

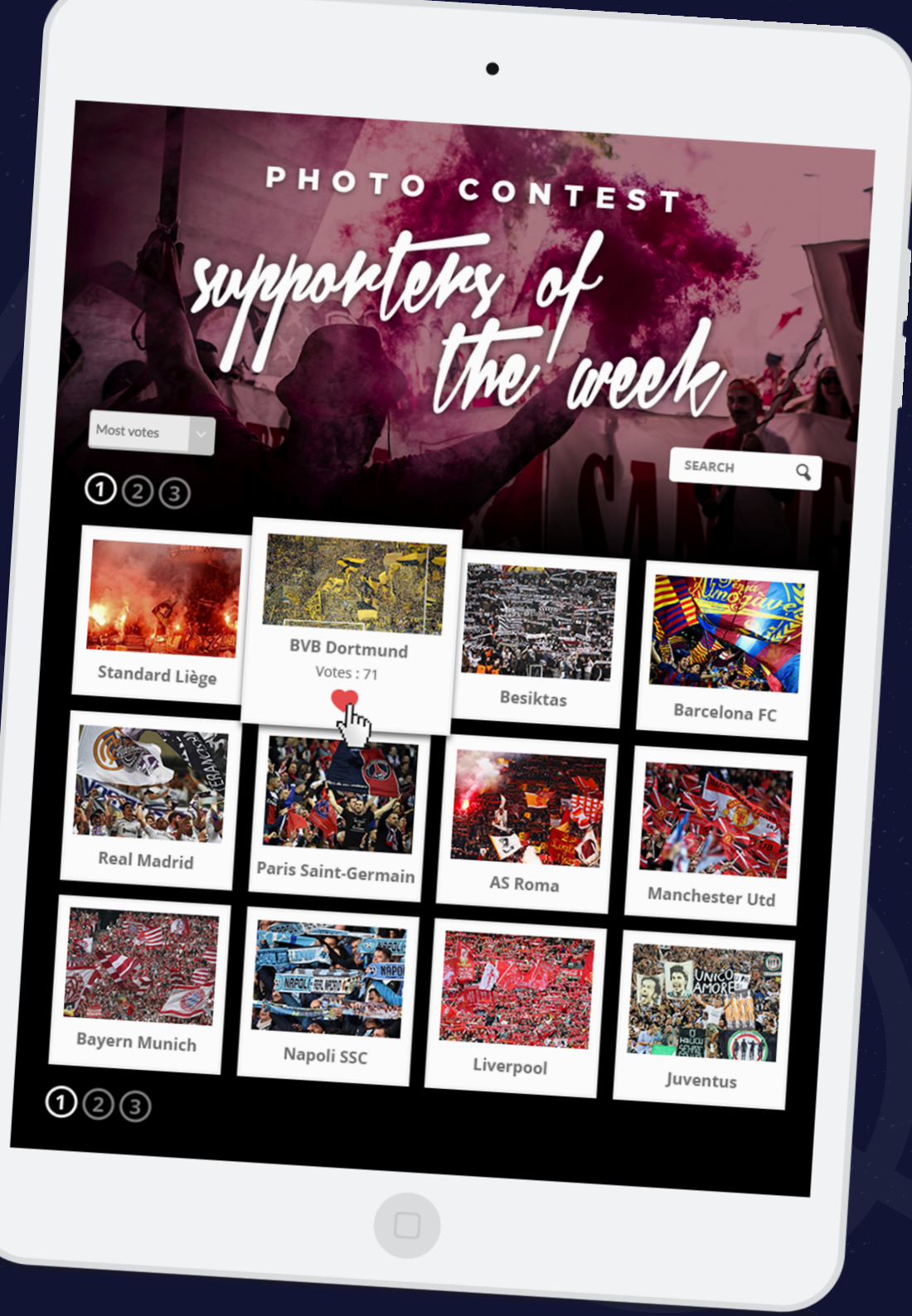
7 CAMPAÑAS **FUTBOLERAS** INTERACTIVAS PARA RECOPILAR DATOS DE CLIENTES POTENCIALES Y SEGMENTAR A LOS ACTUALES



¡ES HORA DE HABLAR DE LA COPA DEL MUNDIAL FIFA 2018! ¿ESTÁN PREPARADAS TUS ESTRATEGIAS DE MARKETING?

Los millones de personas que miran, retransmiten, buscan, twitteen...etc. dejan claro el impacto de la Copa del Mundo. Dado el enfoque global de este evento deportivo, muchas marcas y compañías de medios intentarán capturar la atención de quienes lo sigan.

¿Cómo vas a utilizar esta oportunidad para diferenciarte de la competencia, atraer y retener a los consumidores? ¿Buscas algo nuevo y divertido? Aquí hay 7 ideas de acciones digitales muy atractivas para disfrutar de la Copa Mundial 2018 con tu audiencia.



1. CONCURSO FOTOGRÁFICO/ HINCHA DE LA SEMANA

Crea un concurso fotográfico en el que invites a los participantes a subir una imagen del hincha más auténtico. Publica la galería de fotos en tu sitio web, página de Facebook o incluso en un mini-site creado exclusivamente para este fin. A continuación, puedes invitar a los visitantes a que voten por su imagen favorita.

¿POR QUÉ NOS GUSTA?

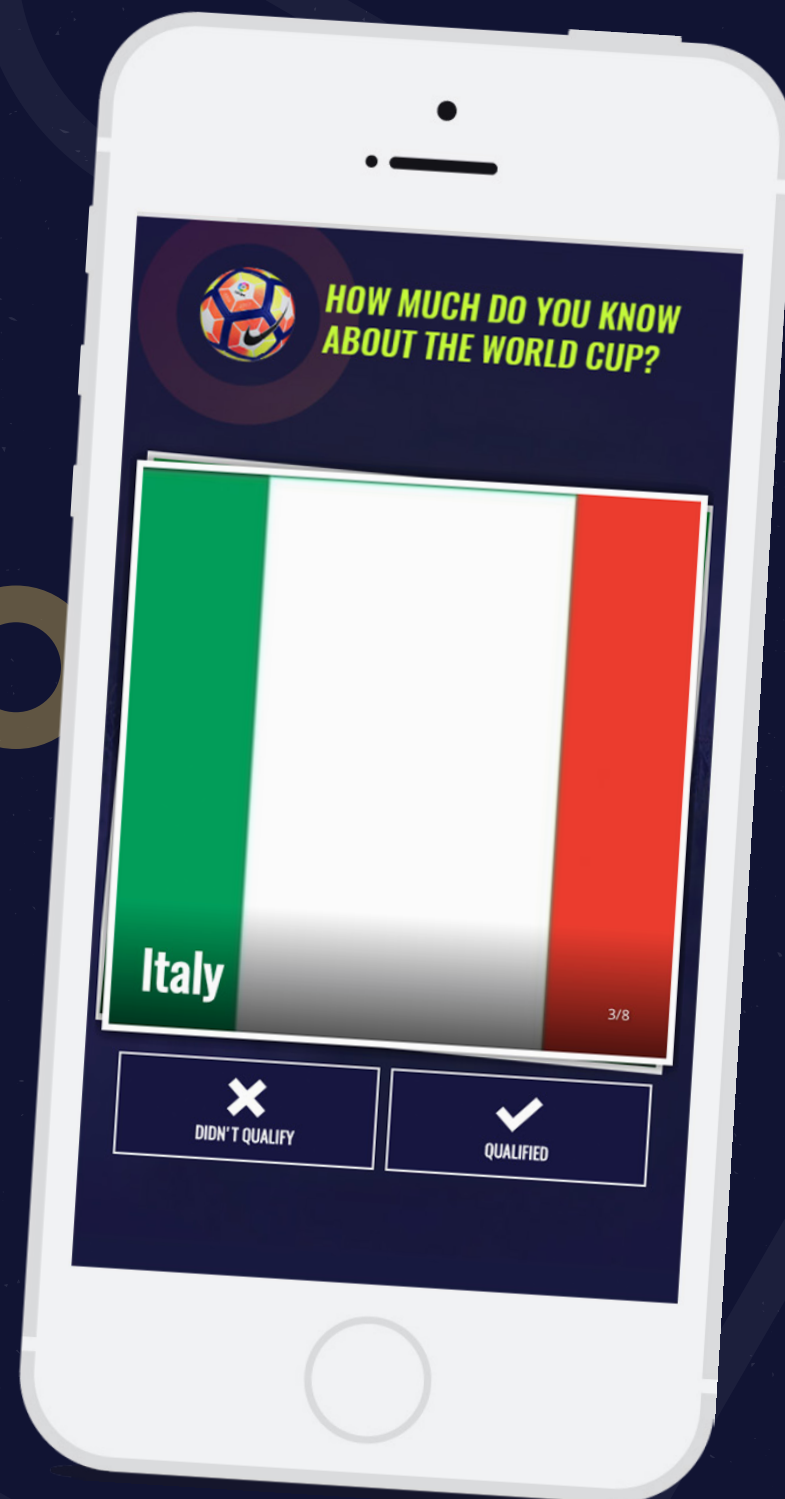
Este tipo de campaña recurrente resulta ideal para retener a los participantes. Puedes publicar un nuevo concurso todas las semanas que les haga regresar a esos mismos canales periódicamente durante toda la competición.

2. ¿DERECHA O IZQUIERDA?: CUÁNTO SABES SOBRE EL MUNDIAL DE FÚTBOL?

Atrae a tu público poniendo a prueba sus conocimientos sobre el Mundial de fútbol con una campaña al estilo Tinder. Se trata de un formato divertido, innovador e ideal para dispositivos móviles. ¿Son hinchas de verdad? Aquí tienes algunas ideas para comprobarlo: ¿Cuáles de estos jugadores de la selección alemana disputaron la final del Mundial del 2014? ¿Cuál de los equipos que aparecen en la foto fue el ganador del Mundial? Selecciona los países que se han clasificado para disputar el Mundial. ¿Alguno de estos países ha sido anfitrión de un Mundial en alguna ocasión?

¿BUSCAS ALGO PARECIDO?

Nuestro formato Swiper, con respuestas correctas o falsas, va más allá de estos concursos: ¡se puede usar en tres tipos de campañas! También puedes crear un test de personalidad estilo Tinder (p.ej.: ¿Qué tipo de hinchas eres?) o una encuesta (p.ej.: que los participantes creen su propia selección para el Mundial).



Allianz 

MAN OF THE MATCH

Kies jouw favoriete speler!
Choisis ton joueur favori!
Choose your favorite player!



Rubén
Martínez



Olivier
Deschacht



Kara Mbodji



Uros Spajic



Andy Najjar



Stéphane
Badji



3. ENCUESTA: ¿QUIÉN HA SIDO LA ESTRELLA DEL PARTIDO?

¿Quién ha sido el jugador más destacado? Con este tipo de encuesta, el público puede votar y dar su opinión ¡durante o después del partido! Veamos, por ejemplo, esta campaña del club de fútbol belga RSCA creada en colaboración con su patrocinador, la aseguradora Allianz. Una vez validado su voto, los participantes podían ver los jugadores más populares y optar a conocerlos en persona o ganar entradas para un partido.

¿UNA ALTERNATIVA?

Ofrece la oportunidad de valorar la actuación de los jugadores al finalizar el partido.

4. TU PREDICCIÓN PERSONAL

Los participantes pueden predecir el resultado final de uno o más partidos y compartir esas predicciones con sus amigos en las redes sociales. A posteriori podrás seleccionar al ganador o ganadores según el resultado al finalizar el partido.

¿POR QUÉ NOS GUSTA?

Este tipo de campaña ofrece un gran potencial de viralidad puesto que fomenta la interacción con tu público y, aún más, entre los mismos participantes. En este formato se interactúa en dos fases: primero cuando hacen las predicciones y, después, cuando se revela el resultado real.



TOP/FLOP OF THE WEEK

RATE THESE COACHES
FROM BEST TO WORST



ROBERTO
MARTÍNEZ



DIDIER
DESCHAMPS



JOACHIM
LÖW



JULEN
LOPETEGUI



JORGE
SAMPAOLI



5. LOS MEJORES ENTRENADORES

Los participantes valoran a los entrenadores según sus preferencias utilizando un módulo para clasificarlos por orden arrastrándolos y soltándolos. Puedes introducir tantos elementos como desees y elegir el número exacto (o un mínimo y un máximo) de candidatos que los usuarios tengan que ordenar para validar su participación.

¿UNA ALTERNATIVA?

También puedes añadir elementos multimedia, como archivos de vídeo o de audio, para ilustrar cada componente. ¡Clasifica jugadores, porteros, camisetas, banderas, himnos y mucho más!

6. ¿A QUIÉN VAS A APOYAR DURANTE EL MUNDIAL?

¡Involucra a tus usuarios digitales! Crea una encuesta o un votación e ilustra tus preguntas y respuestas con imágenes, videos o sonidos. ¿A quién estás apoyando? ¿Quién es el favorito para ganar la Copa Mundial 2018? Una vez que los participantes hayan validado su voto, muestra un resumen de su selección y / o de las opciones más populares.

¿POR QUÉ NOS GUSTA?

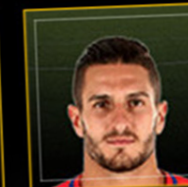
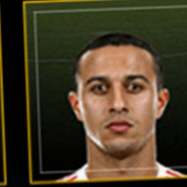
Esta opción es una buena manera de sacar partido de las noticias más actuales, generar tráfico y, mediante píxeles precisos de retargeting (Facebook, anuncios, etc.) averiguar a qué integrantes de tu público les interesa el fútbol.





TWITTER LIVE RANKING SPAIN TEAM



 2.530 TWEETS	 2.240 TWEETS	 2.050 TWEETS	 1.970 TWEETS
 1.800 TWEETS	 1.750 TWEETS	 1.210 TWEETS	 1.060 TWEETS
 1.020 TWEETS	 910 TWEETS	 880 TWEETS	 760 TWEETS

7. TWITTER LIVE RANKING

Con este formato podrás hacer un seguimiento de todas las conversaciones en torno a cuentas o etiquetas específicas de Twitter. Así podrás, por ejemplo, hacer un seguimiento de lo que se dice en Twitter sobre tu equipo, jugador o partido favoritos.