

Wpływ mediów społecznościowych na odbiór piłki nożnej

Radosław Chmiel



Agenda

- Nowoczesny fan futbolu – jak go ugryźć?
- Cztery kluczowe zmiany w odbiorze futbolu
- ¡Viva la revolucion! Social media przejmują futbol
- Zagrożenia płynące z mediów społecznościowych
- Podsumowanie

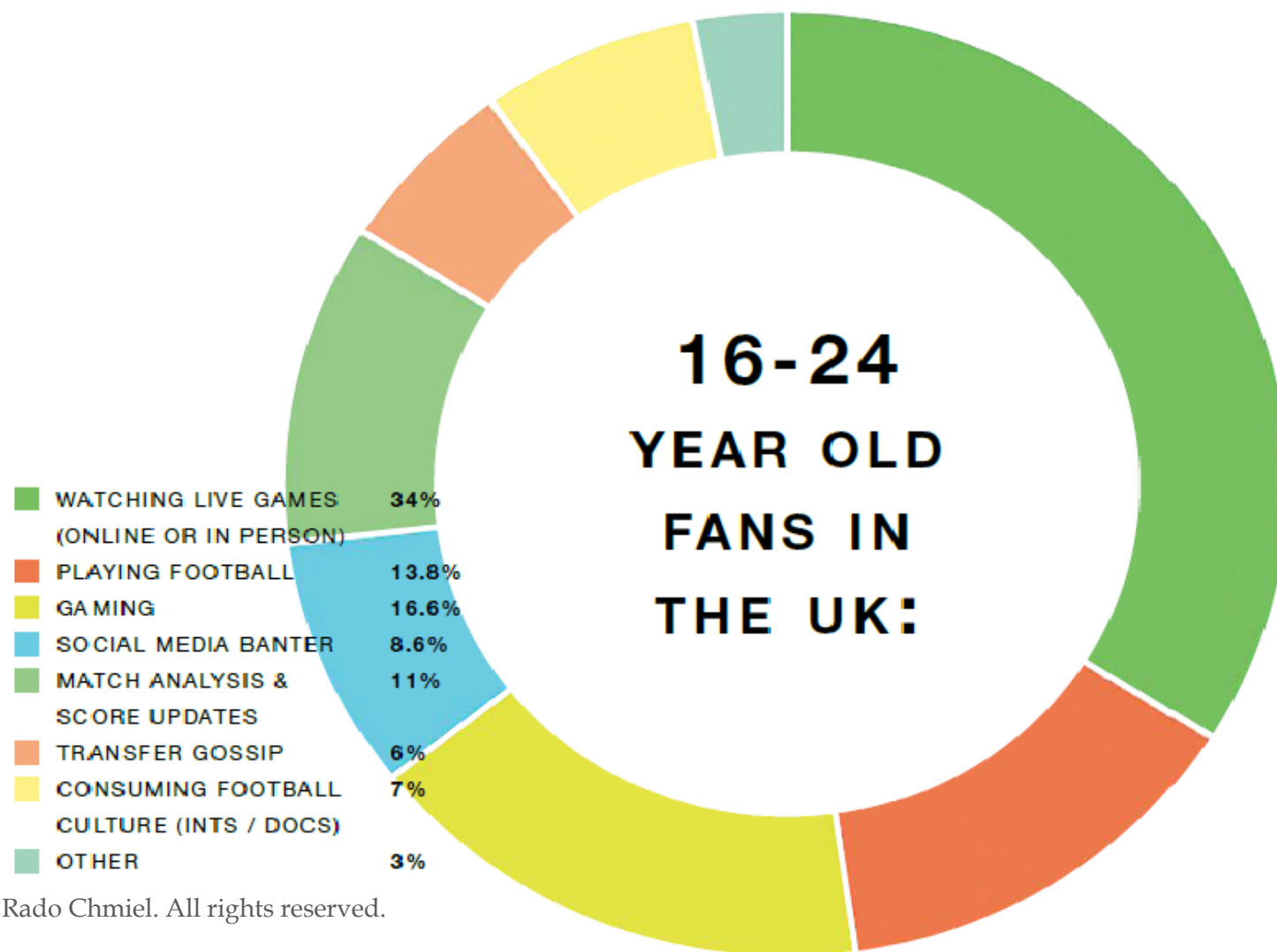
NOWOCZESNY FAN FUTBOLU – JAK GO UGRYŹĆ?

- Nowoczesny fan futbolu przechodzi przez swoisty paradoks: z jednej strony wybrałby się na mecz, ale go na to nie stać. Z drugiej strony ma nielimitowany dostęp do piłkarskiego świata i samych piłkarzy dzięki mediom społecznościowym.
- Obecni kibice wchodzą na zupełnie nowy obszar konsumpcji futbolu niedostępny dla tradycyjnych telewizyjnych przekazów...

NOWOCZESNY FAN FUTBOLU – JAK GO UGRYŹĆ?

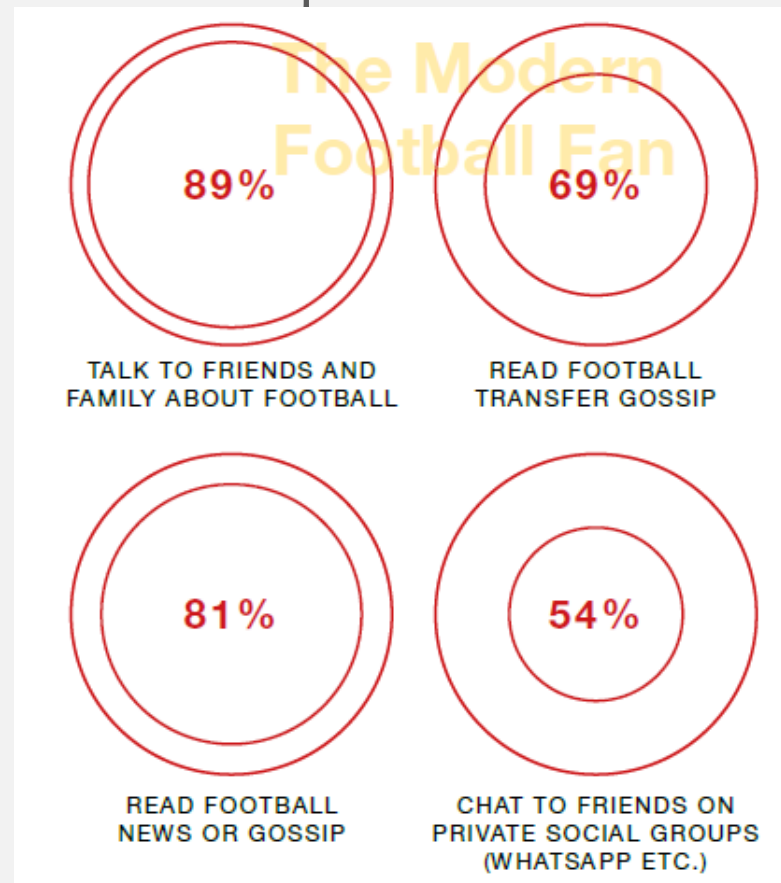
- Kibice piłkarscy w obecnych czasach odchodzą od tradycyjnych form przekazu jak radio czy telewizja.
- W sezonie 2016/17 telewizja Sky zaliczyła spadek oglądalności transmisji sportowych na żywo o 14%.
- 57% liderów branży sportowej wymienia zmianę odbioru sportu wśród młodszej generacji jako „*główne zagrożenie, z którym musi obecnie radzić sobie branża*”.

NOWOCZESNY FAN FUTBOLU – JAK GO UGRYŹĆ?



4 KLUCZOWE ZMIANY W ODBIORZE FUTBOLU

- I. Tradycyjne media odbioru są zastępowane przez bardziej aktywne środki przekazu jak media społecznościowe.



4 KLUCZOWE ZMIANY W ODBIORZE FUTBOLU

II. Bezpieczne przystanie social media i tzw. „drugi ekran”

- Prywatne grupy na WhatsApp i Twitterze są epicentrum nowoczesnych dyskusji o piłce nożnej.
- Efekt „You’ll Never Watch Alone” – 79% kibiców piłki nożnej w UK poniżej 29 roku życia przyznało, że podczas transmisji meczu spoglądają na ekrany swoich telefonów czy tabletów.
- Wirtualny stadion – 65% kibiców, tzw. „millenialsów” i „Generacji Z” integruje się ze sobą bardziej w świecie wirtualnym niż w prawdziwym życiu.

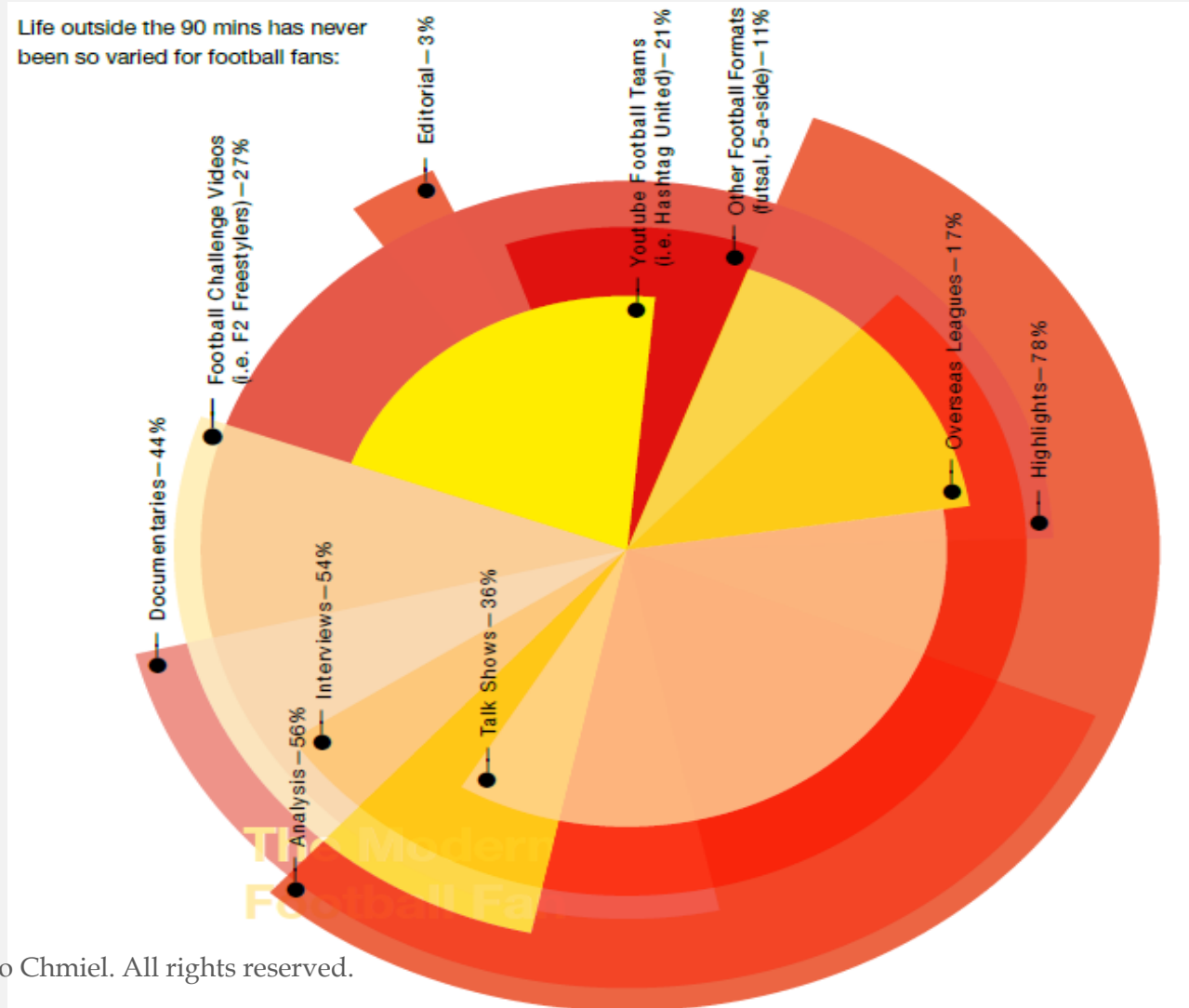
4 KLUCZOWE ZMIANY W ODBIORZE FUTBOLU

III. Zmiana pokoleniowa

- Nowoczesny fan nie potrzebuje już piłkarskich autorytetów. Kulturalna dyskusja i analiza jest passé.
- Obecna futbolowa dyskusja jest pełna emocjonalnej wymiany zdań, na którą tradycyjne media nie mogą sobie pozwolić.
- Balansem do tego są neutralne głosy specjalistycznych mediów zajmujących się piłką nożną i futbolowych dziennikarzy.
- Obecnie w UK coraz częściej tworzone są podcasty jak „Filthy Fellas” czy „Comments Below”, które perfekcyjnie wykorzystują zmieniającą się kulturę piłkarskich wypowiedzi.

4 KLUCZOWE ZMIANY W ODBIORZE FUTBOLU

Czy istnieje życie po 90 minutach meczu?



4 KLUCZOWE ZMIANY W ODBIORZE FUTBOLU

IV. Zmiany w zachowaniu piłkarzy i budowanie marki

- Piłkarze muszą zachować większą kontrolę nad materiałami publikowanymi online, by uniknąć kontrowersyjnych sytuacji, które mogą prowadzić do nadszarpnięcia ich marki.
- Należy jednak pamiętać, że obecny kibic to cyniczna osoba, która potrafi szybko zniechęcić się do danego piłkarza poprzez zbyt „wypolerowane” posty.
- Strategia łączenia wizerunku na boisku i poza nim jest niezwykle ważna w budowaniu marki samego piłkarza.

¡VIVA LA REVOLUCION! Social media przejmują futbol

- Prawa do transmisji wydarzeń sportowych coraz częściej sprzedawane są nowoczesnym mediom i platformom streamingowym.
- Skrótce Premier League znajdują się na Twitterze, a ostatnie finały Ligi Mistrzów można było oglądać za darmo na żywo na kanale YT brytyjskiej stacji BT Sport.
- Mocarze cyfrowych platform streamingowych zmieniają zasady pokazywania treści sportowych szerszej publiczności.
- Obecni fani spędzają 34% swojego czasu na oglądaniu piłki nożnej za pomocą platform społecznościowych jak YouTube, Twitter czy Facebook.

¡VIVA LA REVOLUCION!

Pakiety telewizyjne i terminarz Amazon Prime

Package A - won by BT	32 matches on Saturdays at 12:30
Package B - won by Sky Sports	32 matches on Saturdays at 17:30
Package C - won by Sky Sports	24 matches on Sundays at 14:00 and eight matches on Saturdays at 19:45
Package D - won by Sky Sports	32 matches on Sundays at 16:30
Package E - won by Sky Sports	24 matches on Mondays at 20:00 or Fridays at 19:30/20:00 and eight matches on Sundays at 14:00
Package F - won by Amazon	10 matches from one Bank Holiday and all 10 from the Boxing Day fixture programme
Package G - won by BT	20 matches from two midweek fixture programmes

Amazon Prime Video Premier League December 2019 fixtures in full

Tuesday 3rd December

Arsenal v Brighton, 7:45pm – live on [Amazon Prime](#)
Burnley v Manchester City, 7:45pm – live on [Amazon Prime](#)
Leicester v Watford, 7:45pm – live on [Amazon Prime](#)
Sheffield United v Newcastle, 7:45pm – live on [Amazon Prime](#)
Wolves v West Ham, 7:45pm – live on [Amazon Prime](#)
Manchester United v Tottenham, 8:00pm – live on [Amazon Prime](#)

Wednesday 4th December

Chelsea v Aston Villa 7:45pm – live on [Amazon Prime](#)
Southampton v Norwich, 7:45pm – live on [Amazon Prime](#)
Liverpool v Everton, 8:00pm – live on [Amazon Prime](#)
Crystal Palace v Bournemouth, 8:00pm – live on [Amazon Prime](#)

Thursday 26th December

Bournemouth v Arsenal – live on [Amazon Prime](#)
Aston Villa v Norwich – live on [Amazon Prime](#)
Chelsea v Southampton – live on [Amazon Prime](#)
Crystal Palace v West Ham – live on [Amazon Prime](#)
Everton v Burnley – live on [Amazon Prime](#)
Leicester v Liverpool – live on [Amazon Prime](#)
Manchester United v Newcastle – live on [Amazon Prime](#)
Sheffield United v Watford – live on [Amazon Prime](#)
Tottenham v Brighton – live on [Amazon Prime](#)
Wolves v Manchester City – live on [Amazon Prime](#)

¡VIVA LA REVOLUCION! TOP 3 platform społecznościowych

- Najczęściej używanymi przez kluby platformami społecznościowymi od lat są Facebook, Twitter i YouTube.
- Facebook to największa sieć społecznościowa mająca obecnie 2,38 miliarda aktywnych użytkowników. Jest to nie tylko narzędzie dla indywidualnych użytkowników, ale jest użyteczne dla biznesu, w którym jeden „lajk” może być warty niemal 8 dolarów.
- Twitter to mikroblogowa platforma pozwalająca na tworzenie wiadomości o maksymalnej długości 240 znaków, dzięki której zarówno fani jak i sportowcy mogą szybko wymieniać się informacjami.
- YouTube skupia się stricte na klipach wideo, a drużyny mogą dzięki tej platformie szybko i wyraźnie zbudować swoją markę i bazę odbiorców.

¡VIVA LA REVOLUCION!

Krótki poradnik perfekcyjnego zespołu ds. social media

- W zależności od projektu zespół do spraw social media powinien posiadać ok. 10 menadżerów, którzy zarządzają trzema zespołami działającymi z treściami w trzech najważniejszych językach: angielskim, hiszpańskim i portugalskim.
- Graficy: 6-8 osób.
- Co najmniej 2 statystyków zajmujących się analizą ruchu na poszczególnych platformach społecznościowych
- Redaktor prowadzący, który dostarcza treści do publikowanych postów.

ZAGROŻENIA SPOWODOWANE KORZYSTANIEM Z MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH

- Social media kreują skandale, a piłkarze oraz kluby boją się ich, by te nie nadszarpały wizerunku drużyny czy samego zawodnika, co może wiązać się z potencjalnym zerwaniem kontraktu reklamowego.
- Od 2011 roku angielski Związek Piłki Nożnej wyegzekwował ponad 60 kar dla osób powiązanych z futbolem za nieodpowiednie komentarze.
- Kluby przy zawieraniu kontraktów nakładają liczne obwarowania odnośnie używania przez piłkarzy social media.
- Niektórzy fani również stosują swoisty kodeks przy wysyłaniu postów, by nie wpaść w tarapaty.

PODSUMOWANIE

- Social media w ostatnim dziesięcioleciu diametralnie zmieniły odbiór piłki nożnej.
- Nowoczesny fan futbolu jest bardziej wyedukowany w sprawach piłkarskich i jest bliżej ukochanego klubu i piłkarzy niż jego rówieśnicy sprzed dwóch czy trzech dekad.
- Kluby dzięki mediom społecznościowym nie tylko jeszcze bardziej rozbudowują ogólnoswiatową bazę fanowską, ale również poprzez zatrudnienie specjalistów do spraw odpowiednich platform zmieniają kibiców w lojalnych ambasadorów marki.
- Zrozumienie i opanowanie działania poszczególnych platform jest fundamentalne dla dalszego sukcesu i kreowania dodatkowych przychodów dla klubu piłkarskiego.

BIBLIOGRAFIA

- *„Copa90. The modern football fan. What makes them tick?“*
- *Raymond Boyle, Richard Haynes „Football in the new media age“. Wydawnictwo Routledge London, 2004.*
- *„The Set Pieces. Behind the social media revolution that’s taking over football“.*
- *FT Magazine: „Football and social media“.*
- *Sam Chung. „Social media and football in the Barclays Premier League: An investigation on the usage of social media within the changing relationship between football and its supporters“.*
- *Joanne Kuzma, Viv Bell, Ciaran Louge. „A study of the use of social media marketing in the football industry“.*