

Programa: Liderazgo: crear y mantener una cultura de fidelización



En los últimos años, el término "Fan Engagement" surgió para que las federaciones, asociaciones, ligas y clubes fortalezcan sus relaciones con los fanáticos y, como consecuencia, para hacer crecer de manera sostenible las asistencias.


A nivel mundial, en la mayoría de las ligas, las asistencias están decayendo. Esto se debe a varios aspectos, incluso la primacía de servicios digitales (inclusive deportes digitales, videojuegos, transmisión/retransmisión de partidos y ligas de fantasía); el impacto de la transmisión de arreglos sobre cambios de la hora de inicio y día de los partidos; precio de las entradas; la evolución de los diferentes estilos de trabajo; el surgimiento de otras opciones deportivas y ocio (inclusive los deportes de expansión y de puesta en marcha) y percepciones externas negativas del fútbol, con comportamiento antisocial, violencia, racismo y homofobia, todas mencionadas como barreras para la asistencia y participación.


El término "Fan Engagement" (que refleja el más amplio concepto del sector de servicios de fidelización de clientes o Customer Engagement) sugiere dirigir o entonces reducir estos aspectos, al redefinir lo que históricamente ha sido una relación 'distante' con los aficionados. En cambio, apunta a crear una relación con 'las partes interesadas', donde la organización del fútbol se diseña en torno a las necesidades de su comunidad y actúa de acuerdo con los valores y principios que la definen ante los ojos de sus aficionados. Por lo tanto, el abordaje desde el Fan Engagement cuenta con un entendimiento mucho más profundo del aficionado: quiénes son, cuál es la naturaleza de su relación con el juego, club o asociación nacional y su comportamiento individual, motivaciones, expectativas y experiencias.


Aunque los clubes y ligas de élite generen muchos más ingresos con asociaciones comerciales que con las ventas de entradas, el Fan Engagement es una herramienta totalmente necesaria que les permite fortalecer sus relaciones con los aficionados y abrir nuevos mercados, al realizarse ofertas que sean convincentes y distintas. Para los clubes y ligas que no son de élite, la necesidad de mantener o aumentar los ingresos con las ventas de entradas locales es esencial para la vitalidad financiera.

Los expertos del club que cuentan con grandes conocimientos sobre Fan Engagement serán capaces de ofrecer a sus potenciales empleadores una trayectoria cuantificable, efectiva y comprobada a la sostenibilidad y crecimiento.


PROGRAMA DEL CURSO


-  **Objetivos**


-  **Competencias**


-  **Criterios de participación y aprobación**


TEMARIO

-  **Módulo 1. Una introducción al liderazgo en Fan Engagement**

-  **Módulo 2. Un modelo de fidelización**

-  **Módulo 3. Participación de la comunidad**

-  **Módulo 4. Incorporar el Fan Engagement**

-  **Descarga en PDF**

Objetivos

El planteo de objetivos permite que tenga una idea acabada de lo que se pretende que alcance al finalizar el proceso de enseñanza y aprendizaje de este curso. Pero el propósito es más fuerte aún: indicamos lo que debe lograr para que estos conocimientos aporten a los objetivos de su formación. Para alcanzar estos objetivos, debe completar el proceso propuesto en el recorrido de las diferentes etapas del curso que se le presenta. Entonces, si trabaja de la manera indicada, estará en condiciones de alcanzar los siguientes objetivos:

Objetivo general

Introducir y definir Fan Engagement y mostrar, con ejemplos detallados, cómo sus principios y prácticas apoyan el crecimiento sostenible en el fútbol.

[CONTINUAR](#)

Competencias

Las competencias que esperamos usted desarrolle con el recorrido de este curso son:

Competencias genéricas

1

Trabajo en equipo y colaborativo: capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr los objetivos compartidos y la sinergia de un grupo de alta performance.

2

Capacidad de análisis/reflexión: capacidad de examinar metódicamente los distintos aspectos de una realidad o situación y asumir una valoración frente a ellos.

3

Creatividad/ soluciones innovadoras basadas en el conocimiento: capacidad para dar nuevas alternativas de solución a problemas existentes basadas en el conocimiento formal.

Competencias específicas

- Desarrollar un entendimiento más detallado sobre Fan Engagement: su definición, historia, principios, prácticas y fundamentos.
- Entender la naturaleza de los aficionados y la afición para poner a los fanáticos en el centro de la actividad de clubes, ligas y/o asociaciones nacionales.
- Crear una estrategia de Fan Engagement y diseñar una experiencia óptima para los aficionados, incluyendo todos los 'puntos de contacto' relevantes y para todos los segmentos clave de los aficionados.
- Crear una cultura de fidelización en una asociación, liga o club (liderazgo en Fan Engagement).

CONTINUAR

Criterios de participación y aprobación

Criterios de participación

Durante el mes de cursado, se espera que el alumno:

- Recorra los contenidos multimediales de cada uno de los módulos que integran el curso.
- Resuelva las autoevaluaciones asignadas en cada módulo.
- Realice las actividades propuestas, sean grupales o individuales.
- Realice el examen final.

Criterios de aprobación

Para la aprobación del curso se requiere que el alumno realice las (4) actividades propuestas en el curso y apruebe el examen final.

El alumno deberá obtener un puntaje final del 70% o más. Esta nota resultará del promedio entre las actividades y el examen final.

CONTINUAR

Módulo 1. Una introducción al liderazgo en Fan Engagement

Unidad 1.1

1.1.1 Fan Engagement como un fenómeno cultural

1.1.2 El desafío de promulgar cambios culturales

1.1.3 Los desafíos culturales en un partido mundial

1.1.4 Definiendo el liderazgo en Fan Engagement

Unidad 1.2

1.2.1 Competencias de liderazgo clave

1.2.2 El liderazgo en Fan Engagement en asociaciones nacionales

1.2.3 El liderazgo en Fan Engagement en las ligas

1.2.4 El liderazgo en Fan Engagement en los clubes

CONTINUAR

Módulo 2. Un modelo de fidelización

Unidad 2.1

2.1.1 Entender la cultura de tu asociación/liga/club

2.1.2 Reprogramar a tu club: del ganar al fidelizar

2.1.3 Empezar una encuesta cultural

2.1.4 Desarrollar agilidad y habilidades para adaptarse a los cambios

Unidad 2.2

2.2.1 Identidad y valores

2.2.2 Consultas y diálogos con los aficionados (inclusive el trabajo con los grupos de aficionados independientes)

2.2.3 Mejoría en el servicio/experiencias

2.2.4 Los empleados y el ambiente de trabajo

CONTINUAR

Módulo 3. Participación de la comunidad

Unidad 3.1

3.1.1 Los medios de comunicación

3.1.2 Socios comerciales y patrocinadores

3.1.3 Sociedades benéficas y empresas sociales

3.1.4 Escuelas y otros establecimientos educativos

Unidad 3.2

3.2.1 Participación cívica: historia local y patrimonio

3.2.2 Voluntarios, pasantes y temporales

3.2.3 Uso de redes sociales para coordinar la participación de la comunidad

3.2.4 El rol de los jugadores (y otros colegas del fútbol) en el Fan Engagement

CONTINUAR

Módulo 4. Incorporar el Fan Engagement

Unidad 4.1

4.1.1 Retroalimentación y mejoras

4.1.2 KPI

4.1.3 Herramientas para la mejora continua

4.1.4 Herramientas para la innovación y creatividad

Unidad 4.2

4.2.1 Programas de reconocimiento

4.2.2 Evaluación comparativa

4.2.3 Evaluaciones internas (comprador misterioso)

4.2.4 Evaluaciones profesionales externas

CONTINUAR

Descarga en PDF



Programa.pdf

274.8 KB

