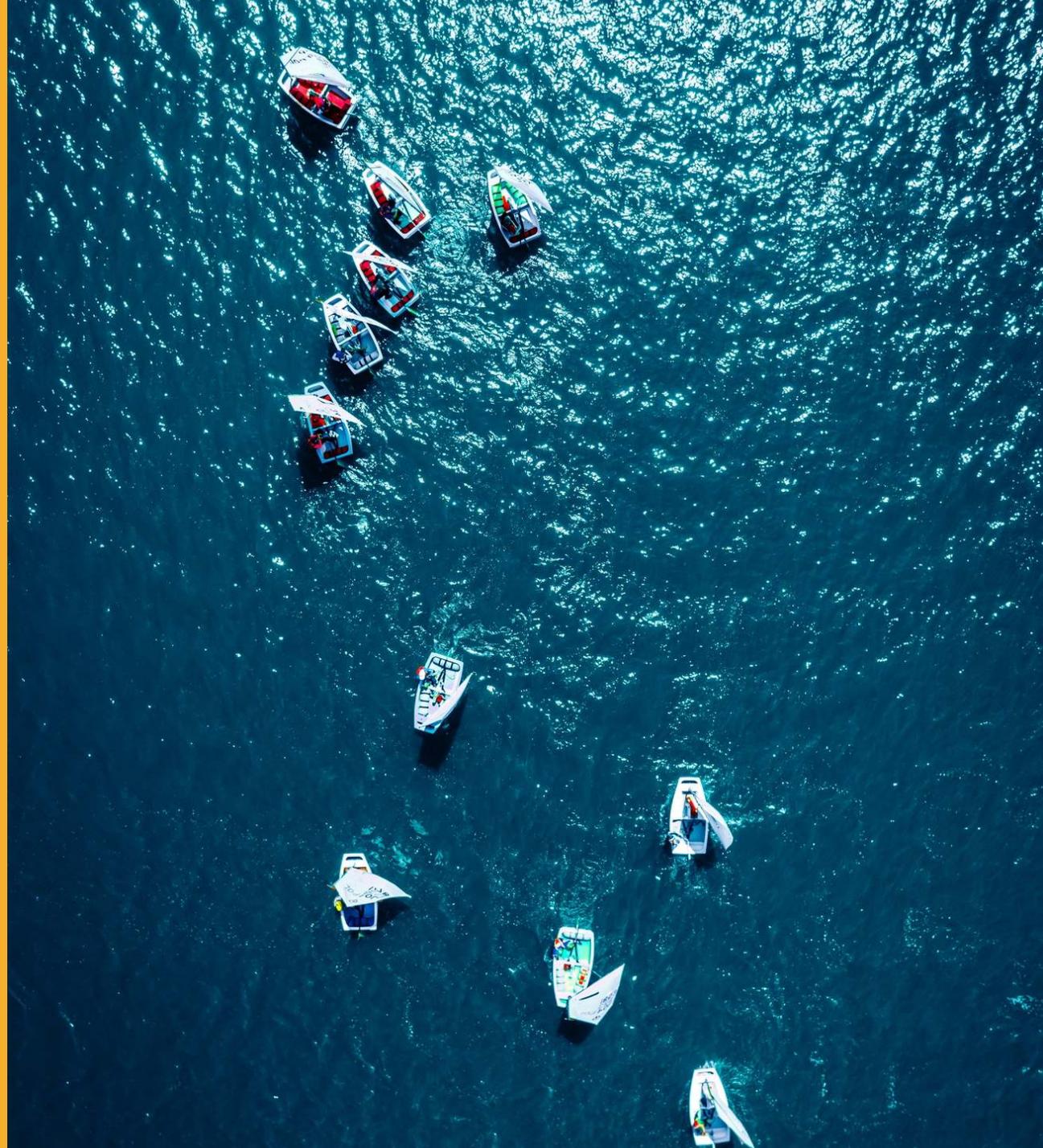




# INFORME DE RESULTADOS COMUNICACIÓN- PATROCINIO RFEV

TEMPORADA 2024





# CONTENIDOS

- 1 RESUMEN EJECUTIVO PROYECTO 24
- 2 OBJETIVOS
- 3 CONCLUSIONES REDES SOCIALES
- 4 CONCLUSIONES AUDIOVISUAL
- 5 CONCLUSIONES PRENSA
- 6 CONCLUSIONES CONTENIDOS PATROCINIO
- 7 CONCLUSIONES GENERALES
- 8 PRÓXIMOS PASOS



# RESUMEN PROYECTO 2024

## HACIA UNA VELA MÁS ATRACTIVA

### ✓ APUESTA POR CONTENIDOS ATRACTIVOS Y DIVULGACIÓN DE CONTENIDOS DE TERCEROS

En el último periodo, hemos ampliado el alcance de temáticas propias y del entorno de la comunidad RFEV con el fin de apoyar la distribución de contenidos atractivos

### ✓ REVISIÓN DEL ECOSISTEMA DIGITAL

La aportación de fondos de la UE ha permitido invertir en la renovación de plataformas digitales y lanzar el proyecto de la nueva web que fue lanzada durante los JJOO ([www.olimpicos.rfev.es](http://www.olimpicos.rfev.es)).

### ✓ CONSOLIDACIÓN DEL PROYECTO DE PATROCINIO

Hemos mantenido el trabajo sostenido con patrocinadores. Hemos renovado contratos y estamos negociando revisiones a la alza y nuevas incorporaciones.

### ✓ CIRCUITOS ESTRATEGICOS RFEV

La RFEV mantiene su apuesta con la promoción de dos eventos periódicos: La Liga Iberdrola y el Campeonato de España de Cruceros. La organización de eventos con el equipo olímpico viene definida por las necesidades de patrocinadores.



# OBJETIVOS 22/24

Relación de objetivos definidos para el periodo 2022/2024



## CRECIMIENTO DE AUDIENCIAS

Nuestros contenidos buscan la interacción con usuarios



## LANZAMIENTO DE NUEVA WEB

Desde principios del 2024 estamos trabajando en el desarrollo de una web que permita la gestión autónoma de contenidos por parte de la RFEV.



## SISTEMA DE CAPTACIÓN DE NUEVOS LEADS

La renovación del ecosistema digital ha permitido integrar en la nueva web elementos para generar nuevos contactos para la BBDD RFEV



## MEJORA VÍNCULO CON EQUIPO OLÍMPICO

Teniendo en cuenta su protagonismo a nivel de comunicación, la mejora de la relación con los miembros del equipo olímpico (deportistas y técnicos) ha sido una prioridad durante el periodo



## SATISFACCIÓN DE PATROCINADORES

El recuperar la relación con patrocinadores y solidificar las contrapartidas ha sido uno de los ejes del periodo



## PROPUESTA DE VALOR DE LOS EVENTOS RFEV

Liga Iberdrola, Campeonato de España de cruceros y eventos Equipo Olímpico

# CONCLUSIONES REDES SOCIALES

## MANTENEMOS LA SENDA DE CRECIMIENTO CON BUENOS CONTENIDOS

### ✓ CRECEMOS EN SEGUIDORES DE MANERA SOSTENIDA

Mantenemos un crecimiento sostenido entre el 25 y el 30% de seguidores (2.5k) durante los dos últimos años.

### ✓ LAS STORIES, A PESAR DE SER CONTENIDO EFÍMERO, CONCENTRAN EL 61% DE LAS VISUALIZACIONES

Las métricas muestran que el consumo de contenidos de determinadas audiencias jóvenes se centran en contenidos efímeros. Los guardamos en "Destacados" para mantener las colecciones vivas.

### ✓ LAS CONTENIDOS CON DEPORTISTAS EN EL CENTRO ASEGURAN BUEN RENDIMIENTO

Del análisis de contenidos, podemos constatar que los contenidos con deportistas en el centro (vs. eventos o tecnología) centran el interés y la interacción de usuarios.

### ✗ MANTENEMOS EL RETO DE AUMENTAR EXPONENCIALMENTE AUDIENCIAS

A pesar de la calidad de nuestros contenidos, mantenemos la dificultad de generar contenidos de naturaleza viral y crecer con mayor velocidad la base de seguidores.



# COBERTURA JJOO



WEB OLÍMPICOS  
RFEV  
(con tracking)



CONTENIDOS EQUIPO  
DESPLAZADO



DIVULGACIÓN  
CONTENIDOS  
ATLETAS



FOTOS SAILING  
ENERGY & WHATS  
STUDIO

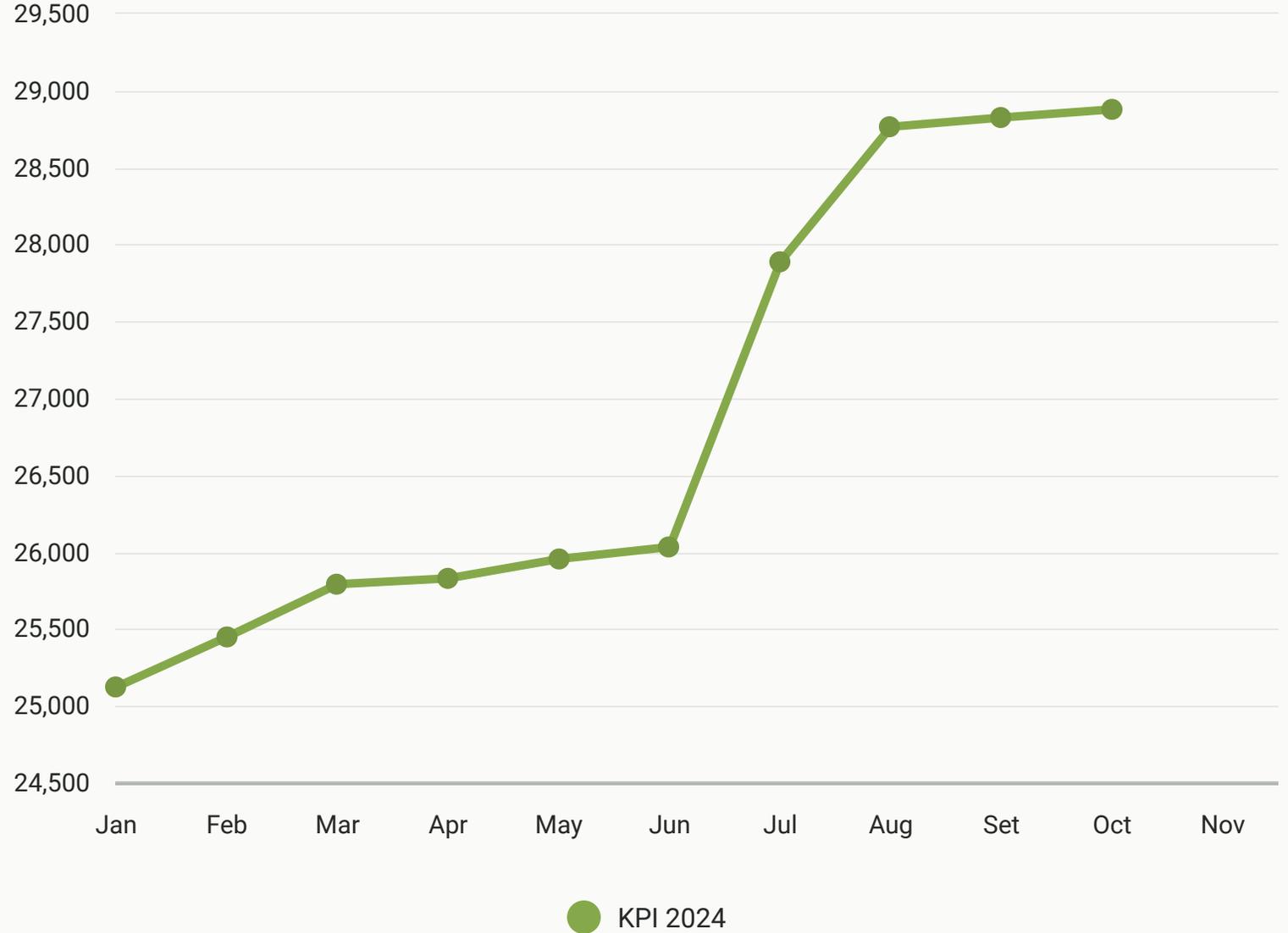


## RENDIMIENTO

# KPI # AUDIENCIA

Análisis del volumen de seguidores entre todas las RRSS de la RFEV

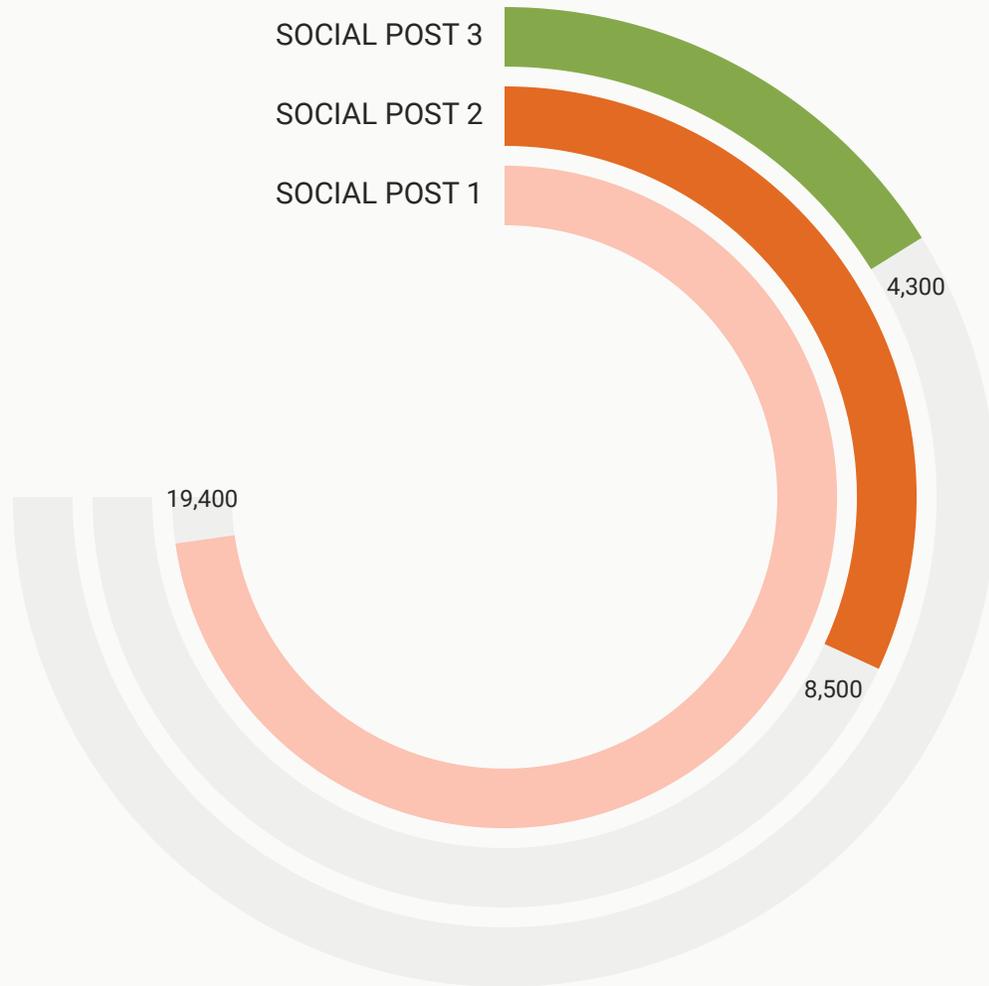
### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES





# TOP POSTS

Los contenidos que han generado mayor interacción



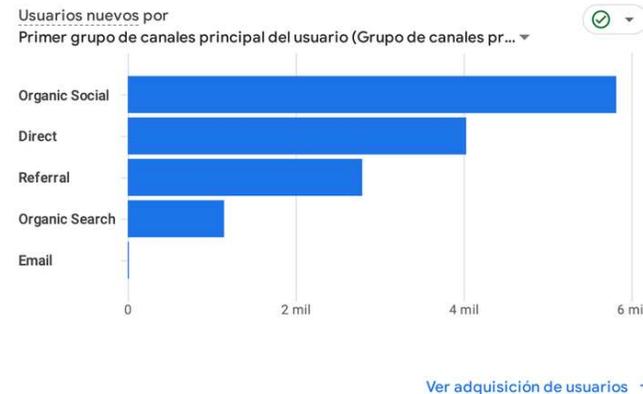


# MÉTRICAS WEB OLIMPICOS.RFEV.ES

## Informe panorámico



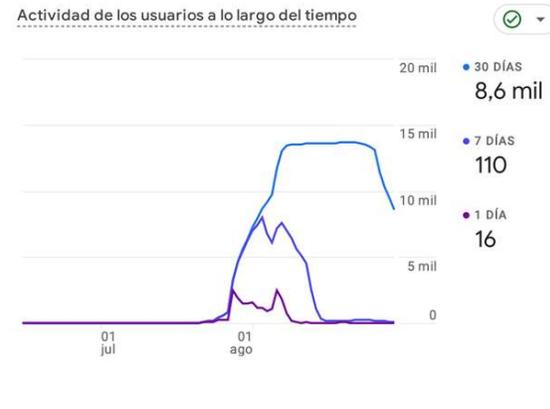
### ¿DE DÓNDE PROCEDEN LOS NUEVOS USUARIOS?



### ¿CUÁLES SON SUS CAMPAÑAS PRINCIPALES?



### ¿CUÁL ES LA TENDENCIA DE USUARIOS ACTIVOS?



### ¿QUÉ PÁGINAS Y PANTALLAS OBTIENEN MÁS VISUALIZACIONES?





# CONCLUSIONES AUDIOVISUAL

UNA APUESTA FIRME POR CONTAR HISTORIAS

## ✓ LOS CONTENIDOS CON DEPORTISTAS EN EL CENTRO FUNCIONAN

A bullet slide collects information in list form. If you're making a single point on a slide, leave the bullet out.

## ✓ MANTENEMOS EL FOCO EN TEMÁTICAS AMPLIAS.

When every slide looks the same, your presentation gets monotonous and boring. Use bullet slides thoughtfully and sparingly.

## ✗ DISTRIBUCIÓN DE VIDEO DE MEDIA DURACIÓN

Tenemos margen de mejora en la distribución de contenidos de calidad de larga duración en canales como YT





16/07/2024 | 00:09:10

Pre-Juegos

Proa a París - Pre-Juegos.



11/07/2024 | 00:07:44

IQFOIL Masculino

Proa a París - IQFOIL Masculino.



05/07/2024 | 00:05:23

ILCA

Proa a París - ILCA.



14/06/2024 | 00:07:53

49er, FX y Nacra

Proa a París - 49er, FX y Nacra



24/05/2024 | 00:05:30

Kite

Proa a París - Kite.



26/04/2024 | 00:06:19

Clase 470

Proa a París - Clase 470.



19/04/2024 | 00:05:31

Clase IQFOIL

Proa a París - Clase IQFOIL





# CONCLUSIONES PRENSA

## CONSISTENCIA EN CONTENIDOS Y DISTRIBUCIÓN

### ✓ CONTENIDOS NATIVOS A MEDIOS CENTRADOS EN LOS PROYECTOS ESTRATÉGICOS RFEV

Equipo olímpico, liga Iberdrola y campeonato de España de cruceros son contenidos generados por equipo prensa RFEV.

### ✓ DISTRIBUCIÓN LOCAL Y NACIONAL DE CONTENIDOS DE COMUNIDAD RFEV PARA AUMENTAR IMPACTO

El equipo de prensa RFEV distribuye notas de prensa y artículos de equipos de comunicación de clubes y territoriales para facilitar su distribución..

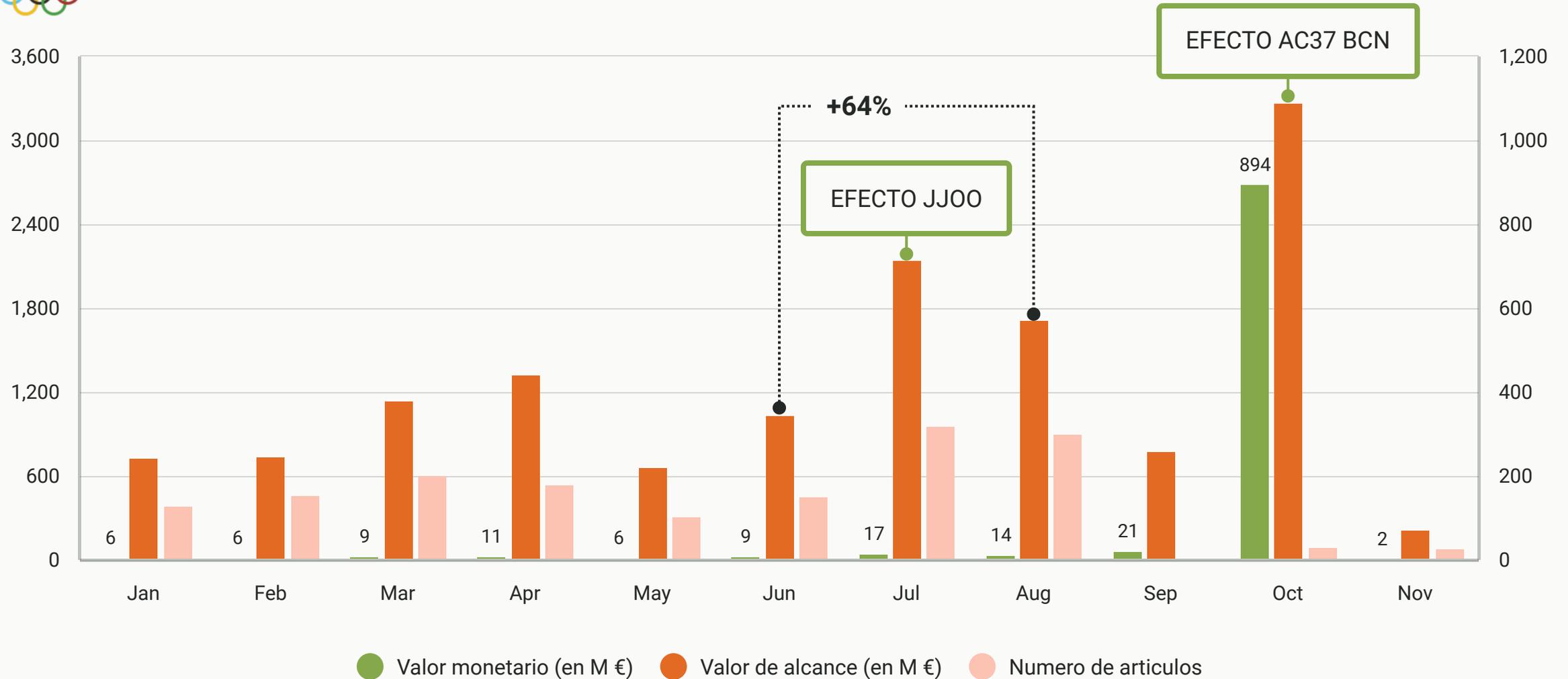
### ✓ IMPACTO EN MEDIOS ESPECIALMENTE RELEVANTE EN JJOO

Como era de esperar, los JJOO han centrado este año el interés de medios, que ha consumido de manera masiva nuestras notas de prensa via el newsroom.





# VALORACIÓN DE IMPACTOS EN PRENSA



# CONCLUSIONES CONTENIDOS PATROCINIO

## MEJORAMOS REPUTACIÓN PERO REACH MÍNIMO

- ✓ LA SATISFACCIÓN DE PATROCINADORES INDICA QUE HEMOS MEJORADO NUESTRO SERVICIO

A bullet slide collects information in list form. If you're making a single point on a slide, leave the bullet out.

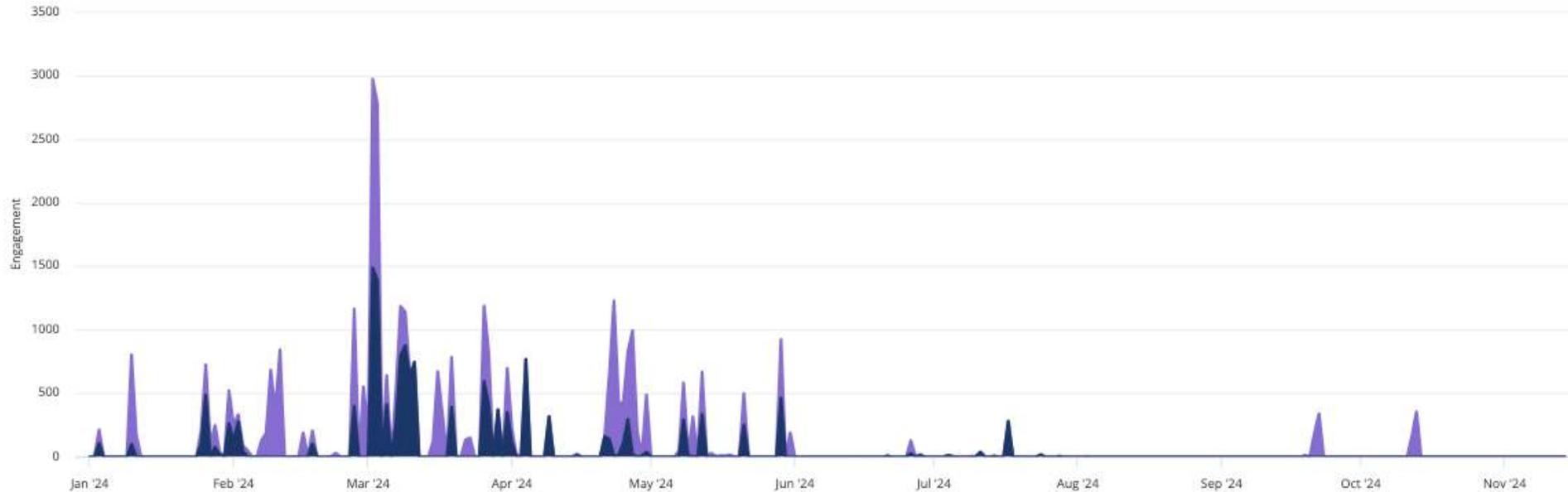
- ✓ DISPONEMOS DE BUENAS PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO CON PATROCINADORES EXISTENTES Y NUEVOS LEADS

When every slide looks the same, your presentation gets monotonous and boring. Use bullet slides thoughtfully and sparingly.

- ✗ LAS BAJAS AUDIENCIAS DIFICULTAN LA APORTACIÓN DE MÉTRICAS ATRACTIVAS A NIVEL DE IMPACTOS EN REDES

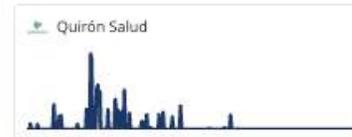
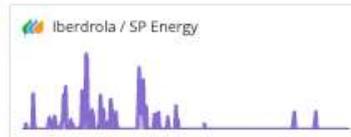


### DAILY VISUALIZATION (TOP 5)



Entity selection

- Iberdrola / SP Energy
- Quirón Salud



### Official Partnerships

These are active sponsorship agreements currently being held with RFE Vela

Name	Posts	In pictures	In video	@mentions	#hashtags	Engagement	Impressions	Logo impressions	Brand Valuation
Iberdrola / SP Energy	174	5,472	13,630	1,670	4,608	21,283	456,169	494	5,142.84€
Quirón Salud	102	3,806	9,766	1,134	-	14,519	291,113	106	1,290.88€
Iberia	0	0	0	0	0	0	0	0	<a href="#">Upgrade now</a>
<b>Total</b>	<b>276</b>	<b>9,278</b>	<b>23,396</b>	<b>2,804</b>	<b>4,608</b>	<b>35,802</b>	<b>747,282</b>	<b>600</b>	<b>6,433.72€</b>



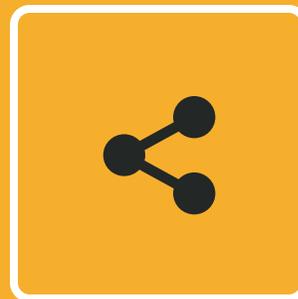


COMUNICACIÓN-PATROCINIO TEMPORADA 24

## VALORACIÓN **GENERAL**



ÓPTIMA GESTIÓN DE  
CONTENIDOS



NECESARIA MEJORA EN LA  
CAPTACIÓN DE NUEVAS  
AUDIENCIAS PARA LA  
MEJOR DISTRIBUCIÓN DE  
CONTENIDOS



DISPONEMOS DE UNA  
ESTRUCTURA SÓLIDA PARA  
OFRECER SERVICIO, EN  
BÚSQUEDA DE MAYOR  
DOTACIÓN DE FONDOS



# PROYECTO 25/28: CRECIMIENTO AUDIENCIAS

En la búsqueda de colectivos estratégicos (persona) con **nuevas temáticas**



PERSONA 1

Jóvenes - LA28



PERSONA 3

Verticales por clase



PERSONA 2

Mujeres - Liga Iberdrola

# PROYECTO 25/28: MEJORA DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS

Análisis de canales y de posibilidades de crecimiento orgánico y de pago



# NARRATIVA Y ESTILO PARA EL CICLO LA 2028

El próximo ciclo olímpico de Los Ángeles 2028 presenta una oportunidad para explorar nuevos enfoques narrativos y estilísticos que capturen el espíritu y la energía de Los Ángeles. Como ciudad anfitriona, existe la oportunidad de mostrar el diverso paisaje cultural, el diseño innovador y el vibrante entorno urbano de la ciudad a través de la lente de los Juegos Olímpicos.

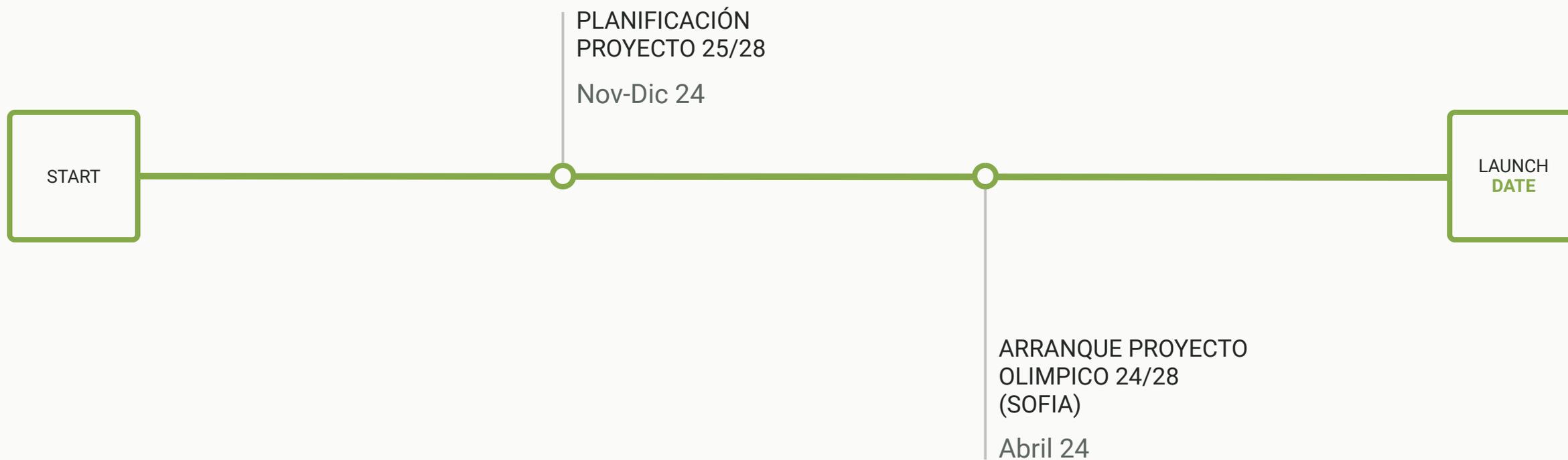
Este nuevo tono de la marca RFEV **nos abre nuevas oportunidades de atraer a nuevas audiencias y patrocinios**





# CALENDARIO PROYECTO COMUNICACIÓN

¡Arrancamos!





# ¡GRACIAS!

ACCESO A REPOSITORIO INFORMES:

Presentaciones reporting comunicación 24 por áreas