



CLUB ATLÉTICO TALLERES

EIKON 2018 - CATEGORÍA 17. PUBLICIDAD INSTITUCIONAL ON LINE

CASO

Hinchas Extraordinarios: innovación y valores

INSTITUCIÓN

Club Atlético Talleres

ÁREA

Comunicación y Vinculación Institucional

EQUIPO DE TRABAJO RESPONSABLE

Miguel Cavatorta . Santiago Barrutia . Jose Sanguedolce. Emiliano Dominici.
Agustina Lopez . Maxi Baldi . Matias Quiñonero

·#HinchasExtraordinarios



CLUB ATLÉTICO TALLERES

INTRODUCCIÓN

El Club Atlético Talleres es una institución deportiva que actualmente participa de las competencias organizadas por la Superliga Argentina de Fútbol que fue fundada en 1913 por los operarios ingleses que trabajaban en los talleres del ferrocarril.

En la década del 20 realizó fue el primer equipo en realizar una gira internacional, en la década del 30 construyó su primer estadio en Barrio Jardín Espinosa en donde en años sucesivos recibió al Barcelona, al Milán y al Santos de Pelé, entre otros prestigiosos equipos.

Los años 70 fueron tiempos de esplendor aportando una docena de jugadores a la selección mayor, tres de los cuales fueron campeones en el mundial 78.

En la década del 90 obtuvo la única copa internacional del fútbol cordobés con participaciones sucesivas en copa Mercosur y Libertadores.

Luego sobrevino la crisis institucional, económica y deportiva más importante de su historia, la declaración de quebranto en diciembre del 2004 y a la aplicación de la ley de salvataje de entidades deportivas.

En noviembre de 2014, la Justicia llamó a elecciones y los socios reasumieron la responsabilidad de la conducción en diciembre de ese año.

El club estaba en la tercera división, contaba sólo 1.600 socios, una sola escuela de fútbol, 80 filiales, muy pocos sponsors y vivía en un entorno de violencia, descreimiento y prácticamente sin servicios para sus simpatizantes.

A lo largo de esa compleja etapa, la gente, el simpatizante, fue el gran resguardo para la supervivencia de la institución. En el hincha, con su vitalidad extraordinaria, combinación de esencia, identidad y futuro.

La Comisión Directiva presidida por Andrés Fassi puso en marcha un Plan Estratégico de Desarrollo Institucional, Social y Deportivo denominado Talleres Vuelve con la visión de recuperar la identidad histórica, reforzar la función social, renovar el protagonismo deportivo y sentar las bases de la sustentabilidad, sobre la base de una gestión profesional, innovadora y moderna.

La comunicación se planteó de un modo integral, integrado, sistémico y estratégico, como un aporte para reposicionar a la institución en la comunidad, fortalecer la propuesta de valor y mejorar la calidad de todos los servicios destinados a hinchas y socios.

Todos los desarrollos se realizan internamente con los equipos de trabajo del Club

Se decidió prestigiar y jerarquizar la camiseta interviniendo en la calidad de las telas y su diseño, jerarquizando sponsors presentes en la indumentaria oficial y trabajando con profesionalismo cada lanzamiento.



CLUB ATLÉTICO TALLERES

Se decidió asumir a cargo del Club la gestión integral de la Tienda que ofrece la indumentaria a los simpatizantes ya que la misma estaba prácticamente abandonada sin stock de productos y una precaria prestación.

Desde el comienzo de la actual gestión se decidió que las Tiendas debían ser gestionadas integralmente por el Club como un servicio esencial para toda la familia y como fuente generadora de ingresos.

La Tienda comenzó a crecer, por primera vez en la historia se desarrollaron catálogos completos con toda la colección deportiva oficial, más una línea urbana casual para toda la familia y se habilitó la venta por internet a través de la Tienda On Line.

El avance del Proyecto revivió la vieja mística, permitió recuperar la confianza, atrajo a nuevos socios y planteó la necesidad de más y mejores servicios.

Superamos los 50.000 socios con presencia en todas las provincias argentinas a través de 150 filiales, superamos las 100 escuelas de fútbol en todo el país y ascendimos a la Primera División

El mejoramiento de la oferta y la creciente demanda por parte de los hinchas comenzó a complicar la atención de las consultas sobre productos a clientes de la Tienda en las redes sociales oficiales dedicadas centralmente a la información institucional, social y deportiva.

Llegó la decisión de habilitar nuevas redes sociales exclusivas para la Tienda Oficial, junto al momento de la presentación de la camiseta para la nueva temporada que recuperaba el histórico color bordó.

Un momento adecuado para valorar aquella pasión extraordinaria de los hinchas, su vínculo con el Club y nuestros jugadores y exponer los atributos de la nueva etapa de gestión caracterizada por innovación, calidad y modernidad.

Había que instalar un nuevo servicio y presentar la nueva equipación deportiva.

Una oportunidad para poner en valor la identidad, fortalecer los vínculos, generar relaciones más cercanas, optimizar la imagen de marca, incrementar notoriedad y mostrarlo con calidad.

Desde lo institucional, la decisión fue integrar la presentación de la camiseta para el campeonato 2017/18 y promover las nuevas redes sociales exclusivas para La Tienda Oficial Talleres en Instagram y Facebook.



CLUB ATLÉTICO TALLERES

OBJETIVOS GENERALES

- . Generar identificación, cercanía, orgullo y pertenencia entre los hinchas, los jugadores y la institución.
- . Promover valores institucionales como constitutivos del valor simbólico, reconociendo la mística de nuestra gente en su vida cotidiana.
- . Posicionar a nuestros jugadores emblemáticos como portavoces de los atributos institucionales: responsabilidad, esfuerzo, compromiso, humildad y superación.
- . Poner en valor la centralidad del hincha como razón de ser de la misión institucional y destinatario de todos los esfuerzos y trabajo del Club.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- . Presentar la nueva camiseta con un formato innovador de calidad y jerarquía.
- . Promover el nuevo servicio de redes sociales de la Tienda para un contacto más directo con los compradores.
- . Integrar nuevos canales de comunicación hacia los nuevos públicos

EJECUCIÓN

Sobre la base del concepto inspirador de que los hinchas son la razón de ser del Club y los destinatarios del esfuerzo diario de jugadores y equipos profesionales, junto a la decisión de fortalecer los valores que dan forma a la identidad y la imagen pública, se creó un producto audiovisual para su circulación exclusiva en redes.

Se crearon las nuevas redes de Tienda. Se trabajó en el diseño de la nueva camiseta. Se elaboró la campaña de publicidad institucional.

La idea fuerza fue que nuestros hinchas, son capaces de resolver de un modo extraordinario las situaciones de su vida cotidiana inspirados en los valores de la pasión por sus colores.

Se definieron cuatro valores claves, se identificaron situaciones básicas de la vida diaria del hincha común y se definió el perfil de jugadores emblemáticos para construir ese valor simbólico y transmitir esa esencia identitaria.



CLUB ATLÉTICO TALLERES

Se definieron una serie de capítulos secuenciados para consolidar una historia con eje central en ese poder casi místico: Comienzo Feliz; Jamás Vencido; La Fuerza del Rey; Mente y Alma y La Gran Reunión.

Inicialmente la Campaña podía ser vista exclusivamente en las nuevas redes sociales de Tienda y desde las redes sociales institucionales se acompañaba con generación de expectativa y difusión.

Durante un mes se realizó la pre producción para la definición del concepto, guionado y planificación y durante cinco días se realizaron las grabaciones de las escenas específicas en donde participaron una docena de técnicos de arte, sonido, maquillaje y vestuario.

Se grabó en locaciones ubicadas en canal 10, canal 12, Biblioteca Popular Vélez Sarsfield y Paseo del Jockey utilizando cámaras sony y distintos tipos de luces y lentes carl seis.

La Campaña se desplegó a lo largo de dos semanas, en donde una serie de cinco capítulos sucesivos se fueron articulando pequeñas grandes historias con un potente mensaje de valores a compartir que encuentran en el amor por los colores, el impulso, la fuerza, el estímulo y la motivación para encarar con alegría la responsabilidad de cada día.

Para el lanzamiento se contempló un capítulo incógnita, emitido el lunes 6 de noviembre, para la expectativa inicial para el cual se convocaron a referentes de opinión de los informativos periodísticos de los canales de aire más importantes de la ciudad de Córdoba, entre quienes se destacaron Alejandra Bellini de canal 12/El Trece y Julio Kloppenburg de canal 10 de la Universidad Nacional de Córdoba y de este modo se instaló “la inquietud sobre situaciones de gente común que asumía con éxito situaciones extraordinarias”.

En los días sucesivos se fueron develando los capítulos que exponían el “encuentro” de los hinchas con sus ídolos que portaban un mensaje de superación.

Levantarse cada mañana para ir al trabajo, hacer la tarea, tomar la leche y estudiar, se ven atravesados por la energía poderosa de una pasión extraordinaria.

La voz de mando de Javier Gandolfi, la sencillez de “Bebelo” Reynoso, la potencia de Leo Godoy, la vocación docente de Juan Cruz Komar y la maestría y liderazgo de Pablo “Cholo” Guiñazú, se combinan con los sueños de nuestros hinchas de hacer una historia común y compartida con sentido de comunidad y pertenencia.

El resultado: un producto de comunicación lleno de innovación, sensibilidad y valores, con calidad realizativa y buen humor; que sostiene un mensaje de superación permanente presente en campañas institucionales anteriores.

TRAILER

<https://we.tl/RnfluclEYE>



CLUB ATLÉTICO TALLERES

SERIE COMPLETA:

CAP.00 // <https://www.youtube.com/watch?v=TK6Hd8vtYdA>

CAP.01 // Comienzo Feliz
<https://www.youtube.com/watch?v=3ngsPaF-gkw&t=6s>

CAP.02 // Jamás Vencido
<https://www.youtube.com/watch?v=OumbZuKLSKM>

CAP.03 // La Fuerza del Rey
<https://www.youtube.com/watch?v=37FFehgy-7Q&t=1s>

CAP.04 // Mente y Alma
<https://www.youtube.com/watch?v=8UxeznDOeA0>

CAP.05 // La Gran Reunión
<https://www.youtube.com/watch?v=uyLtztkZ52k>

COMPROBACIÓN / EVALUACIÓN

La serie Los Extraordinarios en su conjunto considerando todos los capítulos tuvo más de 200.000 visualizaciones, reunió en las nuevas redes a más de 10.000 personas y en la primera semana comercializó 3.600 camisetas.

El desarrollo fue destacado por su innovación y calidad en medios especializados ampliando prestigio y difusión.

Del clipping se destaca:

<http://www.marketingdelosdeportes.com/index.php/talleres-lanza-las-redes-sociales-de-su-tienda-oficial-con-la-serie-los-extraordinarios/>

<http://marcadegol.com/2017/11/redes-sociales-de-tienda-talleres/>

http://www.marketingregistrado.com/ar/futbol/2017/11/18493_talleres-presento-su-propia-serie-en-redes-sociales-para-promocionar-su-nueva-tienda/

<http://mundod.lavoz.com.ar/videos/los-extraordinarios-el-video-del-que-habla-el-mundo-talleres>

http://marcaenzonea.com/detalle.php?id_news=6324

https://www.cadena3.com/noticias/futbol/gandolfi-lucio-actuando-una-campana-talleres_1754

6



CLUB ATLÉTICO TALLERES

TWEET QUE IDENTIFIQUE LA CAMPAÑA:



#LosExtraordinarios: ¡Mirá la mini serie completa! → bit.ly/2A9n8Xu



16:31 - 17 nov. 2017

Redes Sociales de Tienda Oficial luego del lanzamiento en noviembre de 2017

facebook.com/latiendatalleres

13.059 Me Gusta / 59% de los Fans son hombres. 41% son mujeres. / La mayoría tienen entre 18 y 34 años. / Argentina, México, Brasil, España, Paraguay, Venezuela, Colombia, Francia, Perú, Bolivia.

instagram.com/latiendatalleres

12.797 seguidores / 334 publicaciones / 71% seguidores hombres. 29% Mujeres. / La mayoría tiene entre 18 y 24. / La mayoría son de ciudad de Córdoba. / Impresiones promedio por día de historias: 15.000 / Más de 600 consultas por mes respondidas