

## COMUNICAZIONE DI UN CENTRO SPORTIVO

La comunicazione sportiva, e più in generale la comunicazione, è un prezioso strumento per cui le società sportive, di qualsiasi livello e territorio, possono costruire le proprie relazioni esterne o interne all'organizzazione. L'interesse generale e sociale legato alle ai risultati sportivi, alle dinamiche societarie, all'offerta sportiva così come anche agli eventi, le squadre, gli atleti, la passione che lo sport suscita negli spettatori è unico. Parallelamente, vi è nella popolazione la volontà e la costante ricerca dei sostenitori di identificarsi con i propri idoli. Ciò determina un interesse per il mondo sportivo, un interesse che bisogna saper sfruttare per migliorare e far crescere la propria attività.

In via generale, la funzione principale della comunicazione sportiva è garantire ad ogni società un'immagine il più positiva possibile presso il pubblico di riferimento. Per far sì che ciò avvenga, è necessario si utilizzino tutti gli strumenti pubblicitari e di comunicazione e professionali utili. Questi canali di comunicazione possono far conoscere agli appassionati i progetti e i valori della società, e si cerca anche magari il contributo di aziende sponsorizzatrici che abbiano il desiderio di abbinare la loro azienda al mondo dello sport.

Fanno parte anche dell'immagine positiva che la realtà sportiva in causa deve voler trasmettere anche i valori come la condivisione, il rispetto per la squadra, per l'avversario, per l'arbitro, per il giorno in generale. Sono valori fondativi dello sport, e dovrebbero sempre essere richiamati nella comunicazione societaria.

Non va comunque dimenticato l'obiettivo principale del lavoro di comunicazione. Ad esempio: se la vostra principale fonte di entrate sono gli affitti dei campi sportivi, allora si dovrà comunque pensare a come rendere semplice la prenotazione, al di là del messaggio, dei valori ecc. Se invece puntate soprattutto sulla formazione dei più giovani allora sarà fondamentale pubblicare dei contenuti, anche magari con foto e video, che rispecchino la qualità dell'insegnamento che nella vostra realtà viene offerto.

Bisogna inoltre essere piuttosto costanti nella pubblicazione. Per un utente che naviga nel web non c'è niente di peggio di un sito o di una pagina non che non siano aggiornati da molto tempo. Se decidete di aprire una pagina Facebook o di aggiungere le news al proprio sito, è poi anche molto importante tenerle aggiornate. Pensate all'effetto negativo che può scaturire per esempio vedere un sito web di una società con un numero di telefono non aggiornato o non più attivo, oppure con un corso che con l'anno nuovo non è stato attivato. Un vero disastro che diventa controproducente.

Un metodo efficace per una comunicazione convincente è quello di pensare al meglio alla vostra realtà sportiva, immaginando potenzialità e servizi orientati al cliente che si vorrebbero trovare online. Si dovrebbero quindi organizzare i contenuti digitali proprio sulla forma di questo pensiero. Non devono poi mai mancare le informazioni essenziali:

informazioni come indirizzo, descrizione del centro, tipologia delle attività con immagini, orari e numero di telefono.

Non va dimenticato comunque quello che è l'obiettivo della vostra attività, va si perseguito e in maniera importante online, ma anche la comunicazione offline continuerà a rivestire una parte importante di tutta la comunicazione. Ad un sito web va affiancata infatti anche una campagna di comunicazione cartacea. Una campagna classica, con azioni di marketing, che andrebbero a completare l'azione e l'efficacia della comunicazione online.