

PROCESO DE CONSTRUCCION DE MARCA





HISTORIA

2 de Febrero de 2008

Fundación Euskadi Kirola Fundazioa:

Patronos: Gobierno vasco y EITB

DOS OBJETIVOS:

- 1-**Ayudar al deporte vasco de alto nivel para conseguir los mejores resultados en competiciones deportivas
- 2-**Obtener financiación privada a través de desgravación fiscal y espacios en la radio televisión pública Vasca



FUNDACIÓN EUSKADI
KIROLA FUNDAZIOA



TARGET

1-Deportistas

2-Sociedad Vasca

3-Patrocinadores

Fundación inscrita en el Registro de Fundaciones del País Vasco con el número F-218



www.basqueteam.com
Avda. de los Chapos s/n • 48992 GETXO • BIZKAIA
T 94 656 41 70

ORGANIGRAMA Y RECURSOS

1-Administración y dirección financiera

2-Director de comunicación y marketing

3-Agencia de publicidad:

Imagen corporativa:

- Salir de imagen institucional
- Logo, nombre creativities, catalogo

4-Agencia de comunicación

No se invierte en medios, se genera contenidos



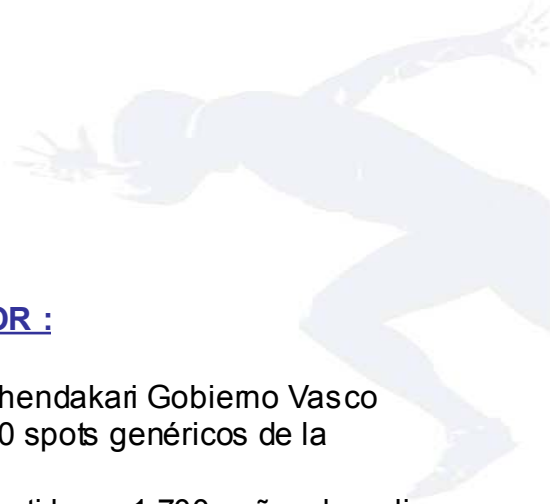
PATROCINADORES POTENCIALES

1-Dos categorías de patrocinio

2- Argumentos de venta:

Posicionamiento de marca

- Patronos: Gob Vasco y EITB
- Deportistas Vascos con éxitos internacionales
- Grupo EITB: Altavoz mediático importante
- Responsabilidad Social Corporativa
- Pocos patrocinadores, aportar mucho valor.
- El patrocinador se convierte en un socio del proyecto



BAT BASQUE TEAM CONTRAPRESTACIONES PATROCINADOR :

- Presentación acuerdo con deportistas y Lehendakari Gobierno Vasco
- Logo del patrocinador con presencia en 490 spots genéricos de la fundación emitidos en ETB1 y ETB2
- Logo del patrocinador con presencia compartida en 1.700 cuñas de radio emitidas en Euskadi Irratia y Radio Vitoria.
- Utilización de marcas, logos e imágenes de la fundación
- Utilización imágenes grupo de deportistas para campañas graficas
-(Máximo campaña 8 semanas):
-Uso en punto de venta (Max 8 semanas)
- Utilización de 3 deportistas para 1 acto de relaciones públicas
- Presencia preferente en panel de prensa de la fundación (mínimo 15%)
- Presencia preferente en eventos organizados por la fundación
- Presencia preferente en página web (logo, banner, microsite, boletín digital)
- Utilización de base de datos 3 veces por temporada
- 15% descuento en merchandising de la fundación
- Logo en 6 micros de ETB2 prime time reconocimiento éxitos deportivos, junto al resto de patrocinadores (40 pases de 30 segundos cada micro)



BAT BASQUE TEAM CONTRAPRESTACIONES COLABORADOR OFICIAL:

- Presentación acuerdo con Director de Deportes del Gobierno Vasco y deportistas
- Utilización de marcas, logos e imágenes de Basque Team
- Presencia en panel de prensa Basque Team (Mínimo 15%)
- Utilización de 2 deportistas para 1 acto de relaciones públicas
- Presencia preferente en página web (logo, banner, microsite, boletín digital)
- Logo en 6 micros de ETB2 prime time reconocimiento éxitos deportivos junto al resto de patrocinadores (40 pases de 30 segundos cada micro)



Primera etapa de patrocinadores definida

- **Naturgas Energía** (Patrocinador oficial)
- **La Caixa** (Colaborador oficial)
- **IMQ** (Colaborador oficial)
- **Cespa Ferrovial** (Colaborador oficial)





FUNDACIÓN EUSKADI
KIROLA FUNDAZIOA



PRESENTACION EN SOCIEDAD

Fecha: 2 de Junio
Edificio ensanche de Bilbao

Se presenta:

- Spot TV
- Cuña de radio
- Página web

Fundación inscrita en el Registro de Fundaciones del País Vasco con el número F-218



www.basqueteam.com
Avda. de los Chópos s/n • 48992 GETXO • BIZKAIA
T 94 656 41 70



PLAN COMERCIAL

JUNIO 2008-JUNIO 2009

Pensando en reconocimiento de marca y retorno de la inversion de patrocinio

1- Ruedas de prensa

2- Actos de RRPP

3-Campaña de medios de EITB

4-Proyecto Basque Team Desafioa



REFLEXION ESTRATEGICA FINALES DE JUNIO DE 2009

*Aprender de errores para incrementar reconocimiento de marca
y retorno de inversión de patrocinio*

- 1-Ruedas de prensa de deportistas en toda la CAV
- 2-Nuevo panel de prensa con mayor visibilidad de patrocinadores
- 3-Asistir a competiciones y grabar imágenes para emitir en ETB
- 4-Maximizar retorno de éxitos deportivos a través de spots de TV
- 5-Necesidad de nueva pagina Web interactiva 2.0
- 6-Necesidad de línea de ropa para deportistas
- 7-Necesidad de diversificar los proyectos de Basque Team Desafioa
- 8-Producción de un programa de Televisión Bat Basque Team
- 9- Generar contenido para Basque Team. INNOBAT

BAT

BASQUE TEAM



Lorem Ipsum etn neit
Lorem Ipsum etn neit
 commodo ancillae, ad discere delectus vim. Pro ne mundi malorum, cum ne tale ludus pericula. Mei ad




Lorem Ipsum etn neit
 commodo ancillae, ad discere delectus, commodo ancillae,



BAT

BASQUE TEAM

Doninar el reto, es el primer paso para estar más cerca del éxito deportivo. En ello estoy cada día.

Galería Audiovisual



Blogs



commodo ancillae, ad discere delectus vim. Pro ne mundi malorum, cum ne tale ludus pericula. Mei ad



Lorem Ipsum
 commodo ancillae, ad discere delectus vim. Pro ne mundi malorum, cum ne tale ludus pericula. Mei ad



Lorem Ipsum
 ex nec insolens principes. At altera perisus scripserit neque labora inermis scripserit ad

Only509w

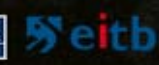
Eventos

Lorem Ipsum
 commodo ancillae, ad discere delectus vim. Pro ne mundi malorum, cum ne tale ludus pericula. Mei ad

Lorem Ipsum
 commodo ancillae, ad discere delectus vim. Pro ne mundi malorum, cum ne tale ludus pericula. Mei ad

Lorem Ipsum
 commodo ancillae, ad discere delectus vim. Pro ne mundi malorum, cum ne tale ludus pericula. Mei ad

Lorem Ipsum
 Lorem Ipsum





ESTUDIOS SOFRES

Posicionamiento de marca:

Junio 2008-Junio 2009

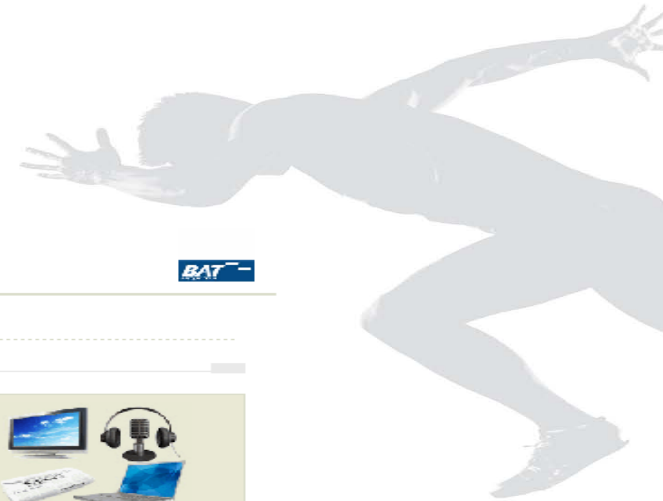
- 1-Buena imagen de marca, positiva, de apoyo a los deportistas vascos de alto nivel en competiciones internacionales.
- 2-Retorno generado por la marca Bat Basque Team valorado en 2.264.000€
- 3-Retorno de inversión de patrocinadores multiplicado por dos

Junio 2009-Enero 2010

- 1-Retorno de inversión de patrocinadores multiplicada por cuatro (7 meses)
 - 2-Retorno generado por la marca Bat Basque Team valorado en 1.690.000€ (Incremento del 42% en 7 meses)
- El patrocinador sabe que la inversión es segura ya que obtiene un retorno importante.



**RETORNO DE MARCA
BAT BASQUE TEAM**



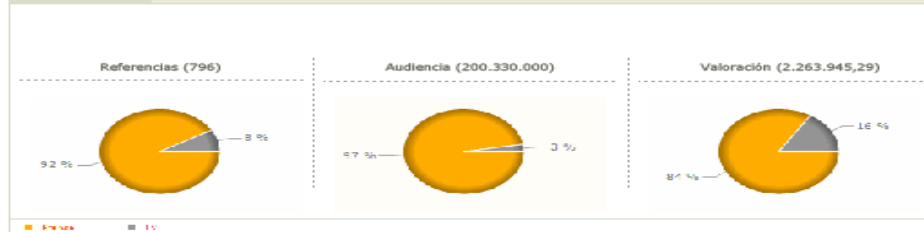
Medios

Total general

Noticias	796	
Referencias	796	
Audiencia	200.330.000	
Valoración	2.263.945€	

Total por medios

	Referencias	Audiencia	Valoración
Prensa	729	194.961.000	1.896.971,29
TV	67	5.369.000	366.974,00
Total	796	200.330.000	2.263.945,29



1 Junio 2008- 30 Junio 2009

TOTAL: 2.263.945€

Fundación inscrita en el Registro de Fundaciones del País Vasco con el número F-208

RETORNO DE MARCA
BAT BASQUE TEAM

Medios

Total general

Noticias	741	
Referencias	741	
Audiencia	186.301.000	
Valoración	1.690.440€	

Total por medios

	Referencias	Audiencia	Valoración
Prensa	693	182.711.000	1.484.770€
TV	48	3.590.000	205.670€
Total	741	186.301.000	1.690.440€



1 Julio 2009-31 Enero 2010
Total: 1690.440€

CONCLUSIONES

- 1- Hay que saber donde se quiere llegar desde que se empieza a andar.
- 2- Tener muy claro como se quiere posicionar a la marca.
- 3- La marca es el principal activo de la empresa, su carta de presentación.
- 4- Tener muy presente los recursos que se tienen y los que se necesitan
- 5- Aprender de los errores para mejorar
- 6- Estar constantemente pendiente del entorno
- 7- Mantener una constante evolución