

MILLENIUM IN ASCESA SOCIAL NEGLI SPORT IN ROSA

Di BresciaSport Team Uffici... — Ultimo aggiornamento: Dic 21, 2020

PALLAVOLO



La Serie A del volley coinvolge i propri tifosi tanto quanto lo fanno il calcio e più del basket in rosa. Risultato eccellente per Millenium premiata dal rapporto engagement-follower: è 4^a in A1 e 8^a fra i maggiori sport di squadra al femminile.

Da un'analisi de Il Sole 24 Ore sviluppata dall'Osservatorio Digitale diretto da Sandro Giorgetti, il rapporto medio engagement\follower delle pallavoliste (1,45) è molto vicino a quello delle calciatrici (1,47) e seguito dalle cestiste (1,05). C'è da sottolineare, però, che il più giovane movimento calcistico rosa è trainato in maniera inequivocabile dalla passione dei supporter per la più storica e conosciuta squadra maschile, trascinati dal forte senso di appartenenza al club, molti dei quali con budget imparagonabili ad altri sport.

L'analisi tiene conto di:

- Somma dei Follower Facebook + Instagram + Twitter + Youtube.
- Somma dell'Engagement Facebook + Instagram + Twitter (dati dal 3 ottobre al 1 dicembre 2020).
- Rapporto fra Engagement e Follower.

Non si vive di soli follower, infatti proprio questo ultimo dato, "Rapporto fra Engagement e Follower", è importante per indicare quanto i seguaci sui social siano coinvolti nella causa e interagiscano con il brand. Più il valore è alto maggiore è il successo di un'attività social, in quanto segnala come i contenuti pubblicati siano in grado di rendere attiva e partecipativa la community creata. Insomma, una chance in più per i team sportivi di posizionare meglio il proprio brand, aumentare la notorietà e rendersi appetibili agli sponsor.

La pallavolo è il movimento che produce i volumi più alti e più equilibrati tra le squadre di alto livello in termini di seguaci. Nonostante sia solo da 3 stagioni in massima serie, la Banca Valsabbina Millenium Brescia riesce a coinvolgere gli utenti in proporzione al numero dei propri seguaci più di tante squadre storiche e addirittura più di alcuni top team, piazzandosi in una lusinghiera quarta piazza nella Lega Pallavolo Serie A femminile, e con un'ottima ottava posizione generale, a discapito delle cugine del basket e di molti club di football rosa.

«E' un dato che indica la bontà del lavoro svolto al nostro interno – spiega Emanuele Catania, direttore generale Millenium – al di là della posizione in classifica il lavoro sul marketing è costante e sui social è fondamentale. Mi fa piacere che non venga analizzato solo il numero dei follower, poiché siamo una realtà giovane e in crescita, abbiamo un ottimo coinvolgimento dei nostri fan che è un dato importante per gli sponsor. E' un premio per chi collabora con noi su questo aspetto e uno stimolo per fare ancora meglio. I progetti in cantiere sono ancora molti e facciamo il possibile, in un momento così complesso, per tenere coinvolti non solo i tifosi, per i quali ad esempio abbiamo aperto di recente un account TikTok, ma anche gli sponsor. Per questi ultimi abbiamo creato una "virtual lounge" dedicata su Telegram con contenuti esclusivi, aggiornamenti, rassegna stampa, sondaggi e molto altro. Se gli sponsor non possono venire nell'hospitality del palazzetto, portiamo noi l'hospitality da loro».