

De la información a la interacción

La estrategia digital del Toulouse Football Club



qualifio &



Hace un año, el **Toulouse Football Club** (TFC) únicamente basaba su estrategia digital en sus redes sociales y se limitaba a interactuar con su audiencia de un millón de seguidores. Un año después, el club francés tiene grandes ambiciones tanto a nivel deportivo como empresarial; hoy cuenta con una nueva estrategia digital que gira en torno a 3 grandes pilares:



Reafirmar sus raíces locales

conectando con su comunidad, tanto física como digitalmente.



Innovar,

acelerando su transformación digital para cumplir con las expectativas de sus fans.



Comprometerse con sus responsabilidades sociales y medioambientales.

El TFC ha ganado el "**Prix Philippe Seguin**", que premia a los clubes deportivos profesionales más activos en el ámbito de la RSC.

Queríamos saber más sobre la estrategia digital del club y sus objetivos de marketing, por lo que hablamos con Sébastien Duhamel, director de marketing, digital y comunicación del TFC, y esto fue lo que nos dijo.

De la información a la interacción

A lo largo de los años, las expectativas de los aficionados han evolucionado. El aficionado de hoy no solo busca noticias sobre su club y sus partidos sino que también quiere establecer una relación y tener tantas interacciones como sea posible. Esta tendencia ha aumentado a lo largo de la pandemia debido a la ausencia de público en los partidos. Para el Toulouse Football Club esta complicada situación representó una oportunidad para centrarse en la interactividad, y para conseguirlo decidieron recurrir a Qualifio.



«Cuando ya no pudimos reunirnos físicamente con nuestros seguidores, necesitábamos encontrar otra forma de mantener nuestra relación viva, y en 2021, la mejor manera de hacerlo era digitalmente. Lo que más nos gusta de Qualifio es que es una solución que se adapta a nuestro nivel de desarrollo. Qualifio nos permite probar cosas nuevas a un bajo coste y con los recursos que tenemos. Por eso no dudamos y fuimos a por ella ».

Sébastien Duhamel

Director de marketing, digital y comunicación del TFC





La primera campaña que lanzó el club con Qualifio fue la muestra de que la afición buscaba contenidos más originales e interactivos. Esta campaña, llamada “¿Qué jugador de TFC eres?”, invitaba a los fans a responder algunas preguntas para descubrir qué jugador coincidía con su personalidad. **Más de 5.000 personas** participaron en la campaña, con una **tasa de finalización*** del 80%, el doble de la media.



«Nunca habíamos hecho algo así. Queríamos realizar una primera prueba con un formato popular, aportando contenido diferente al habitual, algo más juguetón. ¡Y funcionó! Esta primera campaña confirmó nuestra teoría, estábamos ofreciéndole a nuestros seguidores justo lo que esperaban de nosotros ».

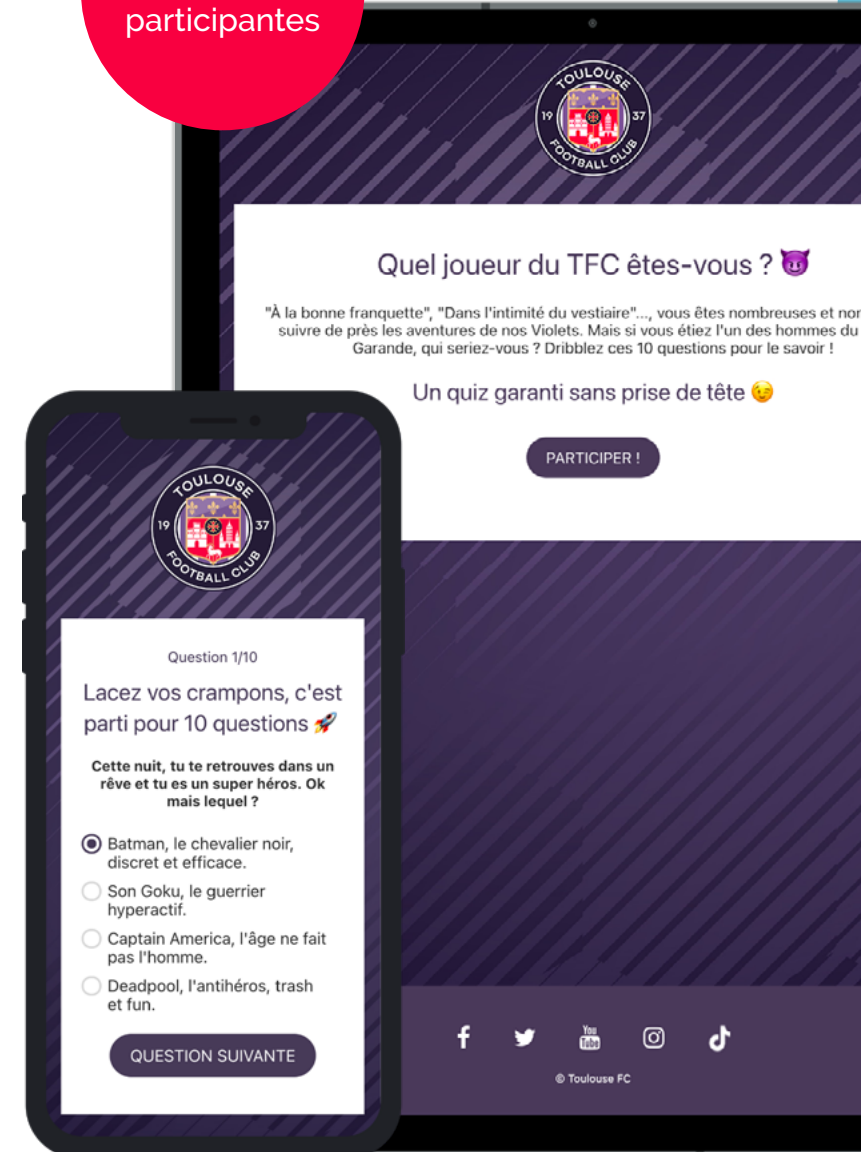
Sébastien Duhamel

Director de marketing, digital y comunicación del TFC



*La tasa de finalización es el número de participantes que llegaron al final de una campaña.

+5.000
participantes



Eligiendo las batallas



«Vivimos tiempos complicados para los clubes de fútbol, por ello, en lugar de querer hacerlo todo, creo que debemos tener claro qué es lo que realmente marcará la diferencia desde el punto de vista de la comunicación, el marketing y el ROI. Nuestra batalla como club de la Ligue 2, donde es más complicado vender entradas en comparación con un club de la primera división es concentrarnos en lo que ya tenemos, nuestra afición. Necesitamos encontrar la mejor forma de abordarlos, entablar una conversación, relacionarnos de maneras diferentes y creativas y cumplir con sus expectativas ».

Sébastien Duhamel

Director de marketing, digital y comunicación del TFC



Centrándose en la interactividad, el Toulouse busca alcanzar tres objetivos de marketing:



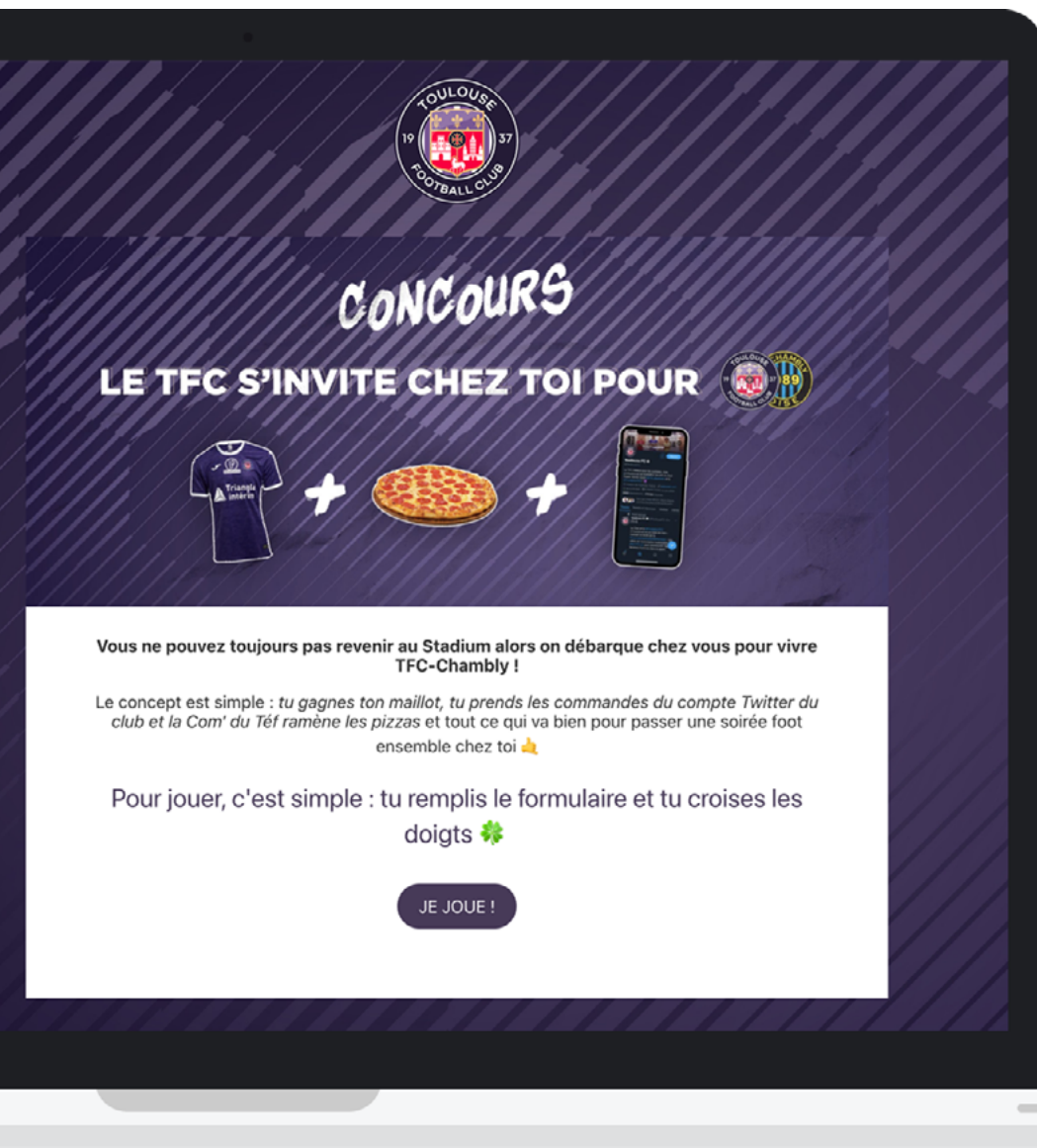
Generar engagement y entretener a su comunidad de fans



Incrementar su base de fans



Recopilar datos con fines de personalización y segmentación



Un gran ejemplo de una campaña diferente y original lanzada por el TFC, cuando los estadios estaban cerrados, fue "El TFC vendrá a tu casa para ver el partido TFC vs. Chambly". El club se destacó por ofrecer una experiencia única que promocionó en sus redes sociales. Los fanáticos podían ganar una camiseta y recibir en sus casas pizzas durante el partido. ¡Pero eso no fue todo! El ganador también tenía la oportunidad de ser comentarista del partido en la cuenta oficial de Twitter del equipo, junto con el community manager del club.

1.105

participantes

52%

de tasa de suscripción a su newsletter

Un formato adicional para sus patrocinadores



«Ya no estamos hablando solamente de formatos tradicionales. Actualmente estamos en conversaciones con nuestros patrocinadores que no solo se interesan en los espacios de exhibición del estadio, sino en el impacto digital que podemos ofrecerles. Con Qualifio podemos configurar actividades de co-branding. En un futuro no muy lejano, nos gustaría incluir campañas de Qualifio en los acuerdos que tenemos con nuestros patrocinadores oficiales ».

Sébastien Duhamel

Director de marketing, digital y comunicación del TFC





El TFC está tratando de encontrar el equilibrio entre las campañas de recopilación de datos, las campañas de participación y las campañas de co-branding para alcanzar sus objetivos de marketing. Para su 84 aniversario, el club lanzó un cuestionario de "verdadero o falso" sobre su historia junto con 84 copias de un póster exclusivo de coleccionista en juego. Para impulsar la participación y aumentar su visibilidad, el club otorgó puntos adicionales si los participantes compartían la campaña en sus redes sociales.

2.900

participantes

31%

de tasa de suscripción
a las newsletter de sus
patrocinadores

44%

de tasa de suscripción
a la newsletter del TFC



¿Qué está por venir?

Los datos recopilados gracias a las campañas interactivas del Toulouse se comparten con su plataforma de correo electrónico, Salesforce Marketing Cloud. Posteriormente, el director de CRM del TFC analiza para cada acción el número de nuevos participantes y su capacidad de llegar a nuevos seguidores en el rango de edad objetivo: los jóvenes. El segundo objetivo del TFC es implementar una segmentación cada vez más fina, con personas definidas para tener claro cómo prefieren interactuar con el club.



«Con Qualifio, tardamos una hora configurar una campaña en términos de contenido y formato, y cuándo la lanzamos sólo tenemos que esperar los resultados. Estamos alcanzando todos nuestros objetivos: ofrecer contenido original, generar interacción y recopilar datos que luego podremos utilizar ».

Sébastien Duhamel

Director de marketing, digital y comunicación del TFC



Inspírate con otros clubes de fútbol

¿Quieres conocer más historias de éxito de clubes de fútbol como esta del Toulouse Football Club?

¿Por qué no explorar los casos del PSG y del Lille LOSC, campeones de la Ligue 1 de Francia?



Cómo el Paris Saint-Germain invierte en la animación digital para atraer a un mayor número de seguidores

[Lee ahora](#)



Descubre la gamificación como herramienta para interactuar con los hinchas

[Lee ahora](#)

**Solicita una demo para descubrir cómo crear y lanzar
rápidamente tus futuras campañas**

SOLICITAR UNA DEMO



¿Qué es Qualifio?

Qualifio es la principal plataforma SaaS de marketing interactivo y recopilación de datos de Europa. Permite crear y publicar fácilmente contenidos interactivos (quiz, test de personalidad, sondeos y otros 50 formatos innovadores más) en todos tus canales digitales, y recopilar datos de tus audiencias para calificarlas, segmentarlas, monetizarlas y mejorar la interacción.

¿Cómo funciona?



CREAR

Elige tu campaña interactiva entre más de 50 formatos, totalmente personalizables y sin desarrollo extra



PUBLICAR

Fácil de publicar en tu página web, aplicaciones móviles y redes sociales



RECOPILAR DATOS

Lanza campañas de recopilación de datos en regla con el RGPD gracias a una serie de funcionalidades especiales



OBTENER RESULTADOS

Se pueden visualizar y extraer los perfiles generados y los resultados de campañas a tiempo real



SEGMENTAR Y MONETIZAR

Puedes integrar la plataforma con tus herramientas de marketing y datos (CRM, DMP, SSO, Analytics, etc.)

