

GUÍA DE RESPONSABILIDAD Y REPUTACIÓN DIGITAL

FÚTBOL Y SOCIAL MEDIA
IDENTIDAD DIGITAL DE UN CLUB
QUÉ SÍ Y QUÉ NO EN RRSS
¿CÓMO METER LA PATA Y SALIR ILESO?



CONSEJOS DE...

"Una vinculación emocional fuerte entre club y afición surge gracias a los valores que creamos cuando trabajamos con nuestra marca."

ILDE CORTÉS

Responsable de la estrategia y desarrollo de la comunicación en redes sociales de la Selección española de fútbol.



"Es muy importante asumir qué contamos y cómo lo contamos. Somos el altavoz, todo lo que hacemos afecta a la imagen de nuestro club"

JOSÉ MIGUEL DE PEDRO

Coordinador de contenido digital de La Liga



UN CLUB DIGITAL

TIENE PERSONALIDAD

SOMOS VALORES

SOMOS IDEAS

SOMOS CONCEPTOS

QUE GENERAN SENTIMIENTOS

SI EL AFICIONADO SE SIENTE IDENTIFICADO



UN CAMINO HONESTO EN MEDIOS DIGITALES



IDENTIFICA TUS OBJETIVOS

SE REALISTA. ¿QUIÉN ERES? ¿QUÉ QUIERES?

DEFINE TU MENSAJE Y TU TONO

¿QUÉ QUIERES TRANSMITIR DE TU CLUB?

TRANSMITE TU MARCA

TEN PRESENCIA EN REDES CON CORRECCIÓN

MIDE Y ANALIZA

HAZ BALANCE DE TUS ACCIONES

RECONOCE TUS VIRTUDES

POTENCIA LO QUE TE HACE ÚNICO, CUIDA TUS DEFECTOS

COMUNICAR PARA GANAR



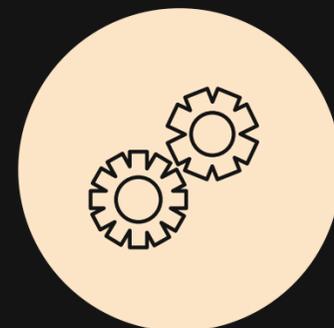
Difunde mensajes POSITIVOS.
Crea contenido ORIGINAL adaptado a cada red social.
Hablar en negativo solo trae resultados negativos...
(Quejas, críticas, enfrentamientos...siempre se vuelven en tu contra)



Enriquece con recursos AUDIOVISUALES para llegar más lejos.
Genera CONVERSACIÓN.
Call-to-action en mensajes cortos y con emojis



Sé PRUDENTE y piensa antes de publicar. Somos RESPONSABLES del contenido.
Una vez que publicas algo, pierdes el control sobre ello.



Cuidado con la improvisación, el directo y la comunicación desde el enfado o precipitación.
Ten en mente siempre los VALORES que estás representando.
Participa con RESPETO y de manera CONSTRUCTIVA.
Crear una reputación cuesta años, perderla solo minutos.

RESPECTO CERCANÍA EMPATÍA

Las Redes Sociales son cercanía,
contacto y feedback.

Son escucha y respuesta.

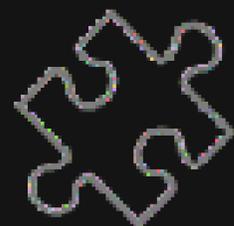
Son interacción.



EL CONTENIDO ES EL REY

DEFINIR VALORES - TRAZAR LÍNEAS PARA COMUNICARLOS - DESARROLLAR LAS IDEAS EN DIGITAL
ESTRATEGIA DIGITAL PARA CONSTRUIR UNA COMUNIDAD

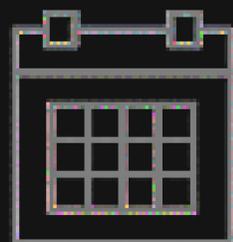
ESTRATÉGICO



INTEGRADO



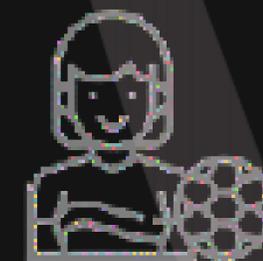
PLANIFICADO



INTELIGENTE



ORIENTADO AL CLIENTE



¿Y SI LLEGA UNA CRISIS?

- INFORMACIÓN MAL DADA
- MALA COMUNICACIÓN
- PUBLICACIÓN DESAFORTUNADA
- COMENTARIO DESDE LA TENSIÓN O NERVISOSIMO SIN PENSAR EN SUS CONSECUENCIAS
- TONO EQUIVOCADO
- TROLLS O HATERS EN RRSS
- ...

PIENSA Y DESPUÉS, PUBLICA



¿Alguien se puede sentir ofendido?

SÍ

¿Necesita una explicación?

SÍ

¿Puede dañar la reputación del club?

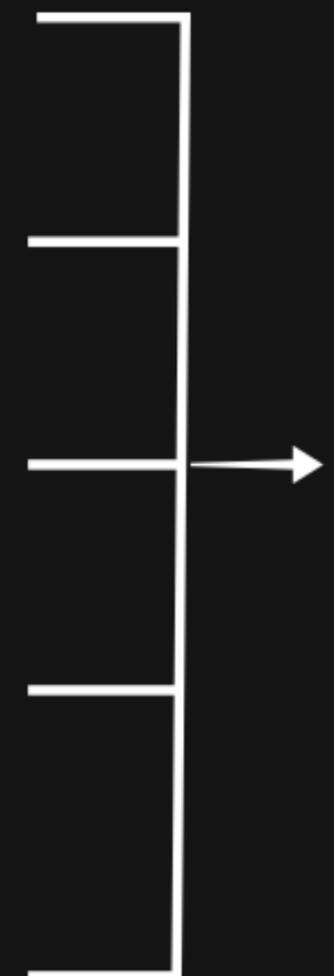
SÍ

¿Se puede malinterpretar?

SÍ

¿Cambia mucho tu tono habitual?

SÍ



**PEDIR PERDÓN,
HUMOR,
EXPLICAR,
RELATIVIZAR.
APRENDER.**

¿QUE NO EN RRSS?

CUIDADO CON LAS NORMAS Y LEYES

Protección de datos, Condiciones de uso de las plataformas, Reglamentos de Competición y normas deportivas....

RESPECTO, TONO Y PERSPECTIVA

Habla la entidad y sus valores, no la opinión personal. No perder la perspectiva y el respeto en la comunicación.

RESPONSABILIDAD LEGAL

La entidad y su comunicación también se regulan por la legislación en materia.



¿LISTOS PARA "EL OTRO PARTIDO"?

Crea el mundo digital de tu club desde el respeto de los valores que os representan



Set
Goals

#FCYLF

12



WWW.FCYLF.ES



@FCYLF



@FCYLF_OFICIAL



FEDERACIÓN DE CASTILLA Y LEÓN DE FÚTBOL



@FCYLF

FEDERACIÓN de CASTILLA Y LEÓN de FÚTBOL

