



## Fer llimonada

APMAE

15/11/2013

Fa pocs dies, mentre buscava notícies sobre economia, màrqueting i futbol per penjar al nostre Facebook i Twitter, vaig topar-me amb una notícia, que malgrat no agradar-me, la vaig acabar penjant. L'article feia referència que el museu del Barça era el atreia més visitants de Catalunya i el tercer d'Espanya amb 1.500.000 de visitants.

Vaig estar-me unes quantes hores demanant-me com era possible que entre l'amplíssima oferta cultural que ofereix la nostra terra i amb museus de prestigi reconegut a nivell internacional com ara el Picasso o el MNAC, el primer museu en nombre de visitants sigui el dels veïns.

Pensant en el tema hores més tard em va venir al cap una dita, "Si la vida te da limones, aprende a hacer limonada", i es que aquesta notícia, ben mirat, pot ser positiva per l'Espanyol.

Intentaré explicar-me. Una de les estratègies de l'àrea de màrqueting és la d'atreure espectadors entre els milions de turistes que visiten Barcelona, doncs bé, tenir localitzat el lloc on cada any passa un milió i mig de turistes que els agrada el futbol facilita, i molt, fer arribar el nostre producte (el Tour pel nostre estadi i la venda d'entrades pels partits) al públic que pot estar interessat en

The logo for 'afal contigo' features a stylized blue leaf above the text 'afal' in a bold font and 'contigo' in a script font below it.

La Asociación para las familias con Alzheimer

**Hazte socio**

Juntos podemos más

PUBLICITAT

**¡Fins a 50€ de bo, guanyis o perdis!**

The logo for LBapuestas features the text 'LBapuestas' in a white font above a large '50€' in a bold white font, all set against a dark blue background with a subtle pattern.

Ara, LBapuestas et dona, guanyis o perdis, fins a **50€ DE BO** per a la teva segona aposta. Aprofita aquesta oportunitat i registra't en [www.lbapuestas.es](http://www.lbapuestas.es)

Subjecte a condicions | +18

The logo for LBapuestas features the text 'LBapuestas' in a white, bold, italicized font on a red background.

nosaltres. Perquè la gran majoria de visitants del museu culé son turistes estrangers, que els agrada el futbol, que vénen per la projecció internacional que tenen els blaugranes, fins i tot poden tenir més o menys simpaties, però que no senten hostilitat cap a nosaltres, i que si tenen temps, i si els sabem vendre bé la proposta de conèixer l'estadi de l'altre equip de la ciutat, o assistir en directe a un partit, que els resultarà més fàcil i barat trobar una entrada per anar a Cornellà que no pas al Nou Camp, un nombre important ho pot fer.

No sóc publicista, i no he fet cap estudi de mercat, malgrat tot, i a risc de cometre errades, exposaré les meves propostes, tot esperant que des del departament de màrqueting les pugui considerar d'utilitat i d'interès.

Primer, fer un estudi de mercat, anar a les portes del Nou Camp i que els enquestadors (si us plau, que parlin anglès i un altre idioma) facin treball de camp. Al qüestionari, entre altres preguntes, hauria de respondre sobre la nacionalitat del visitant, temps en que s'estarà a la ciutat, com ha arribat al museu (transport públic, bus turístic, agència, etc), si coneix l'Espanyol, i especialment els caps de setmana que juguem a casa, si estaria interessat en visitar el nostre estadi i assistir a un partit, quina cosa els convenceria per venir a visitar-nos, etc. Ja posats, els entrevistadors els podrien informar breument d'on es el nostre camp, com arribar, preus, horaris... Evidentment per vendre Espanyol res millor que ho faci un de l'Espanyol, pel que em sembla que el millor que es podria fer es una borsa de treball entre socis i aficionats de l'Espanyol que estiguin a l'atur entre els que es seleccionarien els integrants de l'equip de treball.

Segon, anunciar-nos, on? on ser visibles pels visitants del museu del Barça, crec que els millors llocs són les estacions de metro de Badal, Collblanc, Les Corts i Maria Cristina, les estacions del Tram dels voltants del Nou Camp, així com les parades de Bus, molt especialment la del Bus Turístic del estadi del Barça, i en general la de tota la línia del bus turístic, i en els postes destinats a enganxar publicitat al voltant del seu estadi i en el trajecte entre aquest i les estacions de metro abans esmentades.

Una part dels visitants arriben en autocars d'agències, cal saber quines són, i amb els que ofereixen regularment aquesta destinació, conversar amb elles, si encara no ho hem fet, per arribar a acords, potser no aconseguim que vinguin els autocars a Cornellà, però es pot donar informació de nosaltres als seus clients, i oferir un canal de venda d'entrades a traves d'aquestes agències.

No crec que la inversió sigui massa elevada, ni que no sigui assolible



**Presenta el teu carnet de soci d' RCDE i obtindràs un**

# -10%

**Només als teus Restaurants McDonald's®  
Cabrera de Mar, Diagonal Mar, Les Glòries,  
Sant Vicenç dels Horts i La Masquina**

aconseguir que l'1% dels 1.500.000 visitants que te el museu del Barça s'apropi a Cornellà a veure un partit o fer el Tour. Respecte al Tour, jo el vaig fer fa 3 anys i no vam passar per la botiga, fet que considero una errada, si no pot ser part del trajecte, que almenys sigui allà on es venguin les entrades, però cal que els visitants trepitgin la botiga.

D'acord que amb aquests 15.000 possibles turistes que ens visitin i els diners que es poden deixar a l'Espanyol no sortirem de pobres, però tot suma, i més en aquests temps.

**Ferran Marin**



## Comentaris (15)



Ordena per: **Data** Valoració Última activitat

Charly Brown · fa 3 dies

+7  

Me parece una buena iniciativa y una buena manera de aprovechar el tirón

Sant Vicenç dels Horts i La Maquinista.

Descompte no aplicable als productes de la plataforma 1x1, 1x1 plus. No acumulable amb una altra promoció i/o oferta.



La Asociación para las familias con Alzheimer

**Hazte socio**

Juntos podemos más