

The impact of social media on sport

SELECTING STRATEGIES ON SOCIAL MEDIA TODAY



@xargos, Xavier Forcadell



Social Media Hoy en Dia

La evolución Tecnológica
Cambios en los canales de la comunicación

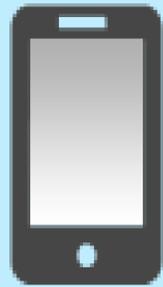


www.xavierforcadell.com | @xargos | info@xavierforcadell.com

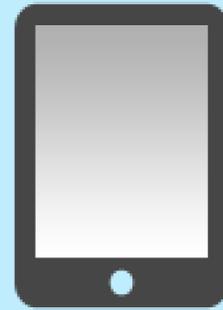


Accesos al SocialMedia

Tres pantalla
A todas horas. En cualquier lugar



Smartphone



Tablet



PC / Portatil

www.xavierforcadell.com | [@xargos](https://twitter.com/xargos) | info@xavierforcadell.com



Algunos datos

106 Millones ← Cuentas totales Usuarios activos → 750 Millones

300,000 ← Nuevas cuentas Min/mes permanencia → 700 Billones

108 Millones ← Visitantes únicos Fotografías subidas → 2.5 Billones

140 ← Carácters máximos Apps/día instaladas → 20 Millones

640 ← Tweets por seg. Usuarios fuera de USA → 70%

www.xavierforcadell.com | @xargos | info@xavierforcadell.com



El Proceso

Comunicación

Nuestro Mercado



Social Media

Podemos escuchar



Marca y Engagement

Crearemos dialogo



Interactuar

Posicionandonos como lideres



www.xavierforcadell.com | [@xargos](https://twitter.com/xargos) | info@xavierforcadell.com

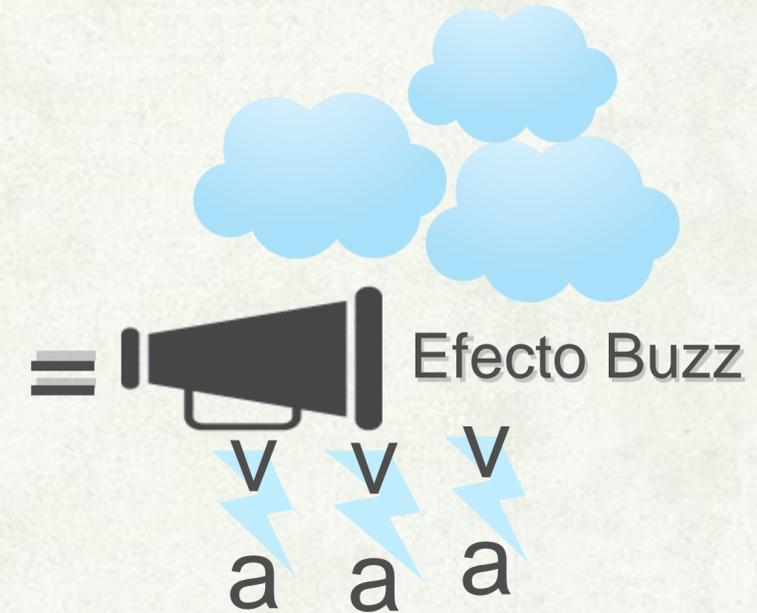


b

Efectos del SocialMedia



+



Ruido (BUZZ) = Notoriedad de Marca

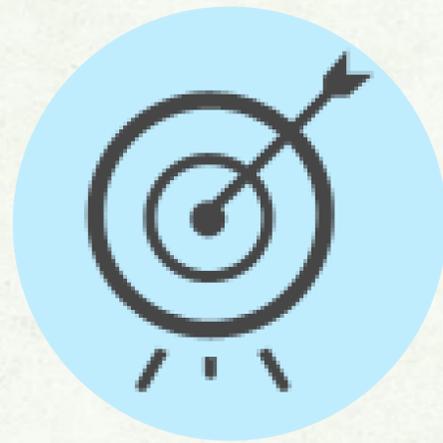
www.xavierforcadell.com | @xargos | info@xavierforcadell.com



b

Como conversar

EL OBJETIVO FINAL SIEMPRE SERÁ LA ESCUCHA ACTIVA



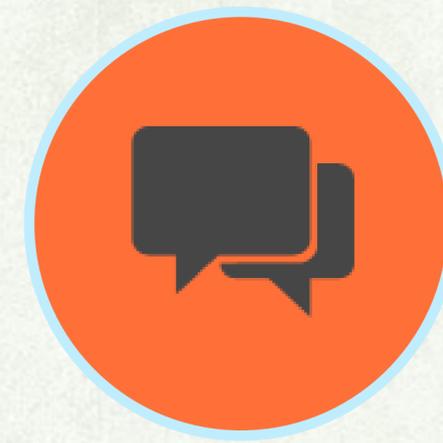
Definir TARGET



Crear CONTENIDO



INFLUENCERS
y
PRESCRIPTORES



ESCUCHAR
Y
INTERACTUAR

www.xavierforcadell.com | [@xargos](https://twitter.com/xargos) | info@xavierforcadell.com



Caso de éxito

Marca

MUNICH

Antecedentes

- Empresa catalana fundada en 1939 (Sant Boi de Llobregat)
- Negocio familiar especializado en calzado
- En 1949 se especializan en calzado deportivo
- En 1964 cambiaron su nombre (Berneda) por el definitivo Munich
- 1980 Sacaron su primer modelo de zapatillas para fútbol sala que fue líder del mercado
- Fue la primer empresa española en comercializar directamente al cliente final
- En 2004 abrió su tienda online de venta directa.
- Hoy en día basa su estrategia en las nuevas tecnologías



www.xavierforcadell.com | @xargos | info@xavierforcadell.com



b

Acciones

MUNICH Mer.cat 2011



355 : 22 : 21 : 30

Smartphones ready?

Munich my way

- Permite al usuario customizar sus zapatillas
- Participación activa del usuario
- El cliente se siente parte activa en el proceso de compra
- Observatorio de tendencias

Munich mer.cat

- Mercadillo propio que nació con la idea de liquidar stocks.
- El éxito fue rotundo.
- Actualmente han gamificado las convocatorias de compra, dando pistas donde se realizará el mercadillo.

www.xavierforcadell.com | @xargos | info@xavierforcadell.com



Beneficios



Twitter

7.500 seguidores

Facebook

250.000 seguidores (50% fuera de España)

Los seguidores cuelgan fotos de sus zapatillas Munich, preguntan sobre las novedades, participan en encuestas y muestran sus opiniones.

En estas redes sociales consigue hacer **comunidad**, **interactuar** con sus usuarios y recibir una información valiosísima de ellos.

www.xavierforcadell.com | [@xargos](https://twitter.com/xargos) | info@xavierforcadell.com



Quieres saber más...



@xargos



[.../in/xavierforcadell/](#)



info@xavierforcadell.com



xavierforcadell.com



Espero vuestras opiniones y preguntas

Thank you ;)



Descargas en SlideShare



.b