

Sport e digitale, un connubio che porta grandi risultati

Pubblicato: Lunedì 19 Febbraio 2018



Quello che per molte persone è considerato un divertimento e un piacevole passatempo, per molti altri è visto come la principale fonte d'introito della propria attività. Settore che vive da sempre con un forte legame al passato, solo negli ultimi anni ha visto un **forte aumento negli investimenti digitali**. Sia dal punto di vista pubblicitario, sia da quello per incrementare il numero di clienti o per fidelizzare quelli che già lo sono.

Nonostante la forte crisi economica presente in Italia, il settore sportivo rappresenta per la nazione uno dei 5 settori più importanti. Il volume d'affari coperto dalle aziende che operano in questo comparto, **rappresenta circa il 3% del PIL**. Volume di affari, che al momento non sfrutta nel migliore dei modi il digitale e tutte le opportunità che questo offre.

Abbiamo incontrato *Giuseppe Barbagallo*, CEO e fondatore di **GoodWorking** (una tra le prime agenzie di web marketing e strategie digital specializzate nel settore sportivo in Italia), per approfondire nel migliore dei modi le possibilità che il web marketing può offrire allo sport.

Digital marketing per lo sport, quali sono i reali vantaggi?

“Lo stravolgimento dei tradizionali canali di comunicazione che le aziende sportive hanno utilizzato fino a pochi anni fa, ha portato il digitale a diventare un mezzo sempre più importante per le azioni di comunicazione. Atleti, giornalisti e aziende di ogni dimensione non possono che trarre vantaggi in un corretto utilizzo di questi canali, che in pochi secondi sono in grado d'incrementare in maniera

considerevole la propria autorità. I tifosi e gli appassionati si sono da tempo spostati dai bar dei paesi ai canali social e web, fattore che non bisogna sicuramente trascurare se si vuole continuare a beneficiare del loro supporto.

Essere in grado di sfruttare le opportunità in tempo reale (durante un evento ma anche nelle fasi di preparazione allo stesso), offre l'opportunità di creare un filo più diretto con la propria audience. Internet non deve essere visto come un mondo a se stante, ma ad un modo per comunicare più direttamente con il mondo che ci circonda.”

Off-line e On-line devono coesistere?

“Assolutamente! Non ha senso sfruttare nel migliore dei modi solo uno dei due canali, quando non si è integrato nel migliore dei modi la strategia di web marketing anche all'interno dell'altro.

L'agenzia di Giuseppe, GoodWorking, è anche lo sponsor principale di “*Wellness Marketing Power*”, un evento che si terrà il 24 Marzo 2018 presso the Church Palace a Roma. Durante la giornata, professionisti dalle comprovate esperienze spiegheranno perché il Digital Marketing è una risorsa sempre più importante per chi si occupa di sport, fitness e wellness.

Per le aziende e per i professionisti che lavorano nel settore sportivo, questo evento è sicuramente un punto di partenza ideale per intraprendere un percorso rivolto alla formazione in ambito web marketing. Il percorso di formazione studiato, porterà i presenti ad approfondire l'utilizzo delle nuove strategie digitali. Per migliorare la propria comunicazione e autorevolezza, ma anche per apprendere come sfruttare al meglio le potenzialità di incremento del fatturato che i canali digitali offrono.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it