

Cómo el Valencia CF utiliza Qualifio para crecer, acercarse a sus aficionados y dar visibilidad a sus sponsors



qualifio &



La recopilación de zero & first-party data en el centro de la estrategia digital del Valencia CF

El Valencia Club de Fútbol es uno de los clubs insignes de Europa y un referente en los campeonatos domésticos. Con una larga historia y un rico palmarés, el Valencia CF es un histórico en La Liga y uno de los equipos a tener siempre en cuenta en el ámbito deportivo así como en su estrategia de transformación digital.

Como hemos visto en los otros casos de éxito del **LOSC Lille** y del **Toulouse Football Club**, el mundo digital está evolucionando a pasos agigantados, y los clubes de fútbol no son inmunes a estos cambios. Cada vez más clubes están acelerando su transformación digital, desarrollando una estrategia de recopilación de datos y reforzando su presencia online para satisfacer las expectativas de sus aficionados.

En marzo de 2021, el Valencia CF decidió ir un paso más allá en esta línea con la implementación de Qualifio Engage y la puesta en marcha de una estrategia de marketing interactivo. Gestionada y utilizada por un equipo de marketing de seis personas, Qualifio Engage forma parte de la estrategia de marketing digital del Valencia CF, permitiendo al club alcanzar cuatro importantes objetivos:



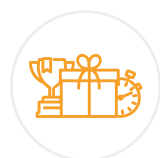
Aumentar su base de datos recopilando nuevos suscriptores a la newsletter



Conocer más a sus aficionados recogiendo sus valiosos insights



Aumentar la visibilidad de sus patrocinadores incluyendo formatos publicitarios interactivos en sus propuestas comerciales



Atraer a sus aficionados a través de divertidos juegos



“Qualifio nos ha abierto muchas puertas y nos ha permitido desarrollar una nueva forma de marketing. Ahora no sólo hacemos fútbol, estamos interactuando con nuestros aficionados, dándoles la oportunidad de pasar momentos especiales con el club a través de diferentes juegos. Y todo esto ha tenido un impacto directo en nuestros resultados: En 10 meses, hemos conseguido 5.808 nuevos suscriptores en nuestra newsletter. Por lo tanto, podemos decir que estamos encantados con las oportunidades que nos brinda Qualifio”.

Cristina Garcia

Analista de innovación digital y e-commerce en el Valencia CF



Descubre en el caso de éxito del Valencia CF cómo el club utiliza los formatos interactivos de Qualifio Engage para conquistar, conocer mejor, monetizar e implicar a su audiencia de manera recurrente.

Qualifio Engage como elemento clave de la estrategia digital del Valencia CF

El equipo de marketing del Valencia CF utiliza Qualifio Engage como parte de la estrategia clave de marketing del club. Así, cada semana organizan una reunión para analizar el rendimiento de sus campañas, planificar las próximas activaciones en función de los partidos del equipo o del patrocinador que necesiten destacar, y pensar el concepto creativo de las mismas.

En 10 meses, ya han logrado grandes números:



82 campañas creadas



5.808 nuevos suscriptores
a la newsletter



Una media por campaña del **14.3%** de
nuevos opt ins en su base de datos

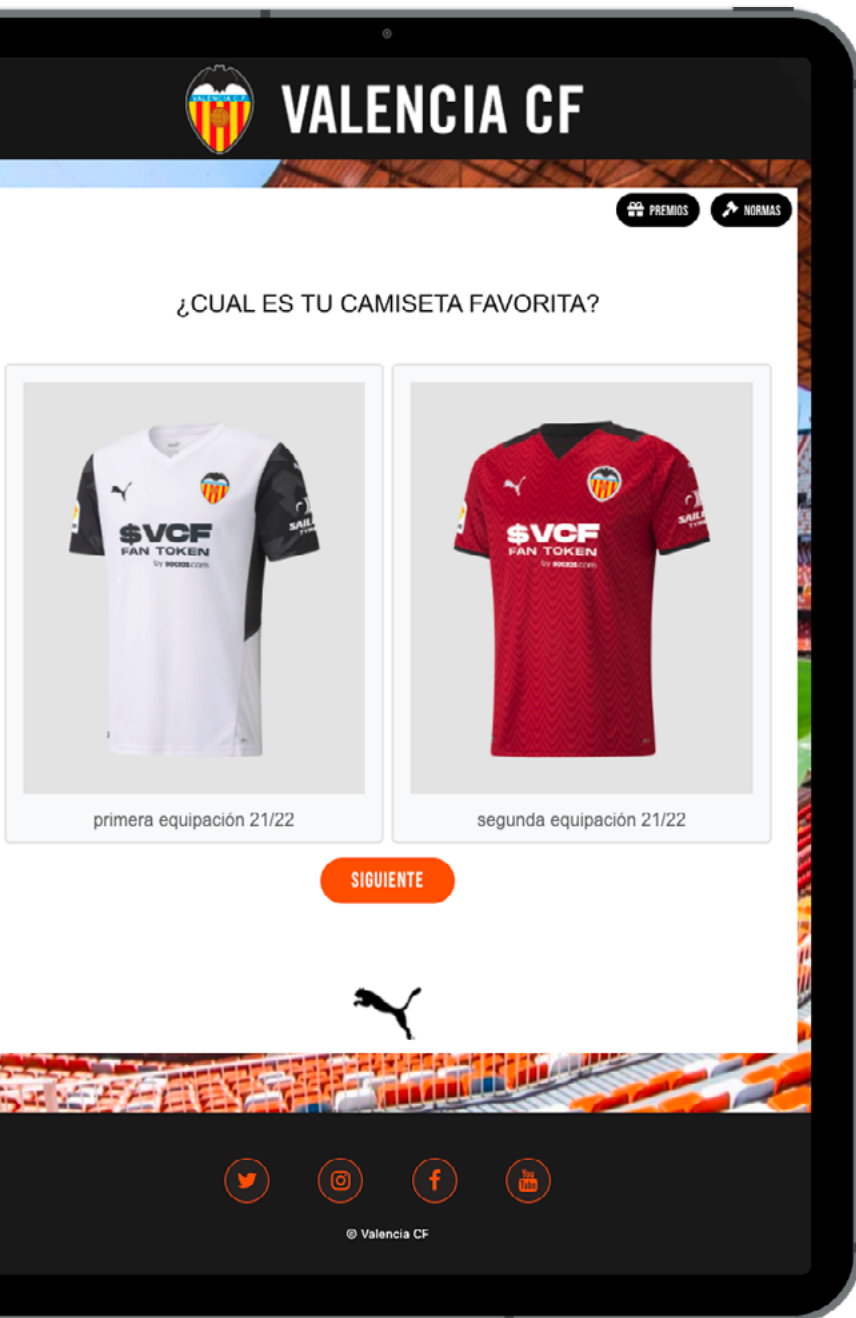
Veamos con más detalle algunas de las campañas que el Valencia CF ha lanzado para lograr sus cuatro principales objetivos en digital.

1. Incremento de las suscripciones a la newsletter

En un contexto donde la interacción online es clave para el club, el Valencia CF entiende Qualifio Engage como una herramienta clave para ahondar en su estrategia de engagement y recopilación de datos. En concreto, en el club ché tenían el reto de aumentar su base de suscriptores en la newsletter y descubrieron que la interactividad era una forma excelente de **recoger first-party data**. ¿Cómo? Combinando formatos interactivos, como quizzes, encuestas, test y juegos, con potentes formularios y opt-ins.

Tomemos la siguiente campaña creada por el club para ilustrar este punto. La pretemporada de fútbol en España comienza en julio, y el comienzo de la temporada siempre hace aflorar los sueños y pasiones de los aficionados. Teniendo esto en cuenta, el Valencia CF uso este momento para conocer la opinión de sus seguidores y obtener nuevos suscriptores a la newsletter. Lanzaron una encuesta entre las dos camisetas de la nueva temporada y pidieron a los seguidores que votaran por su favorita, dando la oportunidad de entrar en un sorteo y conseguirlas de forma gratuita. Para validar su elección, los partidarios debían rellenar un formulario (nombre, apellidos, correo electrónico, fecha de nacimiento, ciudad), en el que el Valencia CF proponía un opt-in a la newsletter. Como resultado, lograron reunir un total de **2.907 nuevos suscriptores a la newsletter en solo 15 días**.





“El objetivo de esta campaña era conseguir tantos nuevos suscriptores como fuera posible. Sabíamos que crear una campaña corta sorteando la camiseta de la nueva temporada sería un buen incentivo. Hasta ahora, esta campaña ha sido una de las más exitosas en términos de suscriptores.”

Cristina Garcia

Analista de innovación digital y e-commerce en el Valencia CF



2. Obtener feedback de los clientes

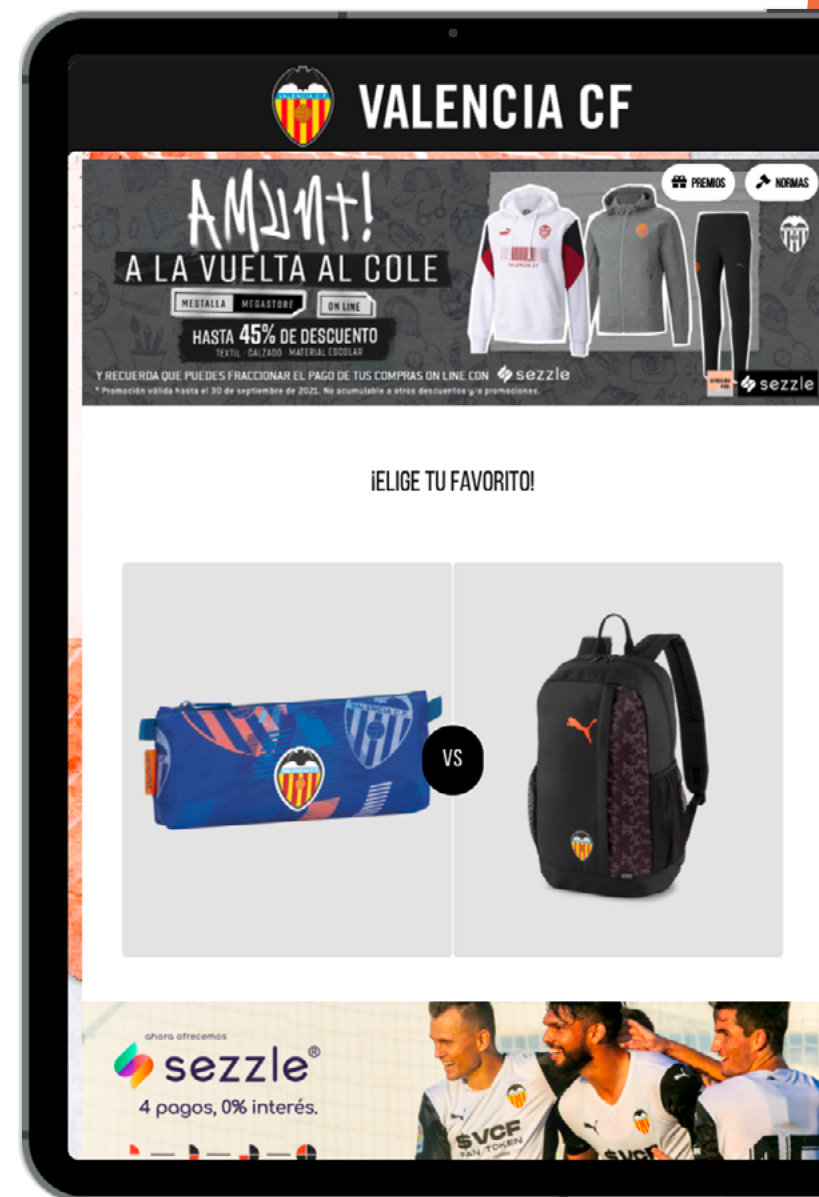
Según Cristina, escuchar a su público y entenderlo lo mejor posible es la prioridad número uno de su departamento. Por ello, el club utiliza las batallas de productos para recopilar **zero-party data**, recoger feedback de los clientes y averiguar sus gustos. El concepto es sencillo: los aficionados tienen que votar por su producto favorito entre dos opciones, con la posibilidad de ganar uno de ellos.

Todos los datos recogidos a través de estas batallas se envían a los responsables de la tienda web. Así, gracias a estos datos, se conocen las preferencias de los aficionados y se pueden adaptar los stocks en consecuencia o incluso lanzar promociones y acciones específicas en torno a los productos más populares. Bajo esta premisa el Valencia CF lanzó su primera batalla de productos en septiembre **para la vuelta al cole**, cuando las tiendas, online y físicas, estaban bien parapetadas con los artículos de la nueva temporada.

De nuevo, en conjunto con los responsables de e-commerce, el Valencia CF también envía todos los datos que recopilan a través de Qualifio Engage a su herramienta de mailing para enviar mensajes personalizados acorde a las preferencias de los aficionados.



www.qualifio.com



3. Aumentar la exposición de los patrocinadores

Como todo club de fútbol, el Valencia CF apuesta por dar una **gran visibilidad a sus patrocinadores**, tanto offline como online, y Qualifio Engage les ayuda con la parte online.

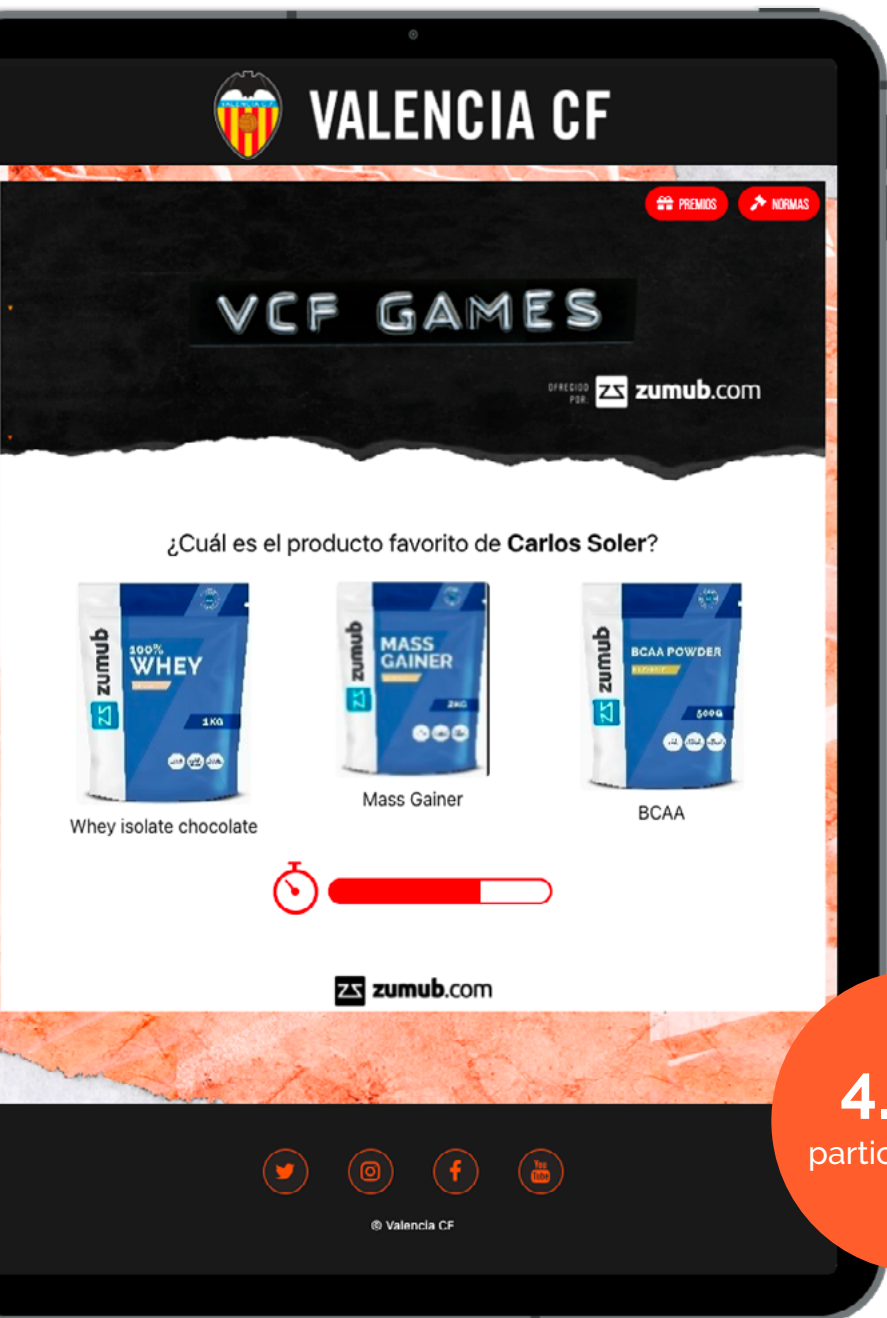


“Qualifio forma parte del paquete de visibilidad que ofrecemos a nuestros patrocinadores. Damos exposición a nuestros patrocinadores a través de un anuncio disfrazado de juego. Es un win-win: nosotros conseguimos muchas participaciones, gracias a los premios propuestos por nuestros patrocinadores, y ellos consiguen mejor alcance.”

Cristina Garcia

Analista de innovación digital y e-commerce en el Valencia CF





Para su patrocinador Zumub, una marca de suplementos, el Valencia CF creó un concurso de **muerte súbita** promocionado a través de su newsletter con ocho grandes premios para ganar, como vales, entradas VIP, balones firmados, etc. El concurso mezclaba preguntas sobre los productos del patrocinador y el equipo del Valencia CF. Para impulsar la participación, anunciaron que todos los participantes recibirían un regalo de 10 euros una vez registrados, un buen incentivo para convertir a los visitantes anónimos en perfiles identificados y crecer, así, su base de datos.

Cristina también menciona que la elección del quiz de la muerte súbita en lugar del **chrono quiz** se debió a que los datos disponibles en Qualifio Engage mostraban que, con este formato, conseguían más participaciones. De hecho, este quiz ha sido el más eficaz hasta la fecha habiendo conseguido **4.242 participaciones en solo 8 días**.

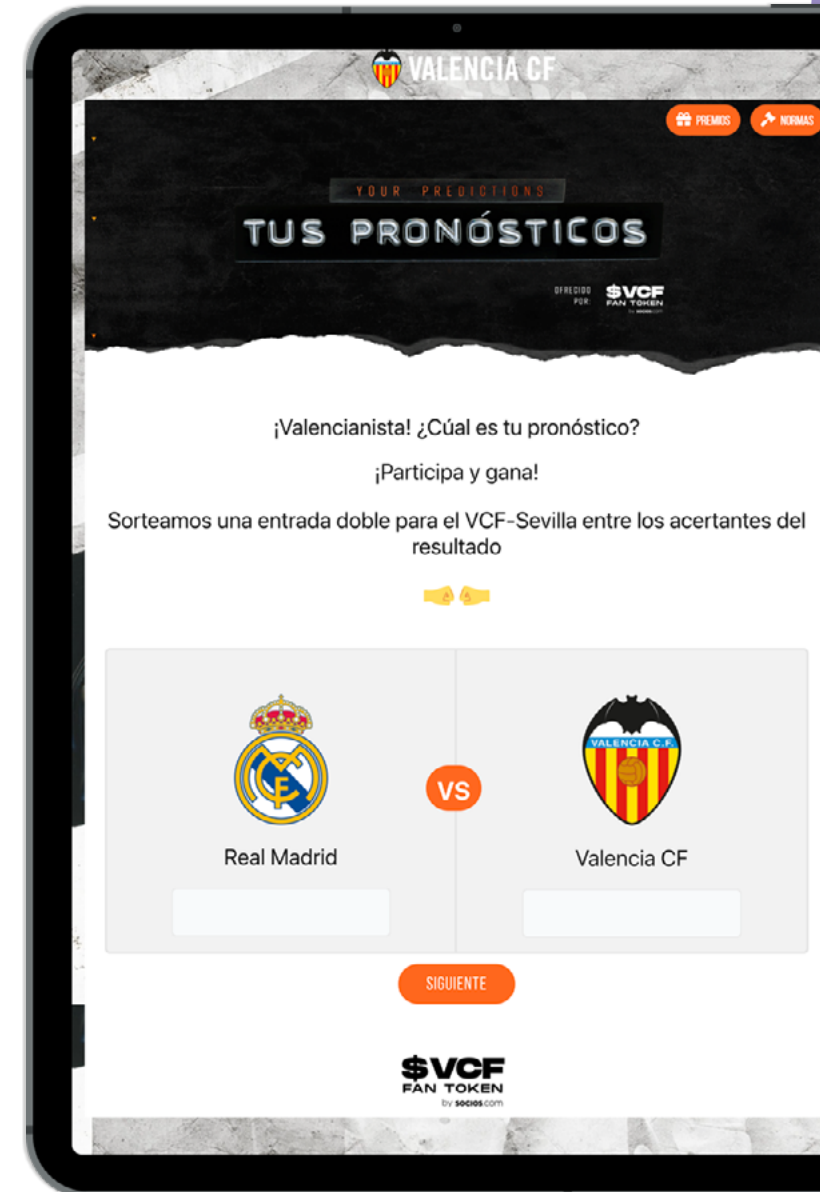
4.242
participaciones

4. Buscar engagement de manera recurrente

Y por último, pero no menos importante, el Valencia CF utiliza regularmente formatos interactivos para mantener a sus aficionados cercanos al equipo. Por ejemplo, antes de cada partido, publican una predicción con un premio que se sorteara entre todos los participantes. Este, de hecho, fue el primer formato interactivo que lanzaron debido a su rapidez de producción y configuración.

Estas campañas de predicción son una bonita manera de interactuar con el público y crear ambiente antes del partido. Estos formatos son las campañas más utilizadas por el club, El Valencia CF ha recogido excelentes datos y estas son algunas de las conclusiones:

1. Obtienen mejores resultados cuando el premio es una entrada gratuita para el próximo partido. La camiseta es el segundo premio con mayor número de participación y el balón oficial firmado es el premio con menos participación.
2. Instagram es el mejor canal para atraer tráfico a sus campañas, pero Facebook es el canal que tiene una mejor tasa de conversión.
3. Para obtener mejores resultados en Twitter necesitan publicar dos tweets.





“El siguiente paso para el club es conectar nuestro SSO con Qualifio para ofrecer una experiencia de usuario positiva y, por lo tanto, generar más participaciones y aumentar el número de creaciones de perfiles.”

Cristina Garcia

Analista de innovación digital y e-commerce en el Valencia CF



¿Quieres descubrir otras historias de éxito en el mundo del deporte?

Echa un vistazo:



Descubre la gamificación como herramienta para interactuar con los hinchas

[Lee ahora](#)



De la información a la interacción: la estrategia digital del Toulouse Football Club

[Lee ahora](#)

¿Qué es Qualifio?

Qualifio busca ayudar a marcas y medios de comunicación generar engagement con su comunidad online y fidelizar a sus clientes. Ofrecemos a las marcas dos soluciones SaaS complementarias y fáciles de usar: Qualifio Engage, una plataforma de recopilación de datos y marketing interactivo, y Qualifio Loyalty, una plataforma de fidelización basada en la interacción. Marcas y medios de comunicación como L'Oréal, MediaMarkt, Decathlon, Nestlé, Vocento, Unidad Editorial o DailyMail interactúan con sus audiencias a diario, gracias a Qualifio.

¿Te interesa?

Solicita una demo con ejemplos de campañas personalizadas para tu marca.

[SOLICITA UNA DEMO](#)

¿Necesitas más información?

[CONTÁCTANOS](#)

