

Programa: ¿Por qué "Fan Engagement"? Definición, principios y fundamentos



PROGRAMA DEL CURSO

- ☰ **Objetivos**
- ☰ **Competencias**
- ☰ **Criterios de participación y aprobación**

TEMARIO

- ☰ **Módulo 1. El origen del Fan Engagement**
- ☰ **Módulo 2. Definición de aficionados**
- ☰ **Módulo 3. El fundamento de la participación de los aficionados**
- ☰ **Módulo 4. Crear una estrategia de Fan Engagement**

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. El origen del Fan Engagement

Unidad 1.1

1.1.1 ¿Qué es un cliente? La fidelización de los clientes a través de la historia

1.1.2 La preeminencia de los clientes en el negocio de hoy

1.1.3 Customer Engagement como ventaja competitiva

1.1.4 La experiencia de los clientes como punto de diferenciación

Unidad 1.2

1.2.1 Customer Engagement como concepto estratégico

1.2.2 Customer Engagement: como concepto cultural

1.2.3 Customer Engagement: principios y prácticas

1.2.4 El futuro del Customer Engagement

CONTINUAR

Módulo 2. Definición de aficionados

Unidad 2.1

2.1.1 ¿Qué es un aficionado?

2.1.2 El aficionado como 'cliente' (motivaciones, creencias y necesidades)

2.1.3 El espectro de la afición (asistencia a los partidos, participación digital, 'fútbol de fantasía' y videojuegos)

2.1.4 ¿Se puede tratar a los aficionados como 'clientes'? Oportunidades y advertencias

Unidad 2.2

2.2.1 Los aficionados que asisten a los partidos (local/offline)

2.2.2 Los aficionados que no asisten a los partidos (remoto/online)

2.2.3 La relación entre el club y los aficionados: ¿por qué debe ser 'difícil' la posición por defecto?

2.2.4 Otros grupos de interés importantes (inclusive la comunidad en general, ciudadanos, gobiernos, fuerzas de seguridad, etc.)

CONTINUAR

Módulo 3. El fundamento de la participación de los aficionados

Unidad 3.1

3.1.1 ¿Es posible el crecimiento sostenible de la asistencia en el fútbol?

3.1.2 Fan Engagement como metodología para mejorar las percepciones externas

3.1.3 Fidelidad emocional: Crear valor para los aficionados

3.1.4 Medir el impacto del Fan Engagement

Unidad 3.2

3.2.1 Mantener a los fans existentes/comprometer nuevamente fans distanciados

3.2.2 Atraer nuevos aficionados (desde 'más cerrados' hasta los más inclusivos)

3.2.3 Atraer aficionados visitantes

3.2.4 Atraer otros segmentos importantes como aficionados (mujeres, niños, discapacitados y otros)

CONTINUAR

Módulo 4. Crear una estrategia de Fan Engagement

Unidad 4.1

4.1.1 Fan Engagement para clubes

4.1.2 Los componentes de una estrategia de Fan Engagement

4.1.3 ¿Quiénes son sus grupos de interés?

4.1.4 Medición del Fan Engagement

Unidad 4.2

4.2.1 Fan Engagement como prioridad clave para los negocios

4.2.2 Fan Engagement digital

4.2.3 La experiencia del aficionado: excelencia en la gestión de los 'punto de contacto'

4.2.4 La experiencia del aficionado: innovaciones futuras

CONTINUAR