

CASE STUDY

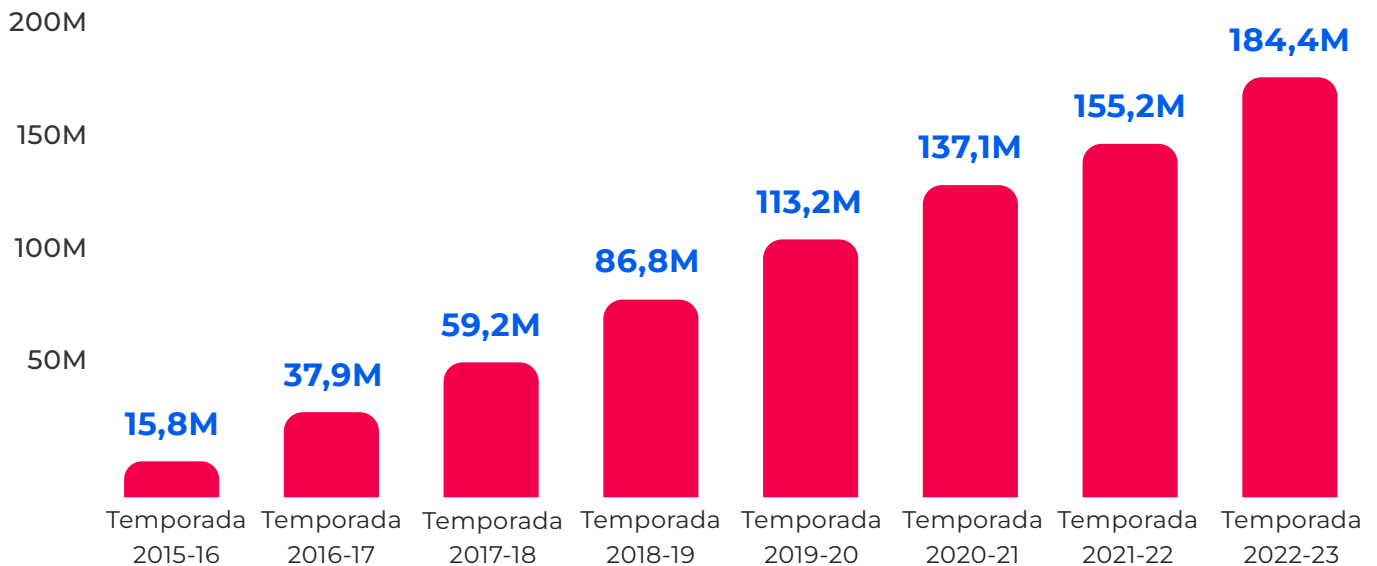
LOS SECRETOS DEL CRECIMIENTO DE LALIGA

EL ÉXITO BASADO EN LA MONITORIZACIÓN Y EL ANÁLISIS DE DATOS

En septiembre de 2015 se unieron los caminos de **LALIGA y Blinkfire Analytics** para el seguimiento, valoración y la realización de informes sobre la exposición del patrocinio en redes sociales y medios digitales. A lo largo de estos ocho años, LALIGA ha conseguido monitorizar su crecimiento y el de sus 42 clubes para fortalecer su estrategia, seguir expandiendo su marca y ofrecer a sus patrocinadores los datos más transparentes del mercado.

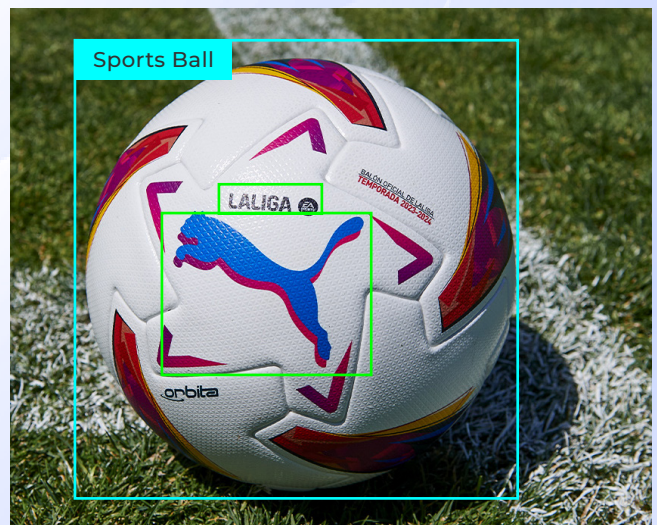
Desde la temporada 2015-16 hasta la 2022-23, LALIGA EA SPORTS ha sumado más de **168 millones de nuevos seguidores** (dato extraído de Blinkfire basado en las cuentas de Douyin, Facebook, Instagram, Sina Weibo, TikTok, Twitter y YouTube). Un **incremento de más del 1000%** en 8 temporadas. LALIGA no solamente cuenta con redes referentes a la máxima categoría del fútbol español, actualmente entre todas sus cuentas suman **más de 200 millones de seguidores**.

EVOLUCIÓN SEGUIDORES DE LALIGA EA SPORTS



Datos extraídos de Blinkfire basado en las cuentas de Douyin, Facebook, Instagram, Sina Weibo, TikTok, Twitter y YouTube

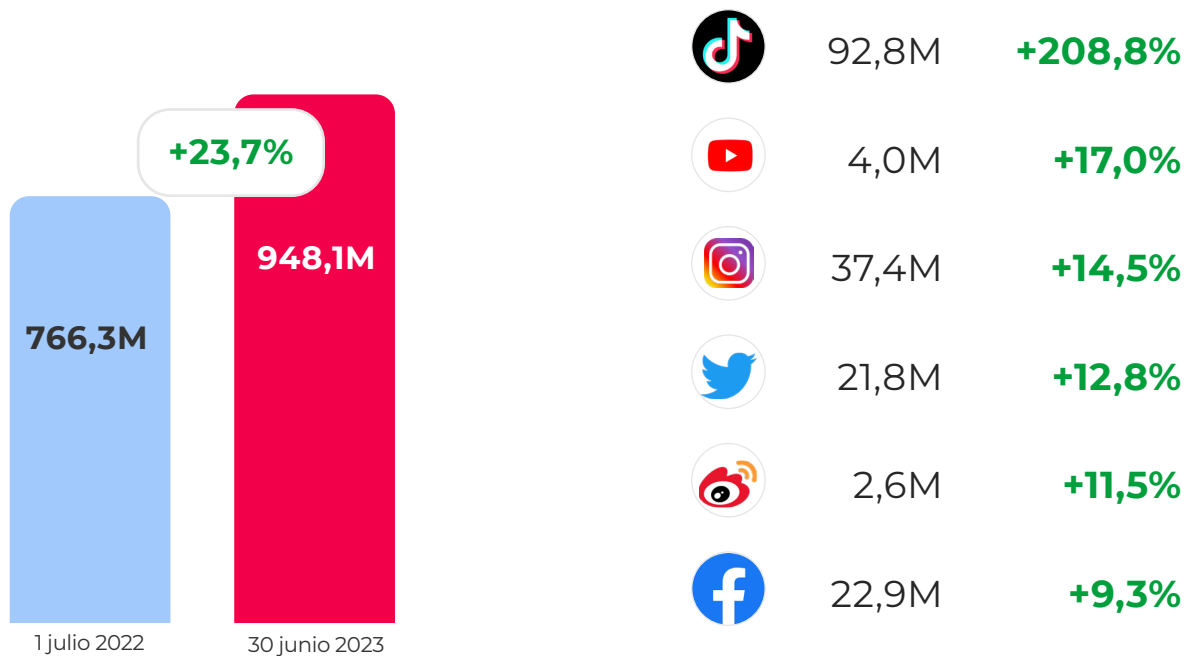
LALIGA siempre ha tenido como prioridad no solamente su propio crecimiento, sino también el de los equipos de la competición. Por ello, **ofrece a sus clubes acceso a Blinkfire** para que puedan hacer un seguimiento de su rendimiento en redes sociales. Permitir el acceso a una plataforma como Blinkfire supone un paso más en la ayuda a la digitalización de los clubes y sus diferentes departamentos para así poder potenciar su crecimiento más allá del terreno de juego.



LAS CLAVES DEL TRIUNFO DE LOS EQUIPOS DE LALIGA

El ecosistema digital se compone de muchas piezas que arranca con el número de seguidores. Ahí los clubes de LALIGA crecen temporada tras temporada. En el curso 2022/23 los 42 equipos de las máximas categorías del fútbol español aumentaron su masa de seguidores en más de un 23,7%, más de **181,8 millones de nuevos followers**, más que en las dos temporadas anteriores juntas.

NUEVOS SEGUIDORES DE LOS EQUIPOS DE LALIGA
TEMPORADA 2022-23



Datos extraídos de Blinkfire basado en las cuentas de Facebook, Instagram, Sina Weibo, TikTok, Twitter y YouTube

Por su parte, LALIGA EA SPORTS ha cerrado la temporada 2022/23 con más de 186 millones de seguidores (datos extraídos de las redes sociales que Blinkfire monitoriza), un aumento del 18,5% respecto a la campaña anterior. Mediante los datos en tiempo real que ofrece Blinkfire, LALIGA puede realizar una comparativa de sus seguidores y los de sus clubes respecto a otras competiciones de fútbol o de otros deportes.

Marta Aparicio (responsable de la vertical de Digital de LALIGA Impulso): **“Blinkfire nos permite tener muy controlado el ecosistema fútbol en redes sociales para conocer cómo crece LALIGA, los clubes y nuestros competidores y analizar cómo reacciona y qué quiere consumir el usuario”.**

EL TRIUNFO DE LALIGA EN TIKTOK

Las redes sociales se han convertido en poderosas herramientas para el crecimiento y la internacionalización de las organizaciones. Una plataforma que ha ganado una inmensa popularidad en los últimos años es TikTok.

Muestra de que LALIGA está a la vanguardia de las plataformas sociales es su crecimiento y el de sus clubes en TikTok. **La temporada 2022-23 LALIGA EA SPORT ha sido de entre las cinco grandes ligas de fútbol europeas la que más ha crecido** en término de seguidores.



LALIGA EA SPORTS aumentó en un **205,3%** sus followers en TikTok, mientras que otras competiciones como **la NBA** creció un **26,7%** en el mismo periodo.

RENDIMIENTO EN REDES SOCIALES

La fanbase es muy importante, pero también lo es conectar con esa audiencia y lograr convertir en ingresos para el club el buen estado de forma de las redes sociales. LALIGA ha impulsado diferentes programas para fomentar el desarrollo de los equipos.

Además de para medir una masa social de millones de seguidores, **LALIGA hace uso de Blinkfire para comprobar cómo funciona su contenido en redes sociales**. Los datos e insights extraídos de Blinkfire ayudan a LALIGA y a los equipos a ajustar sus estrategias de contenido y redes sociales, por ejemplo, impulsando el contenido de más éxito o creando nuevas publicaciones basadas en la participación de la audiencia.

Otro de los KPI que LaLiga consulta es el de las impresiones, el número de veces que una publicación o un anuncio se muestra en la pantalla de un usuario. Representa el alcance potencial de un contenido concreto e indica cuántas personas han tenido la oportunidad de verlo.

Al hacer un seguimiento del número de impresiones que recibe el contenido, se puede evaluar si una marca está ganando visibilidad y llegando a más gente. **El aumento de las impresiones puede ser un indicio de un mayor reconocimiento de marca** y de una audiencia en expansión.

“Utilizamos Blinkfire para conocer el rendimiento y poder tomar decisiones en consecuencia. Necesitamos tener controlado en el día a día y prácticamente en tiempo real cuál es nuestro crecimiento y el de otras organizaciones”.

Marta Aparicio

Este indicador, extraído de Blinkfire, permite a LALIGA reportar a sus patrocinadores y ofrecerles datos precisos de la exposición y valoración que su marca está recibiendo en redes sociales, pero no solamente de impresiones sino también de engagement y visualizaciones.

LALIGA TEAMS & BLINKFIRE

Durante los años que los equipos de LALIGA y Blinkfire han trabajado codo con codo hemos podido comprobar que más allá de los días de partido, las redes sociales juegan un papel fundamental en la estrategia de marketing de las organizaciones.

En el caso de los equipos de LALIGA, las redes sociales han demostrado ser una herramienta valiosa para interactuar con los aficionados y promocionar su marca. A través de plataformas como Instagram o TikTok, los equipos pueden compartir contenido exclusivo, noticias y entrevistas para involucrar a los seguidores y generar interés.

Uno de los equipos que ha sabido aprovechar al máximo el éxito de TikTok es el **CA Osasuna**. El club de fútbol español con sede en Pamplona la temporada 2022-23 creció un 6.900%. Parte de su éxito radica en la creación de un equipo especializado de redes sociales que **bebe de los datos Blinkfire para construir su estrategia de contenido y medir su rendimiento**.

Otro de los equipos de LALIGA que ha sacado mucho partido a Blinkfire es **la SD Huesca a través del Blinkfire Inventory Manager**, la herramienta integral de gestión de activos que permite almacenar, organizar y acceder fácilmente a sus activos digitales. El Huesca consiguió alinear su contenido de mayor valor junto a los objetivos de su patrocinador principal, de esa unión surgió un activo digital nuevo: el brazalete.



LALIGA IMPULSO

En 2021, LALIGA y el fondo de inversión CVC firmaron un acuerdo que supuso el pistoletazo de salida del programa LALIGA Impulso. Este proyecto estratégico y pionero en el deporte profesional de nuestro país, supone para los clubes de LALIGA el impulso necesario para avanzar 20 años en profesionalización y desarrollo, permitiendo a los clubes acometer proyectos que garanticen su crecimiento global.

Una de las metas es que los equipos que forman parte de LALIGA Impulso creen nuevas estructuras y se desarrollen en nuevas iniciativas y metas comerciales en áreas como innovación, talento, branding, plataformas sociales y digitales.

LALIGA envía mensualmente a los equipos los insights más importantes extraídos de Blinkfire en 'Pill of the Month'. Esa información llega a presidentes, directores generales y los equipos de digital de los clubes que forman parte de LALIGA Impulso.

Cada 'Pill of the Month' incluye una clasificación basada en el crecimiento de los clubes, además cada mes desde LALIGA Impulso escogen a un equipo que ha tenido un buen rendimiento en redes sociales como 'Club of the Month' para poner en valor el trabajo de los equipos de digital.

LALIGA mantiene un contacto directo con los clubes y sus diferentes estamentos para ayudarles a cumplir los objetivos marcados por proyecto de LALIGA Impulso.

LALIGA Impulso agrupa a los clubes en diferentes grupos según su contexto de redes sociales y digital, y se reúne mensualmente con cada grupo para que cada organización comparta con el resto una buena práctica que hayan logrado, para que sirva de inspiración para el resto de clubes. La idea es mejorar y crecer colectivamente para ser más fuertes como clubes y como



Blinkfire es la plataforma líder en business intelligence y análisis de marketing para evaluar patrocinios en el mundo del deporte, esports, medios y entretenimiento en redes sociales, medios digitales, retransmisiones y OTT. Utilizando inteligencia artificial, machine learning y tecnología de computer vision exclusiva, Blinkfire mide el valor y el impacto, permitiendo a las organizaciones, jugadores, influencers, agentes y marcas interactuar de manera más efectiva con sus seguidores y patrocinadores en múltiples plataformas.

Para saber más de Blinkfire, escríbenos a marketing@blinkfire.com o visita www.blinkfire.com.

