



# El Plan

## 6. Comunicación

**Recordemos la visión...**

**Ser el líder en repercusión socio-deportiva en Andalucía y volver a ser el equipo más simpático de España.**

**Extender y universalizar el sentimiento verdiblanco.**

**Un modelo de club basado en la atención al beticismo.**

**pornuestroBETIS**

# 6. Comunicación



## Objetivos



- ▶ **Mejorar y potenciar los canales y medios de comunicación como facilitadores de la participación e interacción continua entre el club y su entorno** (aficionados, medios de comunicación, empresas e instituciones).
- ▶ **Optimización de las canales de comunicación como vía para obtener ingresos económicos.**
- ▶ **Fomentar las actividades del Área social y la vinculación con nuestros valores tradicionales** como vehículos para **la mejora general de la imagen del club** a nivel social e institucional.
- ▶ **Aumentar y mejorar el seguimiento mediático** de la evolución deportiva, social, e institucional del Real Betis.

## Estrategias, actuaciones y compromisos

### ▶ Una Nueva Identidad e Imagen Corporativa:

- ▶ **Motivos:** La nueva visión del club, la Fundación y el resto de nuevos objetivos sociales requieren de esta NUEVA IMAGEN CORPORATIVA.
- ▶ Dotación de **nuevos elementos de identidad corporativa**, que reflejen los valores del club.



- ▶ **Simplificación y Homogeinización de los actuales.** (Ejemplo: no es admisible que en la actual web del club existan distintos modelos de escudo).
- ▶ Realización de un **Manual de Identidad Corporativa** que especifique las normas de uso y las características de los elementos de la identidad corporativa del Real Betis Balompíe.

## Estrategias, actuaciones y compromisos

- ▶ **Una Nueva relación con los medios de comunicación:**
  - ▶ Estableciendo y compartiendo con ellos **nuevas normas de acceso y uso a las instalaciones.**
  - ▶ **Mejorar las instalaciones y medios** para desarrollar su trabajo: **Nueva sala de prensa y nuevo set de entrevistas.**
  - ▶ **Aumentando las facilidades para acreditaciones y la disponibilidad para entrevistas** y encuentros con los profesionales y directivos del club.
  - ▶ Establecer un **nuevo canal de comunicación; SALA DE PRENSA:** un espacio específico en la web oficial en la que encontrar todo lo necesario para su trabajo: los comunicados oficiales, las memorias económicas, los dossiers del club, horarios, citas...

## Estrategias, actuaciones y compromisos

### ▶ Medios gráficos:

#### 1. Una Revista de difusión gratuita los días de partidos en el Villamarín:

- ▶ Con **toda la información** sobre los enfrentamientos de Liga y Copa, los datos del equipo, del rival y de la competición.
- ▶ También con un reportaje interior de análisis más profundo.
- ▶ Formato estandar y secciones fijas para poder comercializar más fácilmente los espacios publicitarios y encartes.

#### 2. Revista Trimestral “Mundo Bético”:

- ▶ **Difusión gratuita** a los socios, medios de comunicación y peñas.
- ▶ Con un **contenido más para la reflexión, el análisis en profundidad** y la lectura reposada. Basada en el rigor y los valores del manque pierda.

## Estrategias, actuaciones y compromisos

### ▶ Betis TV:

- ▶ Se trata de la creación de un modelo de televisión temática basado en la información sobre el club y su entorno, los directos y la retransmisión de partidos con la fórmula del diferido 24 horas después.
- ▶ Contará **con instalaciones en el propio estadio**: un estudio de grabación, un set de producción y un set de entrevistas.
- ▶ Necesidad de que estos **contenidos sirvan también para ser consultados en la web oficial**, y convertir así a Betis TV en una televisión que, además, sea factoría de los productos audiovisuales del club.
- ▶ Posibilidad de ver Betis Tv a través de algunas plataformas digitales (*Ono, Digital+, Orange TV, Imagenio...*).

## Estrategias, actuaciones y compromisos

### ▶ Radio Betis:

#### ▶ Más medios:

- ▶ Mejores accesos a la versión digital por internet, un nuevo estudio en el nuevo estadio del Betis.
- ▶ Personal capacitado e independiente.

#### ▶ **Más directo:** Retransmitirá en directo los partidos, las entrevistas y las noticias importantes. Esto supone **mayor inmediatez** y por ello **mayor implicación con la visión y los objetivos del club**

#### ▶ **Más pluralidad:** La radio como **vehículo de información veraz y foco de encuentro de todos los béticos**, con respeto escrupuloso a todos los socios, accionistas, empresas proveedoras, asociaciones y peñas. *Lógicamente este principio de pluralidad es extensible a todos los medios del club.*

## Estrategias, actuaciones y compromisos

### ▶ Web oficial:

(1)

- ▶ En más idiomas (*español, inglés y otros*).
- ▶ Minisitios:
  - ▶ Zona socios, Peñas, Web junior, zona cantera, Fundación
- ▶ Más multimedia:
  - ▶ Zona de descarga de fondos de pantalla, fotos y videos (con publicidad), resúmenes de partidos y goles
  - ▶ Más uso de la **página del club en youtube** ®.
- ▶ Más directo: cobertura de **eventos en directo (Betis TV)**.

## Estrategias, actuaciones y compromisos

### ▶ Web oficial:

(2)

- ▶ **Más interactividad:** presencia de jugadores, técnicos y directivos en chats (puntualmente) y entrevistas on-line. Buzón del Bético.
- ▶ **Más noticias:** que sea posible seguir la actualidad del día a día del club.
- ▶ **Servicios a los socios:**
  - ▶ Enlace directo a la OAB.
  - ▶ Descargas de dossiers configurables por las peñas.
- ▶ **Objetivos:** generar tráfico, aumentar las vías de comercialización.

## Estrategias, actuaciones y compromisos

### ▶ Móviles:

- ▶ Acuerdos con operadores de telefonía para insertar contenidos exclusivos a través de su sitio web:
  - ▶ Videos con resúmenes de los partidos/goles.
  - ▶ Fondos de pantalla.
  - ▶ Noticias actualizadas.
- ▶ Alertas oficiales gratuitas para todos los socios: fecha y hora del partido, resultado posterior y goleadores.
- ▶ SMS marketing.