

Data: 11.12.2020 Pag.: 60,61
Size: 1572 cm2 AVE: € .00
Tiratura: 273928
Diffusione: 184845
Lettori: 3318000



La tendenza Le squadre come aziende Promuovono il brand sul web

di **Pierfrancesco Catucci**

Per misurare la forza di un club, di questi tempi, non sono più sufficienti solo giocatori e punti in classifica. Le squadre stanno diventando sempre più aziende, con un brand e un'identità da promuovere. E anche le dinamiche commerciali con gli sponsor sono in continua evoluzione. Con il ruolo preponderante acquisito dai social network, infatti, i club non sono più solo esposito-

ri passivi di messaggi pubblicitari, ma ricoprono un ruolo decisamente attivo che può anche spostare i margini di trattativa contrattuale con gli investitori. E le cose sono ulteriormente cambiate in questo 2020 così strano. Le lunghe permanenze forzate a casa, infatti, hanno portato gli utenti a trascorrere dal 30 al 70% in più del tempo sulle piattaforme social. «E questo ha aumentato in maniera proporzionale il valore medio

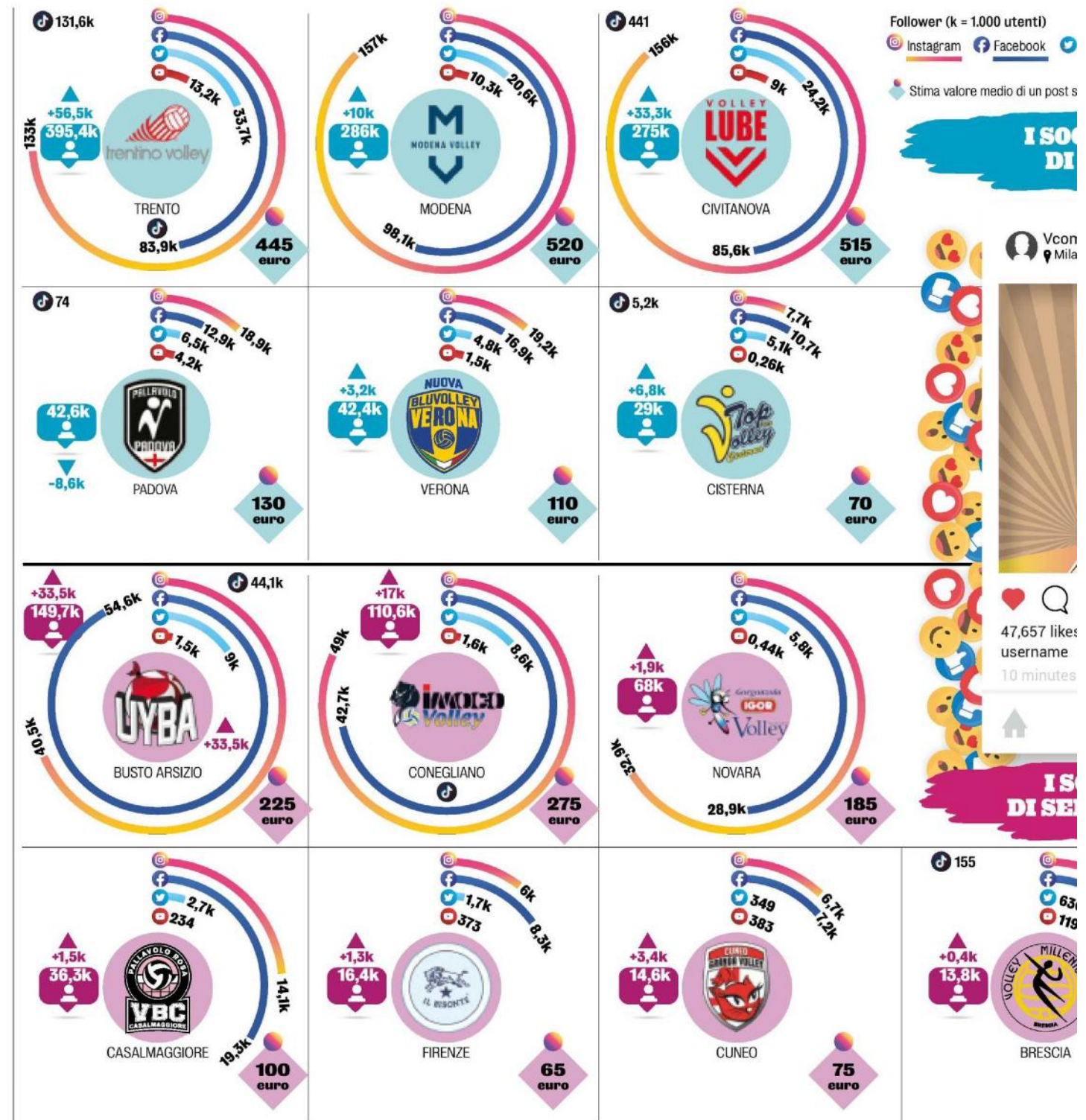
dei post pubblicati» spiega Domingo Iudice, co-fondatore di Brainpull, agenzia di marketing con una particolare vocazione social. «Al pari delle aziende - aggiunge Iudice - i club di pallavolo hanno un messaggio da veicolare e un pubblico, formato prevalentemente da tifosi, ma anche da semplici appassionati, a cui parlare. Più riescono a stabilire una connessione fatta di interazione tra le due parti, più crescono il valore del brand e

quindi del profilo social e del singolo post». Con il team adv di Brainpull, quindi, abbiamo analizzato l'attività su Instagram dei club di Superlega e A-1 femminile e, con strumenti che valutano il seguito, l'interazione (engagement) e l'attività social, abbiamo stimato il valore commerciale medio di un post su Instagram pubblicato dai profili delle società, immaginandole alla pari di influencer.

Data: 11.12.2020 Pag.: 60,61
 Size: 1572 cm2 AVE: € .00
 Tiratura: 273928
 Diffusione: 184845
 Lettori: 3318000



Lo scudetto dei follower



Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile

Data: 11.12.2020 Pag.: 60,61
 Size: 1572 cm2 AVE: € .00
 Tiratura: 273928
 Diffusione: 184845
 Lettori: 3318000



DATI: PIERFRANCESCO CATUCCI - INFOGRAFICA: ROBERTO FRESCHI (LEGO - HUB) - ELABORAZIONE VALORE POST INSTAGRAM BRAINPULL

Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile