

MAX SARDELLA

#SMSPORTS MANIFESTO

SETTE TESI (E OTTO SUGGERIMENTI)
PER CREARE VALORE NEL CALCIO SOCIAL

PREFAZIONE DI GIANLUCA DI MARZIO

LIBERAMENTE ISPIRATO AL CLUETRAIN MANIFESTO

#SMSPORTS
è l'hashtag **più usato**
come aggregatore tematico di
social media sports.

GRAPHICS:  @MSGRAPHICTWEET  MSGRAPHIC.IT

Tutti i **100 milioni** di fan di CR7 potrebbero:



RIEMPIRE
1.170 VOLTE
IL SANTIAGO BERNABEU



CREARE
9 MILIONI
DI FORMAZIONI



GIOCARE
4,5 MILIONI
DI PARTITE



RIEMPIRE
10 VOLTE
IL PORTOGALLO



DARSI LA MANO E AVVOLGERE
4 VOLTE
TUTTA LA TERRA

Il 10 novembre 2014 Facebook consegna il premio

Social Captain

a Cristiano Ronaldo per aver raggiunto 100.000.000 di fan.

PREFAZIONE

Può un semplice libro cambiare le cose? La risposta è sì. Ci hanno provato in passato (con enorme successo) gli autori del **Cluetrain Manifesto**, ci prova ora Max Sardella con questo **eBook** adattando al calcio, sua autentica passione, sette delle 95 tesi del più celebre manifesto della **comunicazione digitale**.

L'avvento dei social media ha riportato l'importanza della chiacchiera da bar. Niente più potere a pochi, più potere a tutti. Questo eBook rimette **"al centro del villaggio"** i **tifosi**: cuore delle conversazioni digitali sportive. Max ci descrive **come vorrebbe vedere il calcio social** portando il lato umano, quello più vero, della sua **esperienza sul campo**.

Il manifesto #smsports ridà **occhi nuovi ai calciatori** (e tutti gli operatori coinvolti squadre, presidenti e giornalisti sportivi) che cercano **stimoli per migliorare la loro immagine digitale**. Max ci indica dove sta andando (realmente) la comunicazione social sportiva: niente tecnicismi o approfondimenti sulle nuove tecnologie. Sette leggi e sette suggerimenti correlati più uno che vi darà la motivazione per **credere nel potere dei social media**. Cambierà anche questo eBook il modo di comunicare il calcio online?

Buona lettura e in bocca al lupo Max!

Gianluca Di Marzio
Sky Sport Reporter

 @DiMarzio

I SOCIAL MEDIA SONO FATTI ANCHE DI TIFOSI.

Ogni giorno un tifoso su tre cerca, commenta e condivide informazioni sui social media. Ogni giorno, i tifosi con le loro interazioni possono condizionare e influenzare la tua reputazione. Crea il tuo network ufficiale e garantisci autenticità ai tuoi contenuti e alle informazioni che ti riguardano. Prendi il controllo della tua immagine, altrimenti qualcun altro lo farà per te.





I SOCIAL MEDIA HANNO ELIMINATO LE DISTANZE TRA TIFOSI E CALCIATORI.

I tifosi 2.0 sono più organizzati, più informati. Ti cercano su Google e anche grazie a Facebook/Twitter/Instagram vogliono parlare, e soprattutto interagire con te. Perché Internet è una rete fatta di persone e i social media non sono un moda ma un nuovo eccitante modo di comunicare con i tuoi tifosi. Dimostra il tuo amore: connettiti con loro e crea relazioni autentiche.




**I CALCIATORI
DOVREBBERO
CAPIRE CHE I TIFOSI
PARLANO SPESSO
SUI SOCIAL MEDIA.
DI LORO.**

I tifosi vogliono la tua attenzione. Non si accontentano di vederti in tv, sui giornali o allo stadio. Entra nelle conversazioni social e interagisci con gli utenti. Ascolta (bene), parla (chiaro e in prima persona!) con voce umana, e condividi un onesto punto di vista. Usa più senso dell'umorismo e tanta autoironia. Perché non ci sono segreti in rete. E non serve nascondersi: se c'è qualcosa di buono o cattivo lo dicono tutti...

A man in a soccer jersey is shown from the chest up, looking directly at the camera. He is holding a dark-colored soccer jersey with the 'CR7' logo in white on the front. The background is a blurred outdoor setting.

I TIFOSI HANNO CREATO UN NUOVO MERCATO ONLINE.

Chi l'ha detto che il tuo successo sul campo non può trasformarsi in un business di successo? Passione è sinonimo di monetizzazione e i social media possono essere usati anche a scopo di lucro. I tifosi ti amano e la tua opinione è importante. Vogliono vestirsi come te, usare i brand che usi tu. Se consigli di comprare un prodotto, loro, ti ascolteranno. I calciatori che non sono sui social media media stanno perdendo una grande occasione.



**I CALCIATORI
CHE CERCANO DI
“POSIZIONARSI”
DEVONO PRENDERE
UNA POSIZIONE.**

Se vuoi che la rete parli di te, di qualcosa di interessante. Condividi il tuo punto di vista su fatti quotidiani o su problemi che riguardano la tua comunità. Non avere paura delle critiche. I tifosi saranno disposti ad amarti (e a difenderti) ancor di più se avranno dimostrazione del tuo valore fuori dal campo: chi vi critica diventa meno credibile, e i tuoi fan risponderanno per te.



**CARO CALCIATORE
SE PARLI CON UN
LINGUAGGIO
FREDDO ANCHE I
TUOI TIFOSI
SARANNO
FREDDI CON TE.**

Se dai, ricevi. Parlare con un linguaggio lontano, poco invitante, arrogante, terrà i tuoi tifosi lontano da te. Mostra le tue passioni, senza paura e senza filtri. Cosa fai oltre il calcio. Come si chiama il tuo cane? Che musica ascolti prima di entrare in campo? Giochi al fantacalcio? Aggiorna i tuoi profili. Pubblica foto e video inediti. I tifosi amano condividere contenuti che non trovano da nessun'altra parte.

A smiling man in a dark suit and tie is holding a white t-shirt. On the t-shirt is a cartoon character wearing a black beanie and sunglasses. The background is a warm, orange-toned image of a crowd.

I CALCIATORI CHE NON CONVERSANO SUI SOCIAL MEDIA NON HANNO FUTURO.

Thomas van Schaik, global brand director Adidas, durante il suo discorso annuale allo SPORTO - sports marketing & sponsorship conference - ha dichiarato che la presenza strategica e ben organizzata da parte di un atleta sui social media può aprire le porte a una miglior possibilità di trasferimento e/o sponsorizzazione. A pari valore tecnico, un club e uno sponsor, sceglieranno l'atleta con i social media più organizzati.

TRASFORMA I TUOI TIFOSI IN FAN!

Se vuoi avere successo nel calcio non devi solo "saper giocare". Se tutto ciò che fai sai fare è saper giocare a calcio guadagnerai un po' tuoi soldi, ma per avere successo nel tempo la tua immagine deve essere sostenuta, e affinché ciò accada devi creare un seguito di tifosi appassionati. Perché creare dei fan è lo scopo della tua attività? C'è un solo modo per creare ricchezza e mantenerla: è dare valore alla vita degli altri in maniera unica. Se riesci a dare valore alla vita degli altri avrai guadagnato degli appassionati, dei fan della tua attività. E avere dei fan è come avere il miglior reparto vendite al mondo. Perché, per la tua reputazione, è veramente determinante avere persone che parlino sempre bene di te.



IPSE

DIXIT

“Io twitto, ma con moderazione. I social andrebbero regolamentati per evitare di dire sciocchezze, il contatto con i tifosi e con la realtà ben venga.”

Alessandro Nesta

“Adesso l'Inter è nei social media anche in indonesiano e ha un sito in indonesiano. Con i social i tifosi sono più vicini al club e ai giocatori, così possono interagire”.

Erick Thohir

“Avevo appena finito l'intervista con Sky, e ho pensato di condividere la mia felicità anche con i tifosi che non erano allo stadio o che non avevano visto le interviste. Ho scritto di getto un tweet. Avevo ancora un po' di spazio, così ho cercato di esprimere sollievo per lo scampato pericolo come nei fumetti che leggevo da ragazzino: così nacque #fiuuuu”.

Massimiliano Allegri

“Avere 250.000 follower è bello, ma fare 250.000 autografi sarebbe impossibile e allora un tweet ci può aiutare. I social media sono un mezzo prezioso.”

Borja Valero



Arsenal FC 
@Arsenal

Welcome to Twitter,
@TheoWalcott - get following,
@Arsenal fans! #WelcomeTheo



Theo Walcott 
@theowalcott

I know I said I wasn't gonna join
twitterI changed my mind!

28/05/14 22:20

5.897 RETWEET 3.852 PREFERITI



 @MaxSardella

Conversiamo insieme: #smsports

Versione digitale disponibile gratuitamente su
www.maxsardella.it

MAX SARDELLA

Sono nato a Foggia il 7 ottobre nel 1980. Per anni ho lavorato come copywriter in agenzie di pubblicità a Milano e successivamente in Sky. Dopo aver frequentato diversi corsi di formazione e aver conseguito un Master in Marketing & Comunicazione Digitale e un Master in Pubblicità ho deciso di applicare le mie competenze acquisite al calcio, mia autentica passione. Ho iniziato così nel 2010 la mia attività #SMsports Manager – Social Media Sports Manager – consulente specializzato in strategie di comunicazione digitale nel calcio.