



**LA
MANZANA
MECÁNICA**

PROYECTOS DE COMUNICACIÓN GLOBAL
EASD Valencia - Disseny Gràfic

Alberto Cerdán Piquer
DG-054-12

Índice

El Calentamiento. Introducción	P.3
1er Cuarto. Briefing Creativo	P.4-7
_ Descripción del proyecto	
_ Objetivos Generales	
_ Objetivos Específicos	
_ Mensaje	
_ Target	
_ Soportes	
_ Duración	
2º Cuarto. Información	P.8-15
_ Análisis de la realidad	
_ Investigación problemática	
_ Investigación público objetivo	
_ Primeras conclusiones	
3er Cuarto. Conceptualización	P.16-25
_ Ideas y conceptos	
_ Redacción publicitaria	
_ Estructura y organización	
_ Esquema de acciones	
_ Cronograma	

4ª Cuarto. Desarrollo de la campaña	P.26-97
_ Imagen	
_ Web y RRSS	
_ Evento de Presentación	
_ Cartelería informativa	
_ Álbum de cromos	
_ Merchandasing	
_ Concursos	
_ Evendo de Copa	
_ Intervenciones	
_ Evento Final Temporada	
La prórroga. Conclusión y Valoración	P.98-101
_ Conclusión	
_ Valoración personal	

introducción

Esta memoria se realiza para el proyecto final de la asignatura de comunicación Global del 3er curso del Grado en Diseño Gráfico de la EASD València.

En ella se recoge la descripción y metodología de trabajo de este proyecto, que consiste en la realización de una campaña de comunicación para el Club de Baloncesto de la localidad de Massamagrell. Para esta campaña nos apoyaremos entre otras técnicas en el “ambient media” y su difusión a través de redes sociales para intentar llegar al mayor número de personas posible.

A continuación pasaremos a detallar todos los puntos clave y desarrollar todas las acciones e intervenciones que realizaremos en esta campaña.

1^{ER} CUARTO

BRIEFING CREATIVO

- _ Descripción del proyecto
- _ Objetivos Generales
- _ Objetivos Específicos
- _ Mensaje
- _ Target
- _ Soportes
- _ Duración



Descripción del proyecto

Diseño realización y organización de una campaña de comunicación y publicidad a nivel local y comarcal para el **Club de Baloncesto de la de Massamagrell**.

Objetivos generales:

- Dar a conocer el Club de Baloncesto de Massamagrell en el ámbito local y autonómico.
- Fomentar la participación y asistencia de aficionados a los partidos y eventos del club.
- Promocionar el baloncesto como una alternativa atractiva de ocio y deporte en la localidad.

Target

El público al que irá dirigida esta campaña es a todos aquellos aficionados al baloncesto pero sobretodo a los más jóvenes, niños y adolescentes interesados en el deporte en general y en el baloncesto en particular.

Objetivos específicos:

- Fomentar el deporte del baloncesto entre jóvenes y adolescentes locales y ofrecerlo como una alternativa real y atractiva al fútbol.
- Conseguir el interés y apoyo de patrocinadores, asociaciones o entidades locales para el Club.
- Hacer consciente a la población local de la existencia del Club así como de la cantidad de personas implicadas en él.
- Conseguir el apoyo e interés de patrocinadores locales o externos.
- Llamar la atención de aficionados de otros deportes y despertar su interés por el baloncesto.
- Promover la participación y asistencia en las categorías inferiores del club.
- Crear entre los socios un sentimiento de pertenencia al club.

Presupuesto

Debido a que se trata de una campaña a nivel local, el presupuesto para su realización es bastante limitado. Actualmente el Club dispone de entre unos **1000-1500€** para publicidad y comunicación. En nuestro caso intentaremos ajustarnos al máximo a este presupuesto, realizando acciones que no supongan un excesivo coste para su implementación.

Mensajes

Lo que queremos transmitir en esta campaña es la pasión y afición por el deporte del baloncesto. Se pretenden destacar las virtudes y valores de este deporte y postularse como una alternativa deportiva real al fútbol.

Para esta campaña queremos lanzar un mensaje atractivo y desenfadado pero que invite a la reflexión y participación de los espectadores, es decir, que no se limite el público la mera observación de la campaña, sino que el espectador se convierta en un participante activo de ella.

EL BASKET TAMBIÉN EXISTE!

Soportes

Para ello nos apoyaremos en diferentes formatos y recursos. Algunos más tradicionales como carteles o publicaciones y otros más actuales y atractivos como el ambient media o las RRSS con el objetivo de involucrar al espectador y fomentar su participación en nuestra campaña.

La realización de intervenciones en espacios públicos accesibles a todo el que pase por delante ofrece una gran cantidad de posibilidades a explorar para la implantación de nuestra campaña en diferentes localizaciones, técnicas y formatos, convirtiéndola en una campaña interactiva y participativa.

Duración de la campaña

Esta campaña esta prevista para que se desarrolle durante toda la temporada 2015-2016, lo que comprendería los meses desde octubre de 2015 hasta abril de 2016. Aproximadamente unos 6-7 meses de duración.



2º CUARTO

INFORMACIÓN

- _ Análisis de la realidad
- _ Investigación de la problemática
- _ Investigación del público objetivo
- _ Primeras conclusiones
- _ Investigación de Campañas locales
- _ Investigación de Campañas deportivas

Análisis de la realidad

En primer lugar nos informaremos sobre el cliente y su situación para definir y valorar cuales son sus necesidades de comunicación actuales así como el tipo y tono del mensaje que queremos transmitir.

En la actualidad, el Club de Baloncesto de Massamagrell se compone de más de 12 equipos repartidos en diferentes categorías y edades que oscilan entre los 6 y los 25 años. Desde hace unos años, las categorías inferiores han ido creciendo formando una gran base y cantera de jugadores que renuevan constantemente las plantillas de las categorías superiores.

En total, se estiman más de **300 personas** que forman parte del club entre jugadores, entrenadores, directiva y personas relacionadas de manera directa o indirecta, lo que convierte al Club en la segunda sociedad deportiva con más miembros de la localidad después del Club de Fútbol de Massamagrell.

Además recientemente el primer equipo Senior ha conseguido el ascenso a la categoría Autonómica lo que sitúa al club en una situación reservada a muy pocos clubes de la Comunidad. Esto se debe sobretodo a la implicación de los jugadores y directiva que en los últimos años están realizando un gran trabajo tanto a nivel deportivo como en cuanto a la gestión se del Club se refiere.

Investigación y estudio de la problemática

A pesar de los resultados y de la buena gestión interna que lleva realizándose en los últimos años, el Club de Baloncesto de Massamagrell no dispone de todo el apoyo y soporte que les gustaría ni por parte de los aficionados y asistentes a los partidos, ni por parte de las instituciones locales que centran sus esfuerzos y ayudas económicas en el Club de Fútbol y en otros deportes en los que no hay tanta participación o tantos miembros implicados como en el Club de Baloncesto.

La asistencia de aficionados a los partidos también es un punto a tener en cuenta dentro del estudio de la problemática que sufre el Club de Baloncesto de Massamagrell ya que son bastante escasos los seguidores que habitualmente se desplazan al pabellón a ver los partidos. En muchas ocasiones estos aficionados son amigos o familiares de los jugadores o los propios jugadores de otros equipos del club y la asistencia a los partidos de aficionados ajenos al club es bastante escasa.

Por estos y otros motivos el Club se propone realizar una campaña de comunicación en la que se fomente el deporte del baloncesto como una alternativa real a nivel local de otros deportes (mayoritarios como el fútbol o minoritarios como la “pilota valenciana”, el “paddel” o el frontón), con el objetivo de dar a conocer el Club a los habitantes de la localidad de Massamagrell y ampliar el apoyo que reciben tanto por parte de los aficionados como por parte de las instituciones y asociaciones de la localidad de Massamagrell.

Investigación campañas locales

Antes de empezar con nuestro proceso de conceptualización y desarrollo creativo hemos investigado acerca del tipo de campañas que los clubs deportivos a nivel local suelen realizar.

Hemos observado que este tipo de asociaciones no suelen invertir demasiado en este tipo de acciones y la mayoría se limita a la comunicación mediante páginas web (en la mayoría de ocasiones plantillas o diseños obsoletos) y cartelería muy poco trabajada y elaborada (recurriendo en muchas ocasiones a imágenes o ilustraciones de mala calidad y apostando bastante poco por el diseño).

A continuación mostraremos algunos de estos ejemplos que hemos encontrado:

Investigación del público objetivo

Uno de los objetivos principales de esta campaña de comunicación es dar a conocer la existencia y situación actual del Club de Baloncesto entre la población local de Massamagrell. Para ello tenemos que intentar llegar al mayor número de personas posibles dentro de la localidad y realizar una campaña atractiva y que no resulte indiferente al espectador, independientemente de sus aficciones, sexo o edad.

No obstante, esta campaña pretende ir más allá de reivindicar la asistencia a los partidos. Esta campaña también pretende fomentar la participación y la afición por este deporte de los más jóvenes. Así pues nuestro principal público objetivo se centrará en esos chicos y chicas de entre 14 y 25 años interesados en el deporte, las actividades físicas y la competición.

Actualmente este tipo de público son un objetivo difícil de sorprender ya que suelen estar a la última en todo tipo de tecnologías y tendencias por lo que el mensaje que queremos transmitir debe ser directo y tiene que destacar entre la cantidad de información a la que están acostumbrados.

A su vez, los adolescentes suelen tener una gran necesidad o predisposición cuando se trata de pertenecer a una asociación, club, tribu urbana, etc.

Podríamos decir que les gusta ser “etiquetados” por su afición hacia una cultura, movimiento o forma de vestir o actuar. Este factor puede resultar determinante en nuestra campaña, ya que si conseguimos lanzar un mensaje atractivo e impactante conseguiremos que nuestro público objetivo quiera verse identificado con nuestra propuesta y crear es “sentimiento de pertenencia a un Club” que nos hemos marcado como objetivo.

Por último, este tipo de público suele estar también permanentemente conectado a Internet y RRSS por lo que la difusión de nuestra campaña en plataformas como Twitter, Facebook o Instagram tiene que ser uno de los canales principales mediante el cual comunicar nuestro mensaje. Estas plataformas ofrecen una gran cantidad de posibilidades ya que permiten la participación e interacción directa del público objetivo y su coste es prácticamente cero.



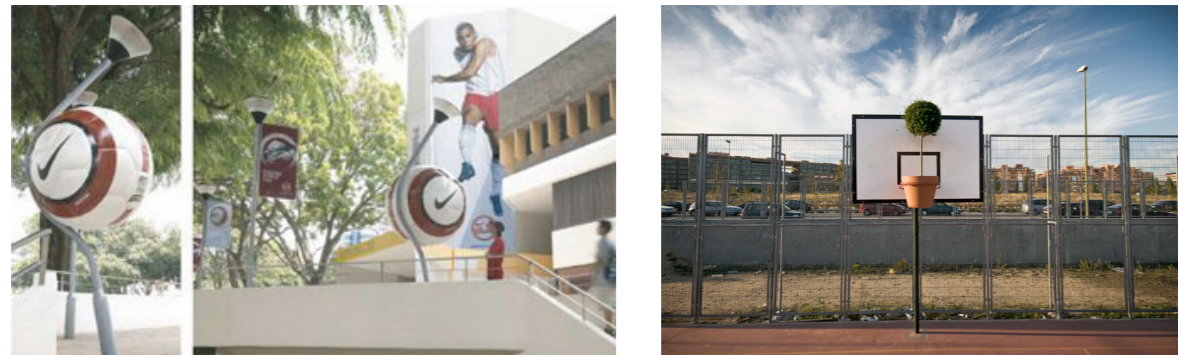
Investigación campañas deportivas

También nos hemos informado acerca de como los grandes clubs y marcas de ropa deportiva realizan sus campañas de comunicación, presantdo especial atención a aquellas que utilizan el “ambient media” y las intervenciones en el espacio público para desarrollarlas.

Estas grandes corporaciones suelen invertir mucho dinero en este tipo de acciones ya que por norma general se trata de empresas multinacionales que esatn avaladas por un gran presupuesto y notoriedad.

Nuestra intención será la de llegar a un término medio en el que nos destaquemos de la gráfica habitual de los pequeños clubs locales sin la necesidad de invertir grandes cantidades de dinero en nuestra campaña de comunicación.

Aquíi mostramos algunas de las campañas que más nos han llamado la atención por su espectacularidad o concepto:



Primeras conclusiones

Después de analizar todos estos aspectos, hemos obtenido algunas conclusiones y factores clave que debemos tener en cuenta en nuestra a la hora de realizar nuestra campaña. Estos factores podriamos resumirlos en los siguientes:

- **Transmitir un mensaje directo y atractivo**
- **Utilización de las RRSS como principal medio de difusión**
- **Fomentar la participación del target en la campaña (Público activo)**
- **Ir más allá de lo esperado, sorprender a un público que no se sorprende facilmente.**
- **Ofrecer una imagen desenfadada y “transgresora” del baloncesto.**



3^{ER} CUARTO

CONCEPTUALIZACIÓN

- _ Ideas y conceptos
- _ Redacción publicitaria
- _ Estructura y organización
- _ Esquema de acciones
- _ Cronograma

Ideas y conceptos

Nos centramos ahora de lleno en el proceso creativo de nuestra campaña y empezaremos planteando algunas de las ideas y mensajes que consideramos son los más adecuados para dirigirnos a nuestro público objetivo. Definiremos también en este apartado cuales son los medios y las estrategias que utilizaremos y el porqué de esta elección.

Uno de los propósitos de nuestra campaña es el de llamar la atención de los más jóvenes de la localidad y despertar su interés por el deporte del baloncesto. Para ello realizaremos una campaña que se llevará a cabo durante toda la temporada regular 2015-2016 y que consistirá en una serie de acciones e intervenciones principales, que se realizarán en momentos puntuales y estratégicos.

Estas acciones se acompañarán de publicaciones y eventos que se llevarán a cabo de manera periódica y regular durante toda la temporada, con el objetivo de dar cohesión y continuidad a nuestras acciones.

Para ello nos hemos propuesto realizar diferentes intervenciones en el espacio urbano de la localidad. Estas intervenciones se proponen a modo de reclamo, con el objetivo de llamar la atención y dar a conocer la campaña. Las publicaciones periódicas servirán a su vez para fidelizar al público objetivo y mantener el interés del espectador entre las diferentes intervenciones.

A continuación mostramos algunas de las primeras ideas y conceptos generales con los cuales partimos para desarrollar nuestra campaña

- Intervención en el pabellón municipal, presentación y publicidad de de la campaña.

- Cartelería diferente y llamativa. Huir de los típicos carteles informativos.

- Creación de página web y redes sociales para la publicación de los eventos.

- Galería fotografica

- Concursos/premios

- Intervención en espacios públicos, convertir la calle en una cancha.

Redacción publicitaria

Estas primeras ideas han ido organizándose y modificándose para adaptarse a nuestros objetivos y a la temporalización de nuestra campaña para darle más cohesión y ajustarse al presupuesto limitado del cual se dispone.

Al tratarse de una campaña de larga duración (ya que se desarrollará durante más de 6 meses) debemos tener en cuenta la continuidad de nuestras acciones para conseguir que no se pierdan en el olvido y el público pueda tener siempre en mente la campaña durante toda la temporada.

A continuación empezaremos con el desarrollo de la campaña. Para ello definiremos primero un planning y esquema general de acciones que formarán esta campaña así como su implementación y distribución en el tiempo o su adecuación al presupuesto, que nos ayudarán a organizar de manera más clara todo el proceso creativo.

Estructura y organización

En primer lugar organizaremos y definiremos las principales acciones que llevaremos a cabo durante todo el desarrollo de nuestra campaña. Al tratarse de una campaña de larga duración diseñaremos acciones e intervenciones de diferente relevancia y magnitud que se intercalarán en el tiempo con el objetivo de ofrecer continuidad y cohesión.

Por ello las diferentes acciones que vamos a realizar las podemos clasificar en dos tipos:

Intervenciones Principales

Serán aquellas de más importancia y magnitud por su espectacularidad, objetivos o presupuesto. Estas acciones nos servirán para dar relevancia a nuestra campaña y nos ayudarán a vertebrar su desarrollo. Estas se realizarán en momentos clave de la temporada como pueden ser la Presentación, la Copa, los PlayOffs, etc.

Intervenciones Secundarias

Consistirán en pequeños eventos o publicaciones que se realizarán periódicamente. Estas tendrán menos relevancia que las anteriores pero servirán para fidelizar al público y dar continuidad y sentido a todo el desarrollo de la campaña.

Además de las diferentes intervenciones y publicaciones que se realizaran durante toda la temporada nos apoyaremos en otra serie de soportes como las Redes Sociales o la Página Web así como con algunos productos de merchandasing que nos ayudarán a la difusión de esta campaña de comunicación.

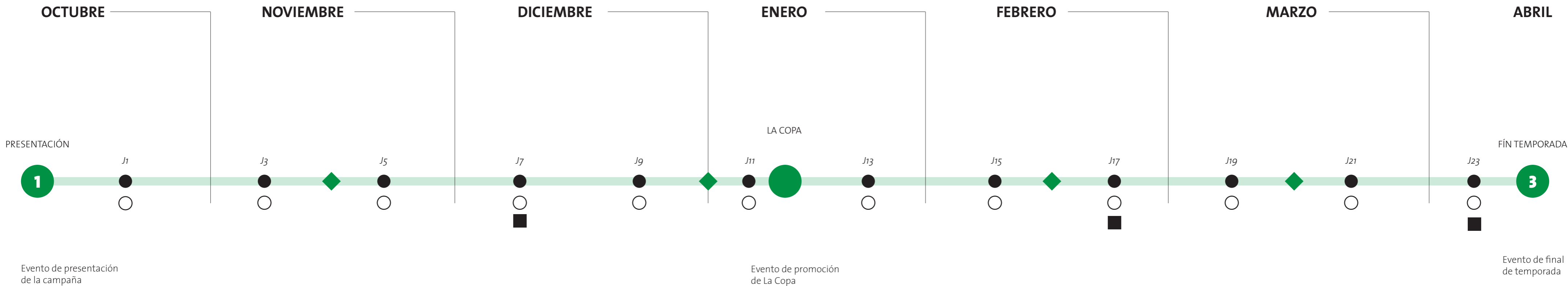
A continuación mostramos un organigrama donde se reflejan de manera breve y sintética todas las acciones que realizaremos así como un pequeño esquema de su evolución y distribución en el tiempo.

Esquema de acciones

ACCIONES PRINCIPALES	DESCRIPCIÓN	OBJETIVOS	DESARROLLO	TEMPORALIZACIÓN	PÚBLICO OBJETIVO	MATERIALES/SOPORTES	PRESUPUESTO APROXIMADO
Evento de Presentación	Presentación de la campaña a los miembros del Club. Intervención en las instalaciones del Club	Dar a conocer la marca y la campaña. Presentación de la web y RRSS. Informar del funcionamiento de algunos aspectos de la campaña.	Con motivo del evento de presentación que el club realiza todos los años al inicio de la temporada aprovecharemos para realizar una intervención gráfica en las instalaciones del club y presentar la campaña a los miembros y aficionados asistentes al evento.	7 días antes del día de la presentación del club.	Miembros del club, familiares y aficionados.	Web, RRSS, cartelería, Vinilo.	50-100 €
Evento promoción Copa	Intervención en las calles de la localidad	Fomentar la participación y asistencia de aficionados y seguidores tanto del club como de otros equipos.	Aprovechando la celebración de la Copa Valenciana que se disputará en la localidad de Massamagrell, realizaremos una intervención en las calles y aceras de la localidad que guiará a la gente hacia el pabellón.	1 fin de semana	Habitantes de la localidad Jóvenes aficionados al deporte y activos en RRSS.	Pintura en Spray, plantillas, RRSS	300-350 €
Evento Final de Temporada	Intervención en el espacio urbano de la localidad	Hacer consciente a la población, así como a las autoridades y asociaciones y locales de la importancia que este deporte está adquiriendo a nivel local.	Intervención en la plaza principal de la localidad, con la intención de convertirla de manera temporal en una cancha de baloncesto a la vista de todos.	1 día, final de temporada	Población local, autoridades.	Lonas, vinilos, pintura, material deportivo (ligado al baloncesto), canastas, tableros, etc.	150-200 €
ACCIONES PERIÓDICAS							
Cartelería informativa	Cartelería y publicidad informativa de los partidos y eventos del club	Informar de los horarios y resultados de los equipos del club a los aficionados y habitantes de la localidad.	Impresión quincenal de carteles informativos con las fechas y horarios de los partidos. Publicación semanal en redes sociales de los resultados de los principales equipos del club.	Toda la temporada/ Quincenal semanal.	Miembros del club y aficionados al deporte del baloncesto local.	Cartelería Web RRSS	300-350 €
Publicaciones quincenales	Realización de un álbum de cromos de los miembros de todas las categorías del club.	Fomentar y fidelizar la asistencia a los partidos de jugadores y aficionados.	Realización de cromos de todos los jugadores del club que se repartirán (con un precio simbólico) entre los asistentes a los partidos que el primer equipo juegue en casa. A final de temporada alguien que ha asistido a todos los partidos debería tener un álbum completo con todos los miembros del club.	Toda la temporada/ Quincenal	Miembros del club, familiares y aficionados.	Impresión de stickers y impresión del soporte	Autofinanciación
Concursos online	Concursos de fotografía y eventos para la promoción del club en RRSS	Fomentar la participación de los aficionados y seguidores.	Promover un concurso de fotografía o video en RRSS para que los aficionados participen.	Esporádica	Jóvenes aficionados al deporte y activos en RRSS.	RRSS, Web, Cartelería	100-150 €
Intervenciones en espacio urbano	Pequeñas intervenciones en el espacio público local.	Llamar la atención y promover nuestra campaña a los transeúntes y habitantes de la localidad.	Durante toda la temporada se realizarán de manera periódica una serie de pequeñas intervenciones que modifiquen el espacio público urbano	Esporádica	Habitantes de la localidad, transeúntes, personas ajenas a la campaña.	Pintura, Vinilos, Lonas, Adesivos, etc...	200-250 €
OTROS							
Merchandising	Diseño de productos de merchandising corporativo. Financiación	Crear una serie de productos con la imagen corporativa del club para que el público pueda adquirirlos de diferentes formas	Diseño de camisetas, balones, chapas, y demás productos relacionados con nuestra campaña y con el baloncesto para la creación de un stock de productos que puedan ayudar a la financiación de la campaña así como ser utilizados como regalos para los diferentes concursos que realizaremos.	Inicio de temporada	Jugadores, miembros y aficionados que quieran mostrar su apoyo al Club	Camisetas, chapas, gorras, balones, bolsas de deporte, etc....	Autofinanciación
Plataformas online	Diseño de la página web y redes sociales	Comunicación e interacción con el público.	Diseño y gestión de una página web oficial del club donde se muestre información, noticias, eventos, resultados, calendarios, tienda online etc. Diseño y gestión de plataformas online y redes sociales para la comunicación de eventos y interacción con el público objetivo	Inicio de temporada	Jugadores, miembros y aficionados al Club y al baloncesto en general.	Web y redes sociales	100€

CRONOGRAMA

- Acciones principales
- ◆ Pequeñas intervenciones
- Cartelería informativa
- Publicaciones periódicas
- Concursos online





4º CUARTO

DESARROLLO DE LA
CAMPAÑA.

A continuación pasaremos a describir de manera detallada y precisa todas aquellas acciones, publicaciones, o eventos que realizaremos a lo largo de la temporada.

En este proceso explicaremos y justificaremos todos aquellos elementos que conformarán nuestra campaña de comunicación (imagen, naming, diseños, desarrollo de intervenciones, etc).

También mostraremos ejemplos y simulaciones de todos estos elementos y acciones para ayudar a la comprensión de la globalidad de la campaña y detallaremos todos los aspectos referentes a la localización, temporalización o presupuesto de la misma.

LA IMAGEN

La Manzana Mecánica

Nuestra campaña de comunicación lleva como título “La Manzana Mecánica” y será el concepto sobre el cual organizaremos y estructuraremos todos los elementos que llevaremos a cabo durante la campaña.

Este es el nombre con el que viene siendo conocido en los últimos años el primer equipo del club debido a su momento de forma y sus buenas rachas de victorias.

Este apodo hace referencia al que tenía a principios de los años 80 la selección holandesa de fútbol, La Naranja Mecánica (por el color naranja de su equipación).

Debido a que el verde ha sido siempre el color del Club de Baloncesto de Massagrell, los aficionados y jugadores han bautizado a este equipo como “La Manzana Mecánica”. Este concepto es uno de los pilares principales de nuestra campaña y alrededor del cual girará la parte gráfica de esta.

La imagen

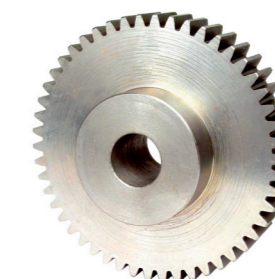
En primer lugar hemos diseñado un pequeño símbolo o marca que se convertirá en la imagen gráfica de nuestra campaña y aparecerá de manera directa o indirecta en todas las intervenciones y acciones que se realicen durante su transcurso.

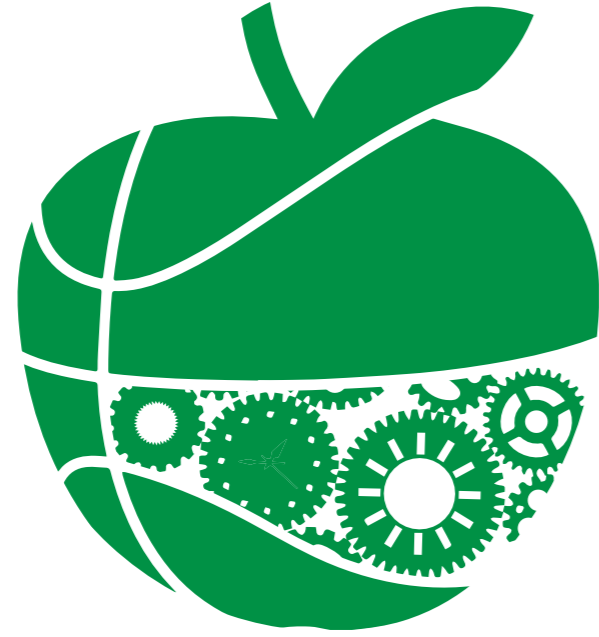
Para este diseño hemos pretendido sintetizar el concepto de “Manzana Mecánica” y relacionarlo de algún modo con el deporte del baloncesto, para dar una pista o idea al espectador del origen de esta iniciativa.

Hemos partido de la silueta de una manzana y la hemos dividido en secciones emulando las líneas de los balones de baloncesto. En el interior de uno de los sectores en los queda dividido el diseño hemos colocado ruedas dentadas y engranajes que hacen alusión a la parte “mecánica” del naming.

A esta imagen le acompaña el hashtag #laManzanaMecánica, que nos acompañará durante toda nuestra campaña y desde el cual se realizarán las diferentes publicaciones que se realicen durante esta.

En cuanto al color hemos elegido el color verde característico de las equipaciones de los equipos del Club de Baloncesto Massamagrell para crear un elemento gráfico corporativo ligado al club pero que se diferencie de su escudo oficial y sea utilizado solamente en las acciones o publicaciones que tengan lugar dentro de esta campaña.





#lamanzanamecánica

Este será el elemento gráfico principal de nuestra campaña. A partir de este símbolo hemos realizado el diseño de la página web de la campaña así como de las cuentas en diferentes RRSS como por ejemplo Facebook, Twitter o Instagram. Estas plataformas son un pilar fundamental en nuestra campaña ya que nos permiten tener una mayor difusión y repercusión de nuestras acciones sin grandes costes.

Estas páginas facilitan también que el mensaje llegue con más rapidez y eficacia a nuestro target, es decir al público más joven, ya que suelen ser bastante activos en RRSS.

Por tanto el diseño de estas plataformas debe ser atractivo y desenfadado, muy intuitivo y fácil de utilizar por parte de todos los interesados. Debido al tono y al carácter de nuestra campaña queremos también mostrar en nuestra comunicación un ligero matiz de misterio o intriga que despierte el interés de aquellos menos enterados de su existencia.

Web

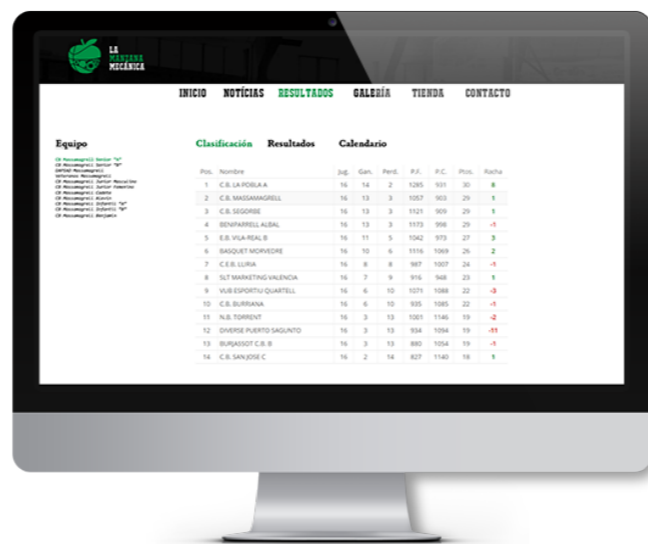
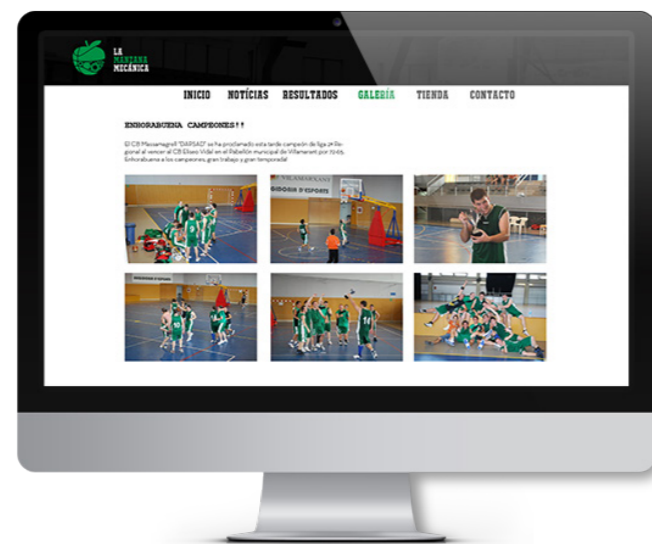
Hemos querido diseñar una página web atractiva y funcional que sirva al mismo tiempo para difundir las acciones que realizaremos durante la campaña y para informar a los usuarios de eventos, horarios, partidos o resultados.

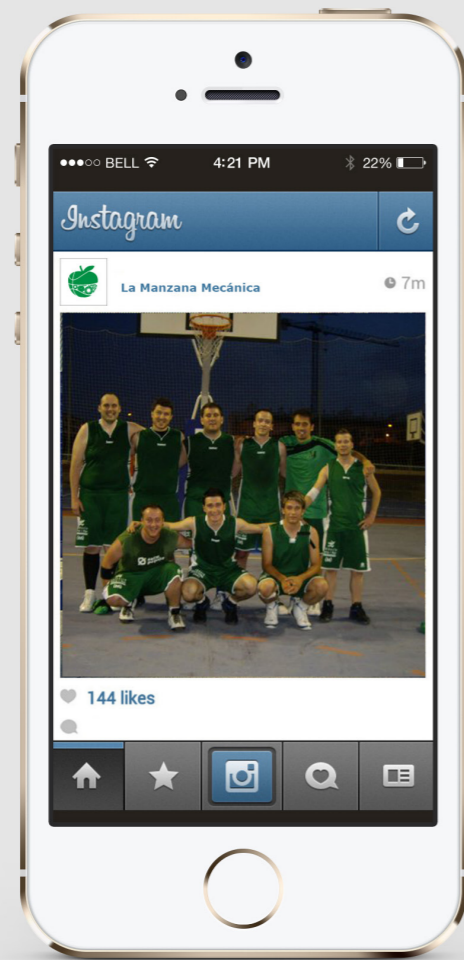
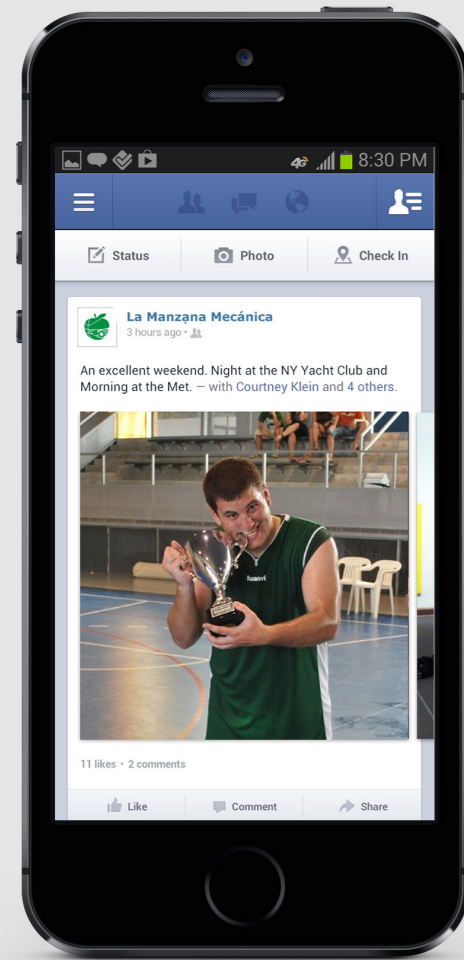
Hemos diseñado una página actual y atractiva en la que se colgarán imágenes de los diferentes eventos y acciones que se realicen. Pretendemos también a través de esta página generar inquietud e interés en aquel que entra por primera vez y no sabe muy bien en que consiste la propuesta.

RRSS

Las RRSS servirán para ofrecer información de manera rápida y directa y serán aprovechadas también para interactuar de forma directa con los seguidores. Para ello el trabajo en redes debe ser periódico y debemos mantener una actitud proactiva a la hora de comunicarnos con sus usuarios.

Debido a su importancia y al uso que daremos durante toda la temporada, estos elementos son fundamentales dentro de nuestra campaña. Una vez creados y definidos pasaremos a desarrollar la primera intervención de nuestra campaña.





**EVENTO DE
PRESENTACIÓN**



Descripción

Esta será la primera gran intervención que realizaremos y que dará inicio a nuestra campaña. Empezará coincidiendo con el inicio de la temporada de baloncesto de la Federación Valenciana de Baloncesto 2015-2016. Tendrá lugar a mediados de octubre de 2015 aprovechando el evento que realiza el Club anualmente al inicio de la temporada, (donde se presentan a los jugadores y entrenadores de todas las categorías así como a la directiva y cuerpo técnico).

A este evento suelen acudir además multitud de familiares y amigos de los miembros del club así como representantes de las diferentes agrupaciones y autoridades locales. Por este motivo consideramos que es un buen lugar para dar inicio a nuestra campaña.

Con la realización de este evento pretendemos presentar tanto la marca e imagen gráfica que representará al club y sobre la que se apoyará toda nuestra campaña de comunicación. Aprovecharemos también para presentar las nuevas plataformas online a través de las cuales se difundirá nuestra campaña y se informará a los socios e interesados de su utilidad y funcionamiento.

*También se aprovechará este evento para realizar un registro fotográfico de los jugadores y miembros del club para la realización de algunas de las acciones que se desarrollarán en el transcurso de la temporada regular.

Desarrollo

Para la presentación de la marca y la campaña realizaremos una intervención en el interior del pabellón One Wall de Massamagrell, donde habitualmente juegan los equipos del club sus partidos como locales.

En el interior del pabellón hay dispuestas dos paredes que se utilizan para deportes como el frontón o el "one wall" un deporte de pelota que se juega en toda Europa y deporte que da nombre al pabellón.

Sobre una de estas paredes se pintará el símbolo que hemos diseñado junto con el hashtag de la campaña #laManzanaMecánica, utilizando una plantilla, y con pintura blanca retroluminiscente. Esta intervención será permanente y acompañará a los diferentes equipos durante todos los partidos de la temporada.

Queremos realizar la intervención con pintura retroluminiscente con la intención de que el logotipo brille en la oscuridad. Cuando se apagan las luces, el pabellón queda en una completa oscuridad, al tratarse de un recinto totalmente cerrado.

Este efecto puede ser aprovechado a lo largo de la temporada para crear pequeñas intervenciones minutos antes de los partidos, apagando las luces durante unos segundos, unos minutos antes del inicio de los partidos.

Objetivos

El objetivo de esta intervención es el de presentar la imagen de la campaña al público asistente a la presentación y al mismo tiempo, al estar presente durante toda su duración, dar pregnancia y facilitar su recuerdo entre los usuarios del pabellón (no solo de baloncesto, ya que estas instalaciones también se utiliza para practicar otros deportes).

Con esta intervención pretendemos también llamar la atención de aquellos aficionados a otros deportes y usuarios habituales de las instalaciones. Así podemos conseguir que la imagen del club trascienda a otros clubes, deportes o asociaciones y despierte el interés de quien la observe.









**CARTELERÍA
INFORMATIVA**

Descripción

Muchos clubs suelen utilizar carteles para promocionar sus partidos. La gráfica y tipología de este tipo de carteles suele ser bastante similar y poco atractiva. Suelen ser carteles genéricos, repletos de logotipos de patrocinadores y donde incluso la información referente suele ser rellenada manualmente.

No obstante este es un buen método de difusión de información referente a eventos o partidos, ya que colocados en sitios estratégicos y de gran afluencia podemos llegar a un público muy numeroso.

Actualmente, en la localidad de Massamagrell el número de asistentes que acude a los partidos del equipo de fútbol suele ser bastante nutrida, no tanto la afluencia al pabellón para ver los partidos de baloncesto. Esto puede deberse en parte a que el Club de Fútbol si que utiliza la cartelería para anunciar sus partidos.

Desarrollo

Por ello, proponemos realizar una serie de 12 carteles informativos (uno para cada jornada que el primer equipo del club juegue como local) en el cual se anuncien los horarios tanto del primer equipo como del resto de equipos del club que ese fin de semana también disputen sus partidos como locales.

Estos carteles se publicarán quincenalmente, en los días anteriores a la disputa de los partidos y se colgarán en 20 puntos diferentes puntos de la localidad entre los que estarán bares, edificios institucionales o los muros y paredes de las calles más transitadas con el objetivo de llegar al mayor número de público posible.

Estas publicaciones pretenden elevar el nivel de popularidad del baloncesto en el ámbito local y situarlo a la altura de deportes como el futbol en cuanto a asistencia y seguidores se refiere.

Objetivos

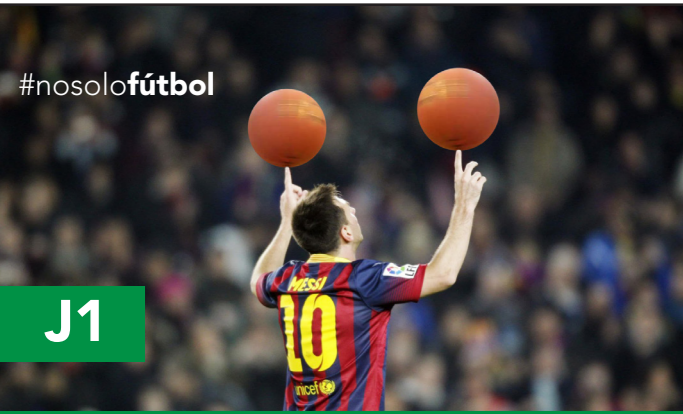
Nuestra intención es la de desmarcarnos de esta tipología de cartel. Bajo el lema #noSoloFútbol pretendemos realizar una serie de carteles diferentes y atractivos que jueguen con la imaganación del espectador y despierten su curiosidad e interés.

Para ello nos apoyaremos en mensajes e imágenes que jueguen con la ironía y la retórica para representar situaciones en las que se muestre como el baloncesto puede resultar igual o más interesante que otros deportes.

Utilizaremos diferentes técnicas, recursos e imágenes que faciliten la difusión de nuestro mensaje y representen al baloncesto como un deporte divertido, interesante y atractivo.







J1

C.B. Massamagrell - La Pobla de Vallbona B.C.

Sábado 8 de noviembre
18:00 h.
Pavelló Municipal One Wall (MASSAMAGRELL)

Horarios One Wall

- C.B. Massamagrell "B" - C.B. Nazaret 8/nov 20:00
- C.B. Massamagrell "Cadete" - C.B. Benimaclet 9/nov 10:00
- C.B. Massamagrell "Junior" - Morvedre B.C. 9/nov 12:00
- C.B. Massamagrell "Veteranos" - Basket Eliseo 9/nov 12:00

#lamanzanamecánica
JUEGA EN CASA!



J2

C.B. Massamagrell - Basket Eliseo Vidal

Sábado 8 de noviembre
18:00 h.
Pavelló Municipal One Wall (MASSAMAGRELL)

Horarios One Wall

- C.B. Massamagrell "B" - C.B. Nazaret 8/nov 20:00
- C.B. Massamagrell "Cadete" - C.B. Benimaclet 9/nov 10:00
- C.B. Massamagrell "Junior" - Morvedre B.C. 9/nov 12:00
- C.B. Massamagrell "Veteranos" - Basket Eliseo 9/nov 12:00

#lamanzanamecánica
JUEGA EN CASA!



J3

C.B. Massamagrell - La Pobla de Vallbona B.C.

Sábado 8 de noviembre
18:00 h.
Pavelló Municipal One Wall (MASSAMAGRELL)

Horarios One Wall

- C.B. Massamagrell "B" - C.B. Nazaret 8/nov 20:00
- C.B. Massamagrell "Cadete" - C.B. Benimaclet 9/nov 10:00
- C.B. Massamagrell "Junior" - Morvedre B.C. 9/nov 12:00
- C.B. Massamagrell "Veteranos" - Basket Eliseo 9/nov 12:00

#lamanzanamecánica
JUEGA EN CASA!



J4

C.B. Massamagrell - C.B. Morvedre "A"

Sábado 8 de noviembre
18:00 h.
Pavelló Municipal One Wall (MASSAMAGRELL)

Horarios One Wall

- C.B. Massamagrell "B" - C.B. Nazaret 8/nov 20:00
- C.B. Massamagrell "Cadete" - C.B. Benimaclet 9/nov 10:00
- C.B. Massamagrell "Junior" - Morvedre B.C. 9/nov 12:00
- C.B. Massamagrell "Veteranos" - Basket Eliseo 9/nov 12:00

#lamanzanamecánica
JUEGA EN CASA!



J5

C.B. Massamagrell - B.C. Villamarxant

Sábado 8 de noviembre
18:00 h.
Pavelló Municipal One Wall (MASSAMAGRELL)

Horarios One Wall

- C.B. Massamagrell "B" - C.B. Nazaret 8/nov 20:00
- C.B. Massamagrell "Cadete" - C.B. Benimaclet 9/nov 10:00
- C.B. Massamagrell "Junior" - Morvedre B.C. 9/nov 12:00
- C.B. Massamagrell "Veteranos" - Basket Eliseo 9/nov 12:00

#lamanzanamecánica
JUEGA EN CASA!



J6

C.B. Massamagrell - La Pobla de Vallbona B.C.

Sábado 8 de noviembre
18:00 h.
Pavelló Municipal One Wall (MASSAMAGRELL)

Horarios One Wall

- C.B. Massamagrell "B" - C.B. Nazaret 8/nov 20:00
- C.B. Massamagrell "Cadete" - C.B. Benimaclet 9/nov 10:00
- C.B. Massamagrell "Junior" - Morvedre B.C. 9/nov 12:00
- C.B. Massamagrell "Veteranos" - Basket Eliseo 9/nov 12:00

#lamanzanamecánica
JUEGA EN CASA!





**ÁLBUM DE
CROMOS**

Descripción

Esta propuesta consiste en la realización de una colección de cromos adhesivos en la que los protagonistas serán los miembros y jugadores de todas las categorías del club.

Para desarrollar esta publicación realizaremos un archivo fotográfico de todos los miembros del club aprovechando el evento de presentación. A continuación realizaremos el diseño de los cromos personalizados así como del álbum que servirá de soporte para su colocación y colección.

Desarrollo

Cada partido que el primer equipo dispute en el pabellón se le entregará a los asistentes junto con la entrada un sobre que contendrá una selección de estos adhesivos, de manera que aquel que haya asistido a ver a todos los partidos, podrá tener la colección completa al finalizar la temporada.

El contenido de estos sobres será aleatorio de manera que en cada sobre contenga adhesivos de jugadores de diferentes equipos y categorías. Con esto pretendemos fomentar la asistencia a los partidos, y despertar una expectativa y curiosidad entre miembros más jóvenes del club.

Objetivos

El objetivo de este proyecto es el de fidelizar la asistencia a los partidos del primer equipo a los jugadores de las categorías inferiores del club.

Al mismo tiempo esta colección servirá como recuerdo de la campaña realizada y le otorgará continuidad y pregnancia, facilitando su seguimiento y manteniendo el interés durante toda la temporada.

Para evitar excesos de presupuesto se elevarán simbólicamente el precio de las entradas con la finalidad de que estas publicaciones se autofinancien al menos en parte y llevar un mejor control de las publicaciones.



Luisa Chulvi
Cadete Femenino

#14

Vicent Navarro
Junior Masculino "A"

#9

LA MANZANA MECÁNICA

ÁLBUM OFICIAL
Temporada 2015-2016

LA MANZANA MECÁNICA

Equipo: Junio Masculino "A"
Categoría: Primera Zonal
Entrenador: David Bayarri

MERCHANDASING



Descripción

Durante el mes de noviembre se realizará el lanzamiento de algunos productos de merchandasing del club. Este merchandasing podrá ser adquirido a través de la página web y servirá también como posibles premios o regalos para futuros eventos o acciones que se realicen en la campaña.

Inicialmente se lanzará una colección que consistirá en 3 productos, camiseta, chapas y balones de baloncesto. Estos productos podrán ser adquiridos de manera conjunta o por separado y servirán para aportar algún tipo de beneficio o sufragar en parte el impacto de la campaña.

Desarrollo

Para el diseño de estos productos hemos querido continuar con la propuesta gráfica del evento de presentación. Para ello realizaremos el diseño de las camisetas chapas y balones mediante pintura serigráfica retroluminiscente de forma que el diseño elegido quede iluminado durante unos minutos en la oscuridad tras recibir una intensa carga de luz.

En la fecha elegida, se realizará un evento de presentación durante uno de los partidos que el primer equipo del club dispute en la localidad en el que los jugadores vestirán por primera vez el merchandasing de la campaña.

Objetivos

Con estos productos conseguiremos que cada vez que se apaguen las luces del pabellón antes de los partidos, no solo se ilumine la imagen de la manzana mecánica en la pared del pabellón, también en las camisetas o chapas de los aficionados que las vistan.

Con esta propuesta pretendemos promocionar la marca gráfica de la manzana mecánica y crear un merchandasing oficial que pueda ser fácilmente reconocible a la vez que atractivo.









TRIBUNA NORTE 122

120

LOCAL

VISITANTE

PERIODO
000

CONCURSOS

Cultura
Coc...

Descripción

Con motivo del final de la primera vuelta llevaremos a cabo una serie de concursos que se realizarán de manera esporádica durante el resto de la segunda vuelta.

Para estos concursos echaremos mano de las diferentes plataformas online y redes sociales del club como Facebook, Twitter o Instagram y los ganadores de estos concursos serán premiados con objetos de merchandasing del club.

Estos concursos serán sobre todo audiovisuales, animando a los participantes a colgar en la red fotografías, videos o comentarios sobre la campaña y el Club de Baloncesto de Massamagrell. Para publicitar estos concursos realizaremos carteles que se colgarán en diferentes puntos de la localidad, así como a través de las RRSS para intentar llegar al mayor número de personas posible.

Desarrollo

El primero de estos concursos se realizará el día del último partido de la primera vuelta que el primer equipo juegue como local.

Previamente realizaremos una pequeña campaña de publicidad mediante carteles y redes sociales que informará del funcionamiento y condiciones del concurso. Para poder participar será necesario ser usuario de la red social Twitter y ser seguidor de la cuenta @laManzanaMecánica.

El día del concurso se distribuirán en diferentes puntos no muy visibles o accesibles de la localidad, 10 pequeñas canastas de juguete con el el logotipo y hastag #encuentraLaManzana. cuando alguien encuentre alguna de estas intervenciones deberá hacerle una fotografía y publicarla en Twitter #encuentraLaManzana.

Las 10 personas que antes encuentren cada una de las canastas y lo publiquen recibirán en el descanso del partido un regalo que consistira en un lote completo de productos de merchandasing del club.

Objetivos

Con este concurso pretendemos atraer el interés de jóvenes que no son seguidores o asistentes habituales a los partidos de baloncesto. Además al colocar estas pequeñas canastas por toda la localidad conseguiremos también despertar el interés de todo aquel que se las encuentre, dando a conocer la campaña y el club entre los habitantes de la localidad.

Después de este primer concurso se realizarán mensualmente otros utilizando las diferentes redes sociales de las que se dispone. Estos concursos se realizarán invitando a los seguidores a enviarnos fotografías o videos en diferentes situaciones propuestas de antemano y siempre bajo la temática del baloncesto. Los 3 ganadores de los estos concursos mensuales recibirán diferentes premios en los descansos de los partidos del primer equipo.







**EVENTO
DE COPA**



Desarrollo

En febrero se celebra todos los años el trofeo de la Copa Valenciana donde se juegan eliminatorias entre los equipos mejor clasificados de la localidad. Este competición es una gran oportunidad de dar a conocer nuestra campaña, ya que se reúnen una gran cantidad de equipos y aficionados.

Para conseguir el apoyo de la afición local a estos partidos realizaremos una gran intervención en las calles y carreteras de la localidad que consistirá en crear unas rutas que guíen a los habitantes de la localidad hacia el pabellón municipal.

Estas rutas partirán de lugares relevantes de la ciudad como las estación de metro, el ayuntamiento o desde el campo de fútbol municipal y todas guiarán a quien las siga hacia el pabellón.

Desarrollo

Para llevar a cabo esta intervención nos hemos inspirado en el camino que hace un niño que se dirige con su balón de baloncesto hacia el pabellón cuando va a entrenar o simplemente a echar unas canastas.

Nuestra intervención consistirá en pintar unas huellas de zapatillas en el suelo junto con unas huellas redondas con las líneas de un balón de baloncesto.

Estas pintadas se realizarán mediante plantillas y pintura en spray del color verde corporativo del Club. Además cada 100 metros se pintará también en el suelo el hastag de nuestra campaña #lamanzanamecánica para ayudar al espectador a ubicar el origen de la campaña y localizarla fácilmente en la web y redes sociales.

Objetivos

Con esta intervención pretendemos llamar la atención de los habitantes de la localidad y despertar el interés y la curiosidad de todo el que lo vea. Además servirá para guiar a los asistentes a los partidos de fuera de la localidad llegar sin problemas al pabellón donde se disputan los partidos.

Debido a que estas huellas estarán pintadas en el suelo, esta intervención perdurará en las calles hasta que la pintura se borre por el desgaste o la lluvia, por lo que tendremos una intervención gráfica que permanecerá bastante tiempo con muy poco presupuesto.







INTERVENCIONES

Descripción

A partir de esta primera intervención realizaremos de manera periódica otras intervenciones en el espacio público y urbano de la localidad. Estas se repartirán en diferentes puntos estratégicos de la localidad utilizando todo tipo de soportes y elementos que el mobiliario urbano nos ofrece.

Estas intervenciones ayudarán a dar relevancia y magnitud en nuestra campaña, ya que se convertirán en pequeñas piezas gráficas que poco a poco “invadirán” las calles de la localidad.

Estas intervenciones serán publicadas tanto en la página web como en las diferentes redes sociales creando al final de la temporada una galería de fotos que recoja todas estas intervenciones.

Desarrollo

Para la aplicación de estas intervenciones hemos planteado diferentes propuestas que utilizarán diferentes elementos del espacio urbano como señales, farolas, mobiliario, edificios institucionales, espacios públicos, etc.

Estos elementos se repartirán por todo el territorio local, situándose en sitios bastante concurridos y con gran afluencia de gente para intentar llegar al mayor número de personas posibles.

Objetivos

El objetivo de estas intervenciones es el llamar la atención de todo aquel que pase por delante y despertar su curiosidad e interés mediante juegos visuales y pequeñas intervenciones en tono cómico y desenfadado.

Colocar estas intervenciones en los sitios más insospechados nos permitirá crear una imagen del club más atractiva y transgresora sobre todo para el público más joven difícil de impresionar y captar su atención.

A través de las redes sociales podemos invitar también a este público a colaborar con la campaña ofreciendo nuevas ideas o creando sus propias intervenciones que podrán compartir con el club a través de las redes.



Señales

Intervención en las señales de tráfico de la localidad. Con vinilos de diferentes colores y cintas adhesivas modificaremos algunas de las señales de tráfico de la localidad recreando situaciones que nos recuerden al baloncesto, añadiendo siluetas de balones, camisetas o líneas que imitan partes de una cancha.



Mobiliario urbano

Otro tipo de intervenciones se realizarán sobre mobiliario urbano como papeleras, farolas o contenedores de basura, añadiendo elementos característicos del baloncesto como tableros, aros o modificando la gráfica original de estos para hacer referencia al baloncesto pequeños vinilos y adhesivos que se colocarán en las papeleras donde intervendremos.



Edificios e interiores

También hemos desarrollado otras intervenciones que se desarrollarán en el interior de edificios públicos como la casa de la cultura o el auditorio de música. Para ello dibujaremos con cintas adhesivas de color verde las líneas de una zona de baloncesto en los urinarios públicos.

También realizaremos una intervención el Mercado Municipal. Para ello diseñaremos unos envoltorios de papel que simularán las líneas y colores de un balón de baloncesto. Estos envoltorios servirán para envolver las sandías de un puesto de frutas del Mercado. Estos diseños llevarán también el logo y hastag de nuestra campaña #lamanzanamecánica.

Estas intervenciones nos ayudarán a promocionar la campaña entre un público totalmente diferente al que habitualmente sigue nuestras publicaciones.



**EVENTO FINAL
TEMPORADA**



Descripción

Con motivo del último partido de la temporada regular, realizaremos una última intervención con la que concluiremos nuestra campaña de comunicación.

Para esta última intervención queremos realizar algo espectacular, que sea vistoso y que llame la atención del espectador y de todo el que pase por delante y que sea susceptible de ser grabado y colgado en las redes sociales.

Pretendemos en esta última intervención transformar por un breve periodo de tiempo la plaza Mayor de la localidad en una cancha de baloncesto efímera donde se disputará un improvisado partido entre los dos equipos del Club,

Desarrollo

Para el desarrollo de esta intervención dibujaremos en el suelo de la plaza con cinta adhesiva las líneas de una cancha de baloncesto y transportaremos las canastas desde el pabellón local hasta la plaza.

Una vez montado el “escenario” se disputará un partido amistoso a la vista de todo aquel que pase por la plaza entre los dos equipos Senior del Club.

Nuestra intención es la de recrear un partido lo más real posible por lo que también transportaremos los banquillos, cestos de balones, etc.

Todo este proceso será grabado en video para su posterior edición y montaje con vistas a realizar una pieza audiovisual que sirva de reclamo para la campaña de la siguiente temporada.

Objetivos

Con esta última intervención pretendemos cerrar la campaña de una manera espectacular y diferente, que nos permita crear un recuerdo que perdurará en la mente de todo aquel que lo haya visto.

Otro de los objetivos de esta última “performance” es el de hacer consciente a las autoridades e instituciones locales la importancia y relevancia que este deporte ha ido adquiriendo a lo largo de los años así como la iniciativa e implicación y movilización de sus socios y miembros, con la intención de reducir las diferencias de ayudas y subvenciones que existen entre el baloncesto y otros deportes a nivel local.





**CONCLUSIÓN Y
VALORACIÓN
PERSONAL**



Conclusión

Con esta última gran intervención pondríamos fin a nuestra campaña de comunicación para el Club de Baloncesto de Massamagrell en la temporada 2015-2016.

Con la realización de todas las acciones de la campaña pretendemos llegar al mayor número de personas posibles tanto dentro como fuera de la localidad y despertar el interés de aquellos que desconocían la importancia y relevancia del Club en el población.

Hemos pretendido lanzar un mensaje atractivo y divertido, que no dejara indiferente al espectador e incentivara la curiosidad tanto por el baloncesto como por nuestra campaña. Además con esta campaña queremos crear un lenguaje y estilo que pueda ser utilizados y aprovechado en futuras campañas y eventos que orgnice el club.

Valoración General

En términos generales estamos bastante satisfechos con el resultado final de nuestras acciones así como con el desarrollo y organización de toda la campaña.

Nos ha resultado especialmente difícil crear una continuidad y cohesión al tratarse de una campaña de larga duración, ya que podría perderse con el tiempo si no se realizan acciones periódicas y que mantengan despierto el interés del espectador.

Además el hecho de ajustarse a un presupuesto limitado nos ha hecho replantearnos ciertas acciones o intervenciones y bsucar técnicas o materiales que nos permitan lanzar un mensaje directo y atractivo sin incurrir en grandes costes.

A todo esto hay que sumarle el hecho de realizar una camapaña dirigida a diferentes públicos y con diferentes objetivos, ya que no solo pretendíamos hacer publicidad del Club de Baloncesto de Massamagrell sino también fidelizar a los miembros y socios, crear un sentimiento de club y reivindicar el deporte del baloncesto a nivel local.

El hecho de utilizar recursos como el “ambient media” o las redes sociales para la realización y difusión de las diferentes actuaciones de nuestra campaña, nos ha permitido explorar nuevas técnicas y formas de contar nuestro mensaje desde un punto de vista diferente, singular, y sobretodo atractivo.

No obstante pensamos que todavís se pueden mejorar algunos de los aspectos de la campaña y de nuestra metodología de trabajo para futuras campañas de este tipo. Por ejemplo la organización y distribución en el tiempo de nuestras tareas así como un mejor montaje y exposición de los artes finales y elementos gráficos de la campaña.

Aún así estamos contentos y satisfechos con el resultado y deseamos que llegue la temporada 2015-2016 para empezar a poner en práctica algunas de las intervenciones realizadas.



PROYECTOS DE COMUNICACIÓN GLOBAL

EASD Valencia - Disseny Gràfic

Alberto Cerdán Piquer

DG-054-12