

PATROCINIOS Y REDES SOCIALES

¿Cómo gestionar mis
redes y lograr más
patrocinios?



Índice

1. ¿Qué quieren las marcas deportivas?
2. ¿Cómo lograr que las marcas se fijen en nosotros?
3. ¿Cómo ser un buen gestor de las redes sociales?
4. ¿Cómo dar visibilidad a mi patrocinador a través de la redes sociales?

¿Qué quieren las marcas deportivas?

- 1. Objetivos de las marcas
 - La mayoría de los patrocinadores, lo **que** buscan fundamentalmente es generar nuevas oportunidades de negocio, establecer nuevos contactos, dar a conocer sus productos y marcas. Al **patrocinar** a un deportista, las empresas buscan llegar a su target y obtener la mayor visibilidad posible entre su audiencia
 - Las marcas desean tener presencia, 'aparecer' en la escena para ser más conocidas por el público. Posteriormente, pretenden asociarse a una imagen de prestigio que les contagie su calidad y credibilidad. El patrocinio deportivo consiste en ganar intangibles mediante la asociación con clubes o personalidades del deporte que son apoyadas por las personas.

¿Qué quieren las marcas deportivas?

2. Generar contenido alineado a sus intereses
3. Convertir el mundo offline en el online
 - El nuevo paradigma digital ante el que nos encontramos ha cambiado la manera de hacer marketing. Si antes el patrocinador solamente se mostraba de manera offline, ahora debe estar metido de lleno en la el universo online y desarrollar planes de comunicación que le otorguen una gran importancia a las redes sociales.
4. No es necesario grandes triunfos deportivos
5. Visibilidad del deportista (Joaquín)
6. Vinculación a unos valores: esfuerzo, sacrificio, pasión, superación

https://www.youtube.com/watch?v=Ox3LT9h_OH84%20

¿Cómo lograr que las marcas se fijen en nosotros?

1. Más impacto y menos resultados deportivos
2. Engagement: : compromiso. Crear conexiones emocionales.

<https://youtu.be/wSNYYThX5-g>

<https://youtu.be/UNf2xUKZRAM>

3. Variedad: creatividad e imaginación, originalidad



¿Cómo lograr que las marcas se fijen en nosotros?

4. Constancia



5. Valor añadido: “Una imagen vale más que mil palabras”

Napoleón Bonaparte



¿Cómo ser un buen gestor de las redes sociales?

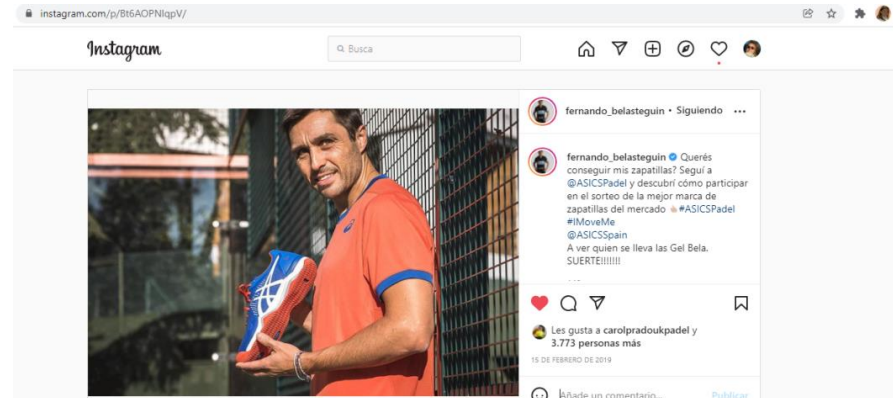


1. Muéstrate único y real: se natural y no forzado. No publiques por impulsos, ni improvisaciones.
2. Lleva un control de tus publicaciones:
 - Planifica cómo, cuando y qué quieres publicar
3. Cuida la imagen corporativa y personal

¿Cómo ser un buen gestor de las redes sociales?

4. Interactúa

- El jugador de pádel Fernando Belasteguín, más conocido como "Bela", patrocinado por Asics Pádel interactúa con su audiencia a través de un sorteo.



5. Diversifica

¿Qué red social me conviene?

¿ Cómo ser un buen gestor de las redes sociales?

6. Crea tu comunidad

- Sé creativo, se original.
- Decide qué formato tiene que usar para publicar: foto, video, solo texto, sorteo...etc
- Pregunta a tu comunidad qué les gustaría saber de ti...

7. Valórate

- Cuida tu estilo, no cometas faltas de ortografía, cuida tu léxico.
- Si representas a una marca no entres en polémicas, no puedes dañar la imagen de tu patrocinador.
- No contestes nunca en caliente, deja pasar unos minutos...el humor es un buen aliado para salir de situaciones embarazosas.

¿Cómo dar visibilidad a mi patrocinador en las redes sociales?

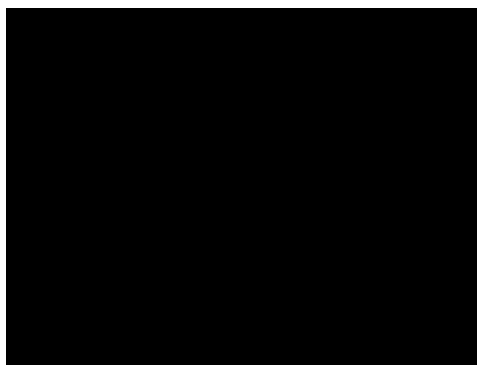
1. Mención expresa en tu perfil de redes sociales
2. Mención de algún producto o servicio que ofrecen
3. Mención indirecta en una entrada de redes sociales

Los contenidos deportivos son muy agradecidos y tienen una peculiaridad: se crea un **vínculo emocional** entre el usuario y la marca (club o deportista) para que se sienta identificado y orgulloso de ella.

En el deporte, las emociones son muy importantes. Compartir la pasión, estar en los momentos de entrenamiento o sufrimiento, en las victorias y en las derrotas...todo hay que trasmitirlo hay que comunicarlo.



“LO QUE NO SE COMUNICA, NO EXISTE”



I CONGRESO INTERNACIONAL DE MUJERES Y PADEL

padelfederacion.es

COMITE MUJER Y DEPORTE fep

I CONGRESO INTERNACIONAL DE MUJERES Y PADEL

padelfederacion.es

COMITE MUJER Y DEPORTE fep

