

Para una plataforma digital de análisis y seguimiento personalizado para futbolistas amateurs y jóvenes talentos en España, las estrategias para atraer, mantener y hacer crecer la relación con los clientes deben ser claras, adaptadas al público objetivo y aprovechar la digitalización creciente del deporte.

Estrategias para atraer nuevos clientes

- Campañas publicitarias digitales en redes sociales y plataformas deportivas, aprovechando la alta interacción de aficionados con contenido personalizado y en tiempo real (28% valoran la personalización) .
- Eventos y colaboraciones con academias y clubes locales para demostraciones y captación directa de futbolistas y entrenadores.
- Promociones de lanzamiento y pruebas gratuitas para incentivar la adopción inicial, especialmente entre jóvenes de 14 a 25 años y entrenadores.
- Alianzas con influencers deportivos y entrenadores reconocidos para generar confianza y visibilidad, dado que el 51% de aficionados españoles interactúa con influencers para análisis y predicciones .

Acciones para mantener la relación con los clientes

- Atención personalizada y soporte técnico para resolver dudas y adaptar el seguimiento a las necesidades individuales (asistencia personal).
- Actualizaciones constantes con contenido exclusivo como análisis post-partido, video resúmenes y recomendaciones técnicas, que son altamente valorados por los usuarios .
- Programas de fidelización con descuentos exclusivos, acceso anticipado a nuevas funcionalidades y recompensas por uso frecuente.
- Comunidades digitales integradas donde usuarios puedan compartir experiencias, retos y logros, fomentando el sentido de pertenencia y motivación (comunidades).
- Servicios automatizados para seguimiento y alertas personalizadas que faciliten la interacción sin fricción.

Incentivos para hacer crecer la relación

- Ofrecer complementos premium como análisis avanzados, sesiones de coaching virtual o acceso a eventos exclusivos.
- Planes de suscripción escalables que permitan ampliar funcionalidades según el nivel de usuario o club.
- Integración de oportunidades de visibilidad ante clubes profesionales, generando valor añadido para los futbolistas y motivando la continuidad.
- Co-creación de productos y servicios invitando a usuarios y entrenadores a participar en el desarrollo de nuevas funcionalidades, aumentando el compromiso y la personalización (co-creación).

Tipo de relación con los clientes

- Combinación de asistencia personal (soporte y coaching), autoservicio (plataforma intuitiva y accesible), servicios automatizados (alertas y análisis en tiempo real) y comunidades para interacción social y motivación.
- La co-creación se integrará para adaptar la plataforma a las necesidades reales de los usuarios y fomentar la innovación continua.

Integración del cliente en el modelo de negocio

- Modelo basado en suscripciones mensuales o anuales con diferentes niveles de acceso y servicios.
- Asociaciones con clubes y academias para licencias grupales y acceso a bases de datos de jugadores.
- Participación activa de usuarios en el desarrollo de la plataforma mediante feedback y pruebas beta, fortaleciendo la relación y la fidelización.
- Potencial para patrocinios y colaboraciones con marcas deportivas y tecnológicas, generando ingresos adicionales y beneficios para los usuarios.

Justificación

Estas estrategias responden a la creciente demanda de contenido digital personalizado y análisis en tiempo real en el deporte, especialmente en fútbol amateur y juvenil en España, donde la digitalización y el interés por mejorar el rendimiento están en auge . La combinación de atención personalizada y automatización facilita la escalabilidad y mejora la experiencia del usuario, mientras que la co-creación y las comunidades fomentan la fidelización y el crecimiento orgánico. El modelo de suscripción asegura ingresos recurrentes y permite adaptar la oferta a diferentes segmentos del mercado, alineándose con tendencias globales en software deportivo .