



Нужны ли российским спортивным клубам свои аккаунты в социальных сетях? Вопрос сложный. Что же дискуссии в блоге под названием «Маркетинг Тайм» идут полным ходом. К каким же выводам пришла общественность?

Аккаунт в сети

С возникновением Интернета границы между государствами остались только на бумаге. Теперь любой человек любой страны может быть в гостях без проблем у жителя Африки, Голландии или Австралии. Конечно же, виртуально, но сей факт не мешает общаться обоим, обмениваться информацией, делиться своими интересами. По статистике 90 % из всех пользующихся Интернетом граждан имеют аккаунты в разных социальных сетях. У многих даже выработался своеобразный ритуал, а именно ежедневная прогулка по своим социальным аккаунтам.

Но не только рядовые граждане используют соцсети! С каждым днем в них регистрируется все больше и больше компаний с разной сферой деятельности для популяризации и рекламы своей продукции. Удивительно, что руководство российских клубов игнорируют социальные сети как потенциальный инструмент рекламы спорта и клуба в частности. Между тем, болельщики уже давно объединились по интересам, общаются, организуют встречи, обмениваются своими впечатлениями. И теперь уже фанат из Дальнего Востока может поделиться легко и просто своим мнением с коллегой из Санкт-Петербурга. Создается такое впечатление, что клубы просто не заинтересованы в общении с болельщиками. Между тем, такие виртуальные представительства болельщиков могут стать хорошим подспорьем для спортивной администрации в популяризации самого клуба среди определенной возрастной категории.

Необходимость создания аккаунта

Главный вопрос возникает у спортивных клубов в целесообразности создания аккаунта в соцсети. Ведь уже есть свой сайт, зачем еще мучиться и тратить время на соцсеть. Надо разобраться в этом вопросе, изучить так сказать все тонкости. Возможность обсуждения матчей с болельщиками в online-режиме – эффект непосредственного участия в событии. К примеру, раз в день один из игроков команды находится пару часов в online-режиме, отвечает на вопросы фанатов. Можно представить, какая будет посещаемость на спортивных матчах. Создание аккаунта позволит защитить имя клуба от нападков конкурентов. Нельзя забывать и об эффекте знакомства. На вопросы фанатов будет отвечать не виртуальный болельщик, а реальный человек, который имеет свои потребности и надобности, а также может быть носителем полезной информации. По большому счету – это отличная полноценная замена фокус-тестов.