VALYOU COMMUNITY SOCCER EDITION

IL VALORE DELLE PASSIONI

MODALIA REINVENTA IL CONCETTO DI SOCCER COMMUNITY

Un'idea che viene da lontano, dall'esperienza nel mondo dei social media, dalla forza di sapere organizzare e mantenere la logistica di un progetto così articolato, dalla continua volontà di ricercare nuove soluzioni tecnico-creative per arricchire le esperienze di chi sulla rete condivide i propri sentimenti e le proprie idee.

AGGREGARE E INTRATTENERE

CONSUMATORI DIGITALI UN NUOVO SCENARIO GLOBALE

I consumatori navigano il web non come osservatori passivi, ma per cercare e condividere esperienze. Internet ha cambiato il modo in cui la gente apprende, comunica, pensa, vive, lavora, scopre, si appassiona e prova nuovi stili di vita. In questo nuovo scenario ci stiamo spostando da "canali" dove i consumatori sono passivi... ad "arene" dove i brand partecipano insieme ai consumatori. I consumatori assumono un nuovo ruolo. Stanno diventando "prosumer" (producer + consumer). Da fruitori di informazioni diventano soggetti attivi che partecipano alla generazione delle informazioni stesse.
Ad esempio: oggi il turista può non solo trovare la propria offerta turistica ("consumer"), ma anche condividere con gli altri utenti la propria esperienza di viaggio lasciando commenti, recensioni e consigli sul web ("producer"): è un produttore attivo ed allo stesso tempo un consumatore attivo di turismo (Virtually There, Trip advisor).

IL PROGETTO

LE STRATEGIE DI UNA COMMUNITY PER I TIFOSI

La strategia consiste nell'utilizzare Facebook come leva di promozione per la vendita di prodotti e/o servizi proposti dal club calcistico. Considerando il numero medio di tifosi che attivamente seguono la propria squadra anche e soprattutto attraverso i vari canali online oggi disponibili (es: Facebook, Twitter, Youtube, etc...) e di cui quelli diventano fan o follower, è determinante eseguire il passaggio che trasformi l'utente in cliente. Come? Trasformando il sito ufficiale della squadra calcistica in prodotto da vendere, attraverso la creazione di valore che può essere declinato in modi diversi, per esempio proponendo l'accesso a contenuti esclusivi non rintracciabili altrove, scontistiche particolari riservate ai membri paganti iscritti, curando l'aspetto 'entertainment' dell'iscritto in modo da prolungare i tempi di permanenza sul sito, oppure offrendo merchandising customizzato e iniziative uniche per i supporter.

Sviluppare quindi uno spazio organizzato in un ambiente online avanzato per poter aggregare la community dei supporter della squadra esistente nel web, dove gli utenti possano confrontarsi, aggiornarsi, commentare esperienze, ottenere informazioni intorno alla squadra, accedere a contenuti esclusivi, pubblicizzare o organizzare eventi, dare avvio a iniziative, condividere le proprie passioni dentro e fuori la Rete. La piattaforma mette al centro l'utente come protagonista assoluto e autore attivo dei contenuti ("Prosumer") per consentirgli di commentare la propria esperienza legata alla squadra e di condividerla all'interno della community stessa, raggiungendo così il maggior numero di appassionati.

PERCHÉ UNA COMMUNITY PER IL VOSTRO CLUB?

Per allinearsi a quello che oggi fanno i più grandi club calcistici nazionali ed internazionali, per sviluppare una nuova voce attiva di bilancio, per rafforzare il rapporto tra i supporter e la squadra, per cercare nuovi fan.

LA SMART CARD E IL WELCOME KIT

E' prevista l'eventuale emissione di una carta elettronica dotata di microchip, personalizzata con nome, cognome e data di emissione, griffata con i loghi della Membership. Verrà inviata agli abbonati Gold all'interno del welcome pack. La card avrà come funzione quella di identificare l'abbonato nei negozi del Merchandise ufficiale del Club, per accedere alle promozioni, Per l'accesso agli eventi speciali quali "in campo con la squadra" e "assisti agli allenamenti".
Modalia si prende carico dell'intera organizzazione logistica relativamente al'emissione del welcome kit, dell'assemblamento dello stesso, della stampa e l'interscambio telematico dei dati dal sito web al microchip della card, fino alla gestione della spedizione postale del kit ai nuovi iscritti.

Sarebbe auspicabile che il Club si impegnasse nella produzione di merchandise ufficiale delle Membership, cappellini, felpe, magliette e sciarpe riportanti il logo della membership e acquistabili solo dai member. Il merchandise come segno di riconoscimento per gli appartenenti alla community, da sfoggiare alle partite per indicare la propria identità di member.

IL TEAM DI PRODUZIONE

Per la manutenzione del programma di membership, Modalia mette a disposizione dei suoi clienti un team qualificato di professionisti del settore web e social media. Il gruppo sarà suddiviso in due distinte squadre di lavoro, una dedicata alla manutenzione tecnica e grafica, l'altra alla redazione e gestione della community:

GESTIONE DEL PROGETTO
1 Senior project manager;
1 Senior account;

GESTIONE TECNICA E CREATIVA
1 Art Director e web designer senior;
1 Senior Developer - Drupal Specialist;
1 Senior Developer - db administrator;
1 Front End Developer;
1 Tecnico Video e addetto alla postproduzione;
1 Operatore video - videomaker;
1 System administrator addetto al data center, ai sistemi e alle dirette streaming;

GESTIONE DEI CONTENUTI E DEGLI ISCRITTI ALLA COMMUNITY
2 Community manager dedicati alla moderazione delle attività degli utenti;
1 Content Manager dedicato allo sviluppo redazionale dei contenuti editoriali testuali;

IL PIANO DI COMUNICAZIONE

Saremo al vostro fianco, pronti per creare una nuova strategia di comunicazione mirata e dedicata a sviluppare una coerente campagna promozionale per il sito della nuova Membership. Sfruttando canali a basso costo quali i Social Media del team, il sito della squadra o semplicemente associando alla campagna abbonamenti già in essere il brand della membership.

Tutte soluzioni in cui Modalia sarebbe l'attore principale degli interventi, ideando e sviluppando i materiali pubblicitari da includere nelle attività comunicative da intraprendere. Il tutto completamente a proprie spese e attraverso il proprio impegno.

Modalia Media s.r.l.
sede legale:
Via Luigi Capuana n. 10
00137 Roma (RM)

sede operativa:
Via Gaspero Barbera n. 35
50134 Firenze (FI)
0039 055.4221631

email: info@modalia.it
website: www.modaliamedia.it

Modalia
MEDIA

VALYOU

Modalia
MEDIA