Fijar el **PRESUPUESTO** con el que contamos
5. Seleccionar los **MEDIOS** adecuados y la frecuencia con la que los utilizaremos
6. Ejecutar el plan y **EVALUAR** su impacto



Comunicación para CAPTAR nuevos abonados/as

MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA

1. Elementos base de **identidad**: símbolo, logotipo, marca, colores y tipografías
2. Sistema de **papelería**
3. Sistema de **cartelería** de campañas
4. Sistema de **tarjetas de visita**
5. Sistema de **cartelería interna**
6. **Comunicación 2.0**: página web, redes sociales

Es importante respetar la imagen corporativa del centro porque esa es la imagen con la que la **GENTE NOS IDENTIFICA**



Comunicación para FIDELIZAR nuevos abonados/as



Comunicación para FIDELIZAR nuevos abonados/as

LO IMPORTANTE NO ES QUE VEN GAS,
ES QUE VUELVAS



Comunicación para FIDELIZAR nuevos abonados/as

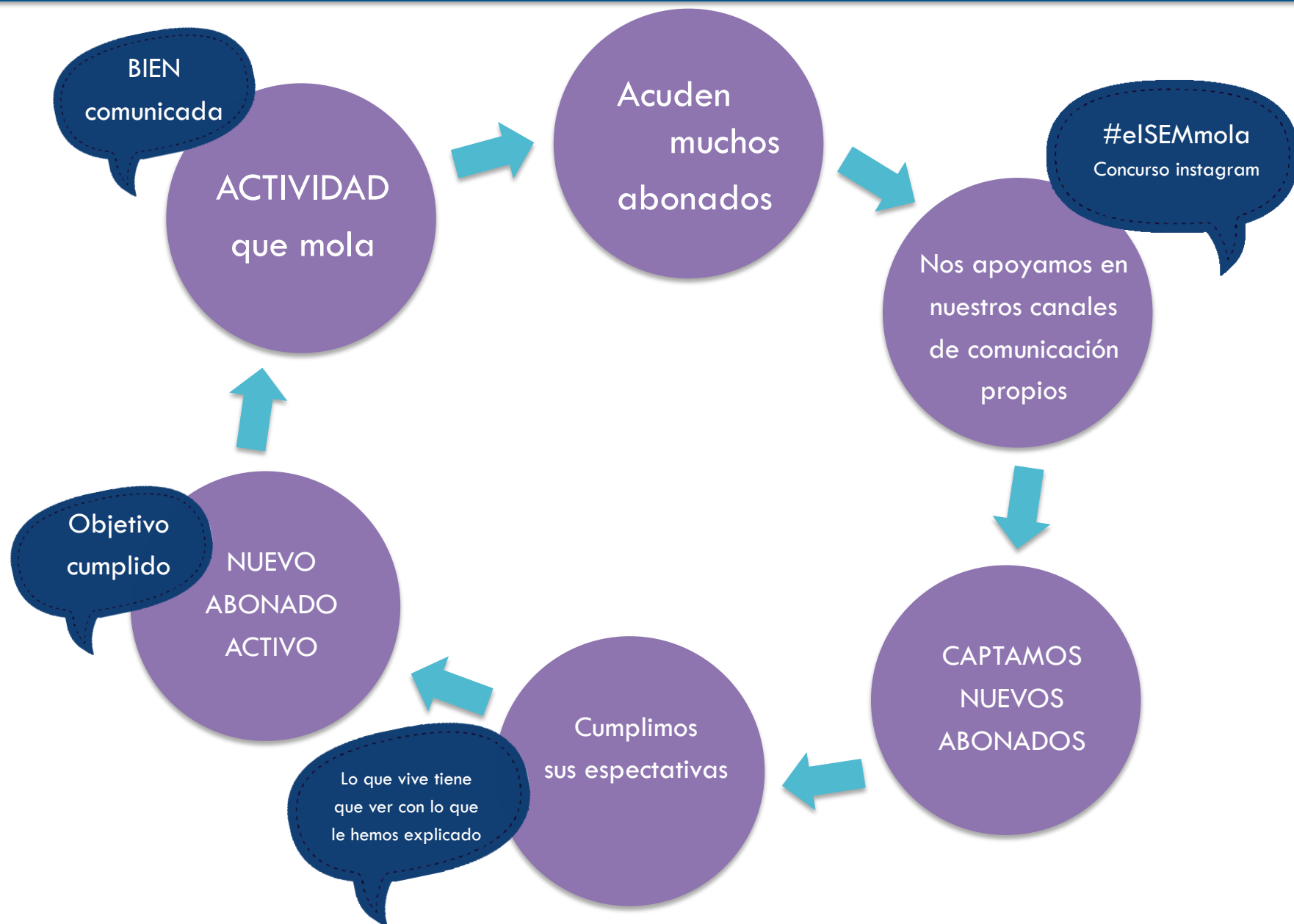


Comunicación para FIDELIZAR nuevos abonados/as

HAZLO BIEN Y HAZLO SABER



Vamos a lo real...



Comunicación INTERNA. La clave para una buena gestión.

OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA. Lo que lograremos...

Disminución del tiempo de **resolución de problemas**.

Incremento de la autonomía en la **toma de decisiones** de los trabajadores.

Mejora de la **eficiencia** de la organización.

Creación del **sentido de equipo** de trabajo.

Hace los trabajadores embajadores de la **marca**.

Fomenta el intercambio de conocimientos e **incrementa el compromiso**.

Mejora la **productividad**.



Comunicación INTERNA. La clave para una buena gestión.

MECANISMOS DE COMUNICACIÓN INTERNA.

- Newsletter mensual. **MAILCHIMP**
- Plataforma **Google Drive** (trabajo en línea)
- **WhatsApp** por áreas de trabajo (liderados por el responsable)
- **Manual de bienvenida**
- Programa de **motivación**: actividades fuera del trabajo



~~GASTAR~~ INVERTIR TIEMPO
CREANDO

para lograr lo que queréis



Y sobretodo...

INNOVAR

ACTUAR

MEJORAR



nlorasb@gmail.com
@NLoras



Comunicación y Gestión deportiva