



Revista **Solo Boca**

➤ www.revistasoloboca.com

Descripción del cliente

Revista Solo Boca es una publicación destinada a los hinchas del equipo argentino Boca Juniors, que se edita mensualmente desde el año 2010. La misma se nutre de novedades, entrevistas e información que involucra a toda la institución del Club Atlético Boca Juniors.

Algunas de sus secciones son: La columna de Tato Aguilera, Flashes, Escándalos memorables, Álbum de lectores y Mr. Bocón.

Situación y objetivos

La Revista no tenía un sitio web que permitiera la difusión de su contenido, con lo cual su visibilidad era mínima. En cuanto a las redes sociales, contaba con perfiles en Facebook, Twitter y YouTube, pero no había una planificación de la comunicación destinada a generar un vínculo con sus públicos, llegar a ellos y promocionar el material.

El equipo de Solo Boca contrató a **DIRCOM** -Consultoría en Comunicación- con el objetivo de contar con un plan estratégico de comunicación digital que permitiera amplificar su llegada a los distintos públicos objetivos.



Plan de Comunicación

El equipo de **DIRCOM** -Consultoría en Comunicación- desarrolló un Plan de Comunicación para que la Revista ganara visibilidad y sus ediciones llegaran a distintos públicos de la red:

- | Creación de un sitio web que contaba con datos de redacción y oficinas comerciales, un formulario de contacto para hacer consultas y Código QR. Además, los usuarios contaban con la posibilidad de acceder a la suscripción al newsletter para recibir las noticias del sitio y de Boca Juniors.
- | Los artículos publicados en la página contaban con un espacio que permitía que los lectores dejaran sus comentarios.
- | Todas los perfiles de Revista Solo Boca en las redes sociales estaban integrados al sitio web, de modo que los usuarios pudieran conocerlos y acceder a ellos de un modo fácil y rápido.
- | Para alcanzar el objetivo de aumentar las ventas, la Revista también podía adquirirse a través de la web.
- | Gestión de todas sus redes sociales. Creación de perfiles sociales (Google Plus, Flickr e Issuu) para la difusión de la Revista y para generar una mayor visibilidad de sus publicaciones.



- | Unificación de la identidad visual para reforzar su presencia online. Se crearon

diseños exclusivos que identificaron visualmente a Revista Solo Boca en las plataformas digitales.

| **Social Manager:** Creación y administración de base de datos para envíos de correos electrónicos masivos y personalizados (para suscriptores o seguidores) desde la Social Manager, para fortalecer el sentido de pertenencia de sus públicos. Se trata de una plataforma propia (on-line) de **DIRCOM** -Consultoría en Comunicación- que permite envíos masivos de e-mails, desde cualquier lugar con conexión a Internet.

| **Difusión de las publicaciones de Revista Solo Boca** en las redes sociales y a través del envío masivo de mails.

| **Como parte de la estrategia de difusión, y para ganar visibilidad, las últimas ediciones de Revista Solo Boca se compartieron en formato digital, para leer online o descargar.**



| **Realizamos diseños de tarjetas personalizadas de salutación para fechas especiales, manteniendo la identidad visual de la Revista.**

| **Para fortalecer el vínculo con los públicos, desarrollamos distintos sorteos en las redes sociales, a partir de la participación en encuestas.**

Logros

El desarrollo de un diseño exclusivo otorgó una identidad visual sólida a Revista Solo Boca en el mundo online y offline, contribuyendo a mejorar la imagen que tienen los públicos respecto a ella.

La comunicación de sus ediciones en el nuevo sitio y la gestión de los perfiles sociales permitió captar la atención de los públicos objetivos y posicionar a la Revista.

La planificación de la comunicación permitió contar con un orden para ejecutar las acciones de comunicación. Esa organización y gestión de las tareas fue muy valiosa, ya que profesionalizó la difusión e interacción en las redes y las comunicaciones con los suscriptores (actuales y potenciales) y fanáticos.

DIRCOM -Consultoría en Comunicación- consiguió resultados concretos, mejorando el posicionamiento de la Revista, que ahora cuenta con una identidad digital unificada, amplificando el alcance de sus publicaciones y afianzando sus vínculos con los distintos públicos dentro del mundo Boca Juniors.