

HANDBALL - CURSO NACIONAL DE NIVEL 3 Y CONVALIDACIÓN ELITE

MARKETING DEPORTIVO: LA MARCA “ENTRENADOR”



VALENTINA KOGAN

VALENTINA_KOGAN@HOTMAIL.COM

VKOGAN@CLUBDECORREDORES.COM



¿QUÉ ES EL MARKETING (MKT)?

De acuerdo con la **American Marketing Association (AMA)** el Marketing es la actividad, el conjunto de instituciones y los procesos para crear, comunicar, entregar, e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, los socios y la sociedad en general.

¿QUÉ ES EL MKT DEPORTIVO?

El marketing deportivo hace referencia al conjunto de **estrategias dirigidas a la comercialización y distribución de productos y servicios, dentro del contexto deportivo.**

Se debe diferenciar entre:

- * La promoción de eventos y entidades deportivas
- * La difusión de marcas o productos a través de éstos eventos y entidades.

HANDBALL – CURSO NACIONAL DE ENTRENADORES

MKT $\neq$ MKT DEPORTIVO

LA MARCA "ENTRENADOR"

HANDBALL – CURSO NACIONAL DE ENTRENADORES

EL ENTRENADOR COMO PROVEEDOR DE UN SERVICIO DEPORTIVO



HERRAMIENTAS DEL MKT DEPORTIVO

LA MARCA "ENTRENADOR"

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO ENTRENADOR

- INTANGIBLE
- SIEMPRE DISTINTO, IMPOSIBILIDAD DE ESTANDARIZARLO
- DIFICULTAD DE ESPECIFICAR QUIÉN ES EL CLIENTE
- COMPLEJIDAD PARA EVALUAR LA CALIDAD DE SU SERVICIO

HANDBALL – CURSO NACIONAL DE ENTRENADORES

PROPUESTA



PENSARSE COMO UNA MARCA

LA MARCA "ENTRENADOR"

¿QUÉ IMPLICA PENSARSE COMO MARCA?

- CONCEPTO
- IDENTIDAD
- VALORES
- ÚNICO
- DIFERENTE, PARECIDO A SI MISMO

HANDBALL – CURSO NACIONAL DE ENTRENADORES

ANALIZARSE EN FUNCIÓN DE “MARCA”



VISIÓN 360

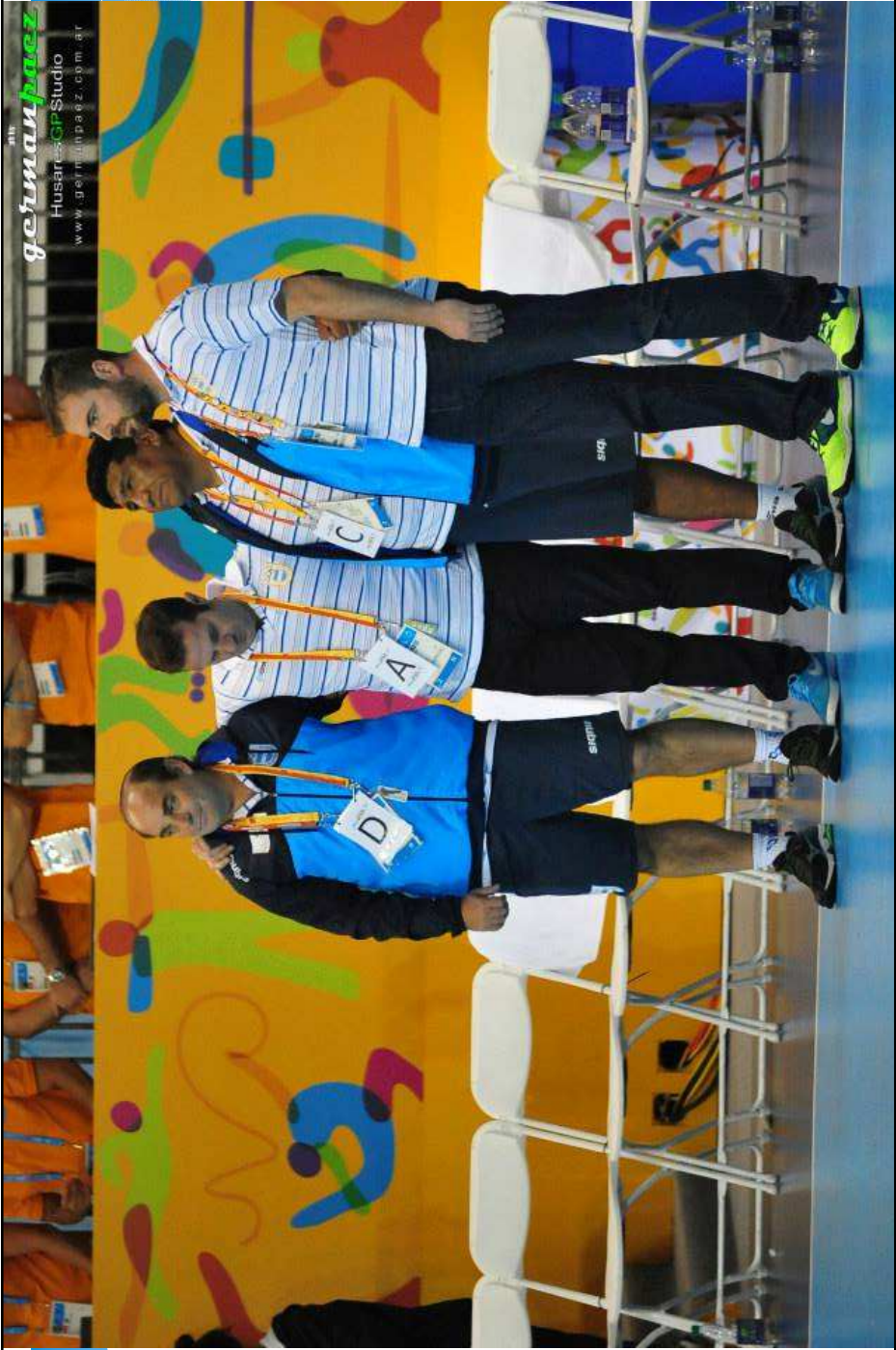
LA MARCA “ENTRENADOR”

VISIÓN 360

1. VALORES
2. IMAGEN PERSONAL
3. MANEJO DE REDES SOCIALES
4. CÓMO SE RELACIONA CON LA PRENSA, DIRIGIDOS, FANS, SOCIOS DEL CLUB, DIRIGENCIA.
5. CAPACITACIÓN PERSONAL
6. RELACIÓN CON EL CLUB/ENTIDAD: TIENE PUESTA LA CAMISETA?
7. EL COMPORTAMIENTO DEL EQUIPO HABLA DEL ENTRENADOR



LA MARCA "ENTRENADOR"









gcrmanpaez
Husares Studio
www.gcrmanpaez.com.ar















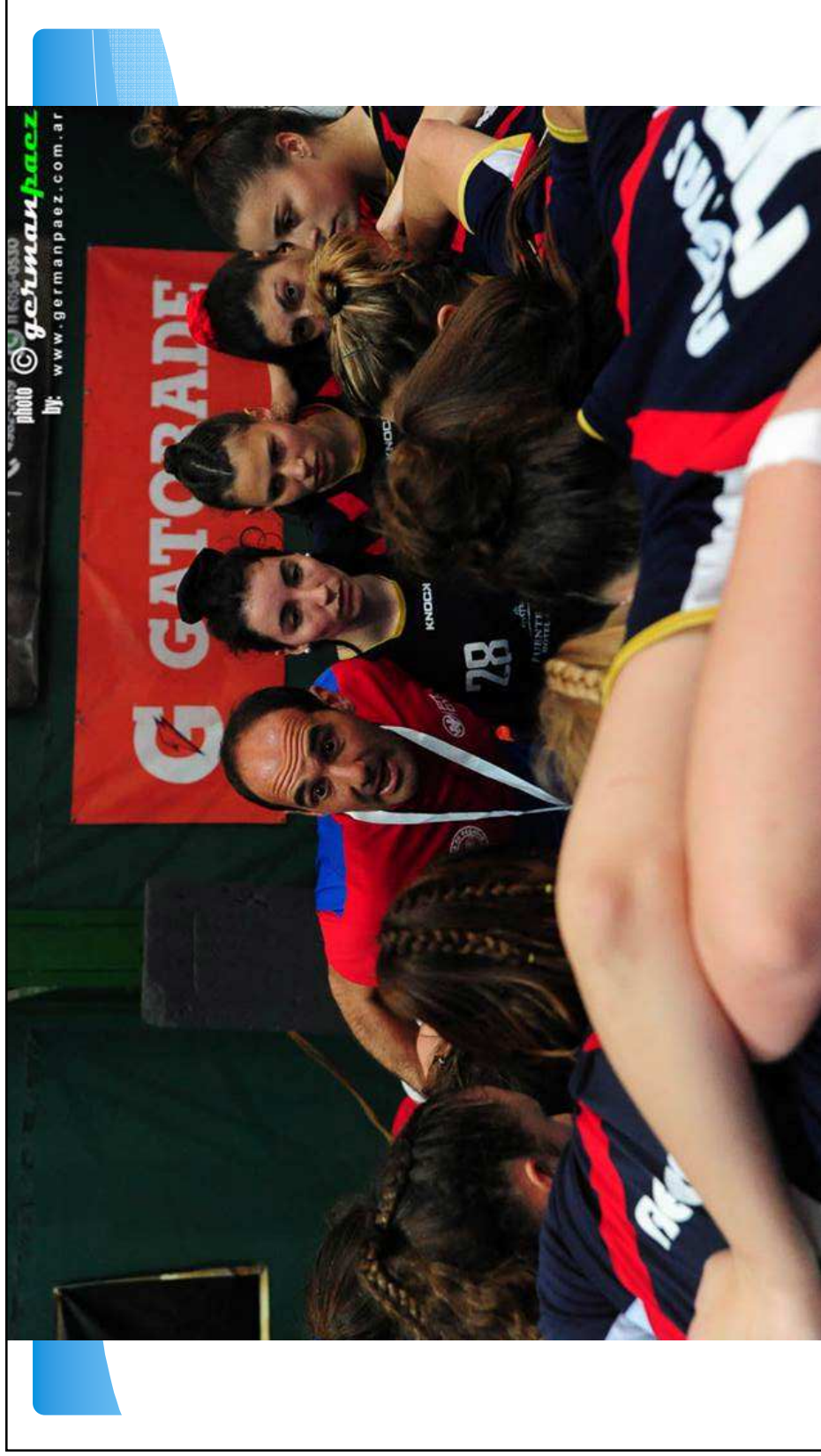
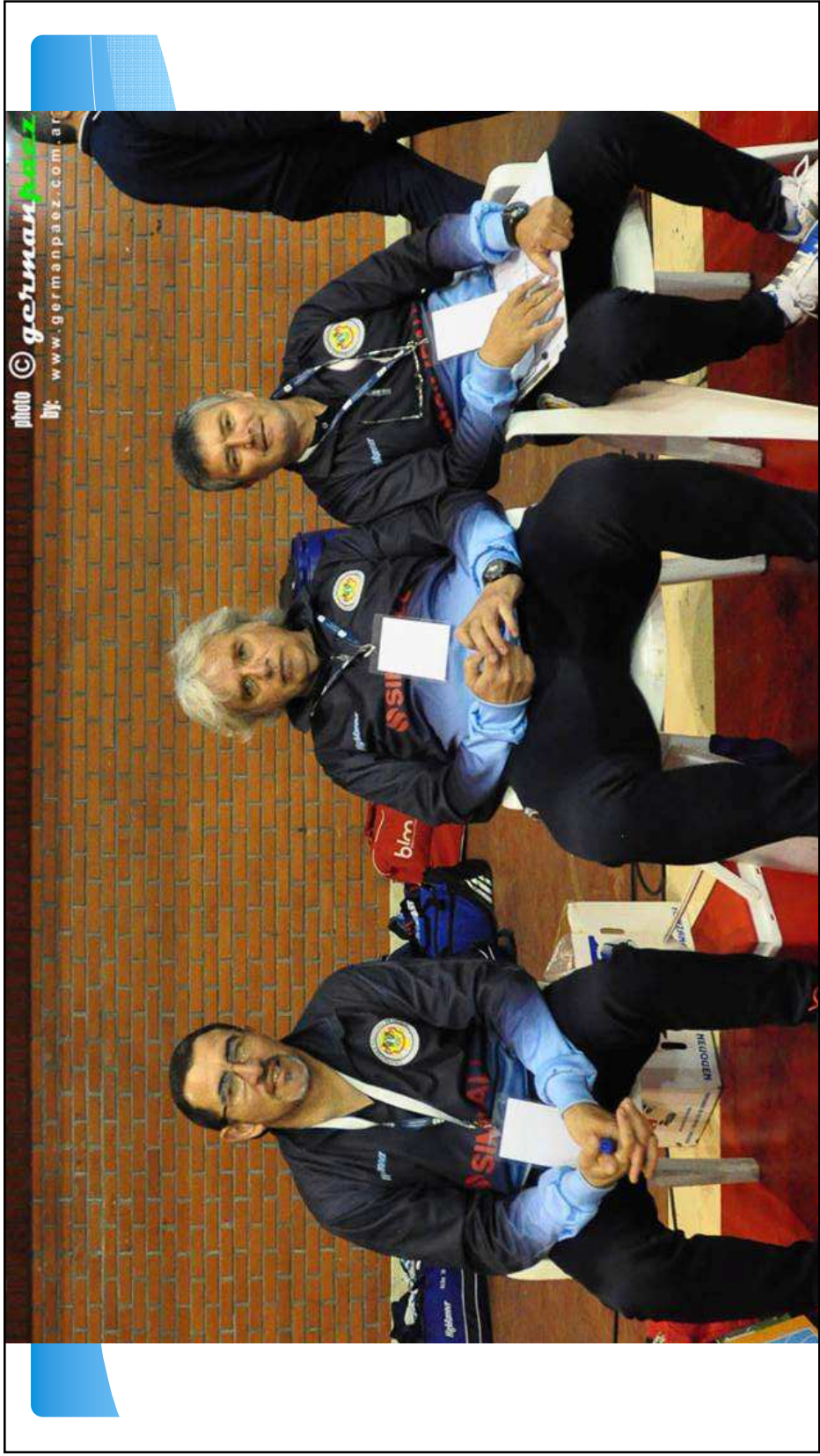


photo © **germanpaez**
by: www.germanpaez.com.ar

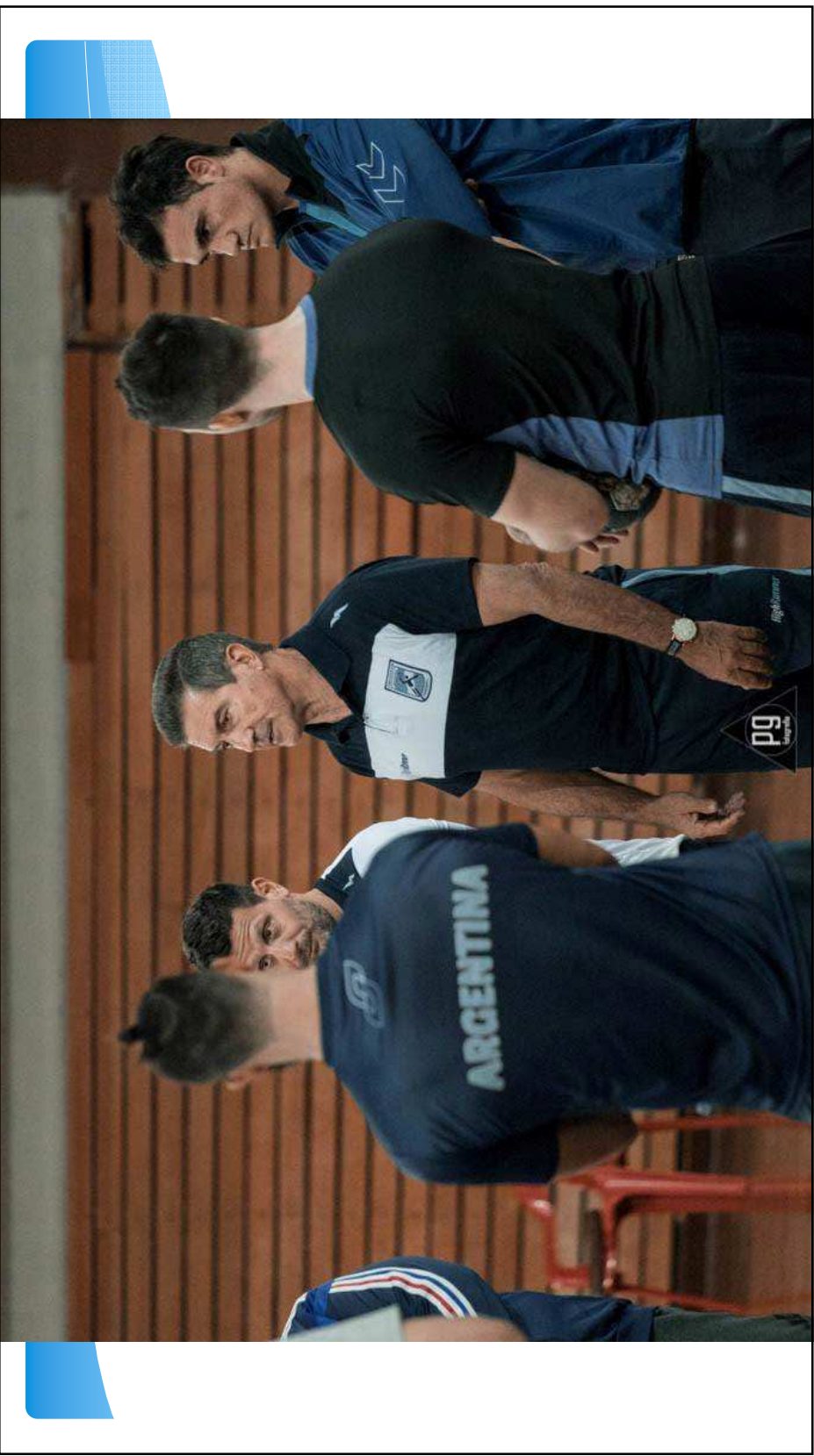


















© герман паз
www.germanpaez.com.ar

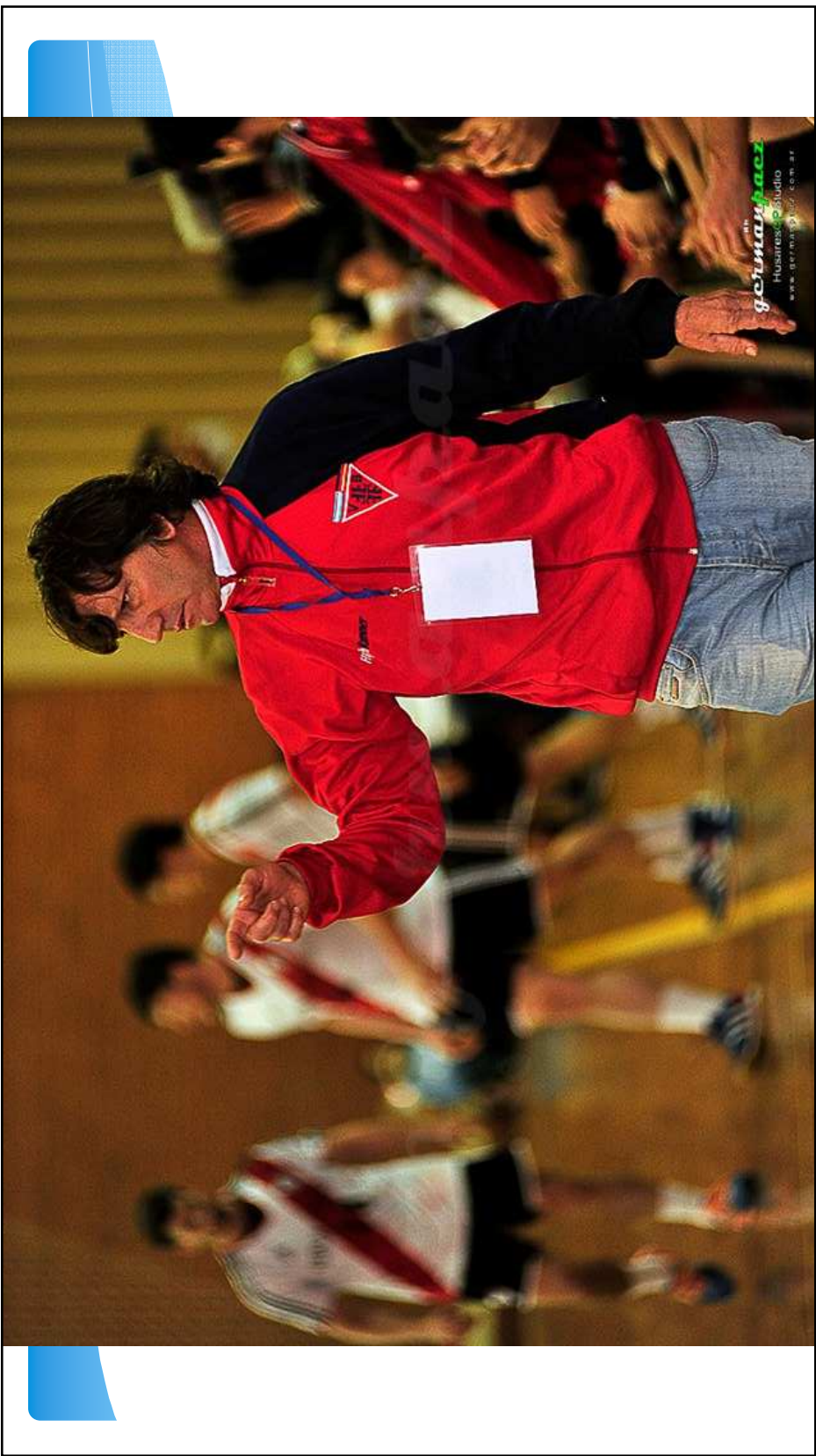










Photo © **германпаетз**
by: www.germanpaez.com.ar



















CONCLUSIONES

- PENSARSE ASI MISMOS COMO UN PROVEEDOR DE SERVICIO
- CONFORMAR UNA MARCA. DEFINIR SU IDENTIDAD, VALORES, CONCEPTOS
- ANALISIS: QUÉ HAGO PARA CONSTRUIR, ALIMENTAR Y HACER CRECER MI MARCA?
- SER COHERENTE DE MODO 360. NO ACCIONES AISLADAS
- UNA MARCA ES ÚNICA. NO HAY UN MODELO DE ENTRENADOR EXITOSO. LA CLAVE ESTA EN BUSCAR SU IDENTIDAD Y SU UNICIDAD

HANDBALL – CURSO NACIONAL DE ENTRENADORES

GRACIAS !!!!

VALENTINA KOGAN