

ABONADOS Y ASISTENCIA

Los aficionados, las personas

En el informe de gestión que elaboró el club a inicios de la pasada temporada se indicó que “la Real Sociedad (...) es las personas que lo forman. Es un club para las familias, los jóvenes, mayores (...) Son las personas el núcleo sobre el que la Real Sociedad debe construir el futuro”. Por ello, el club se propuso poner en marcha “un nuevo proyecto global de gestión orientada a las personas”, tomando por lo tanto un compromiso con sus aficionados, en particular, y con la sociedad, en general.

Una vez acabada la pasada temporada y con el informe de gestión de esta temporada ya publicado, el club destaca que respecto a la relación con los aficionados se han desarrollado las siguientes acciones:

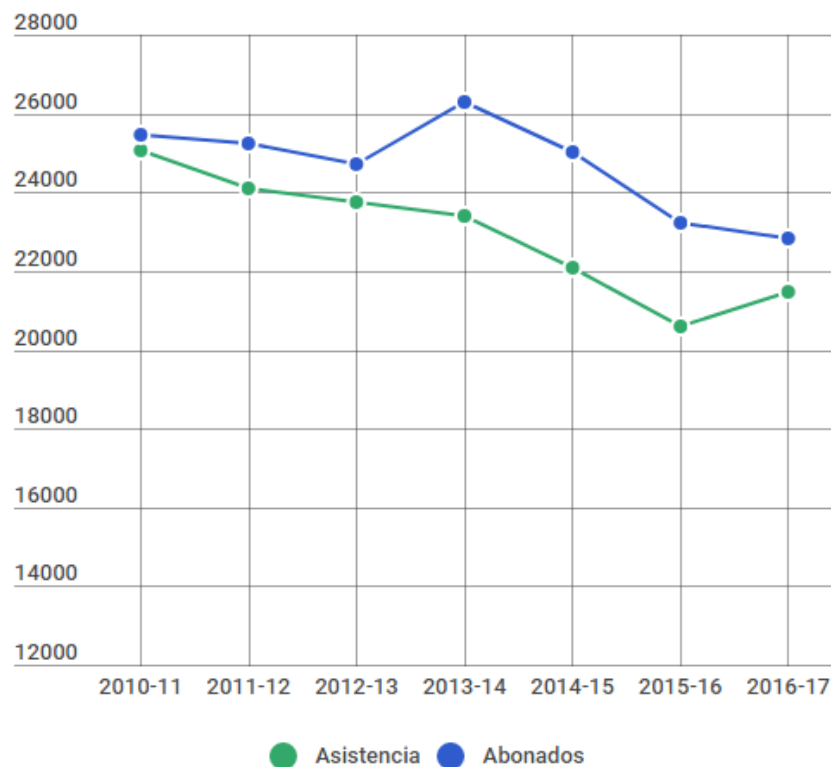
- Aplicación de mejoras tecnológicas como un nuevo Customer Relationship Management (CRM), un sistema de gestión de campañas de marketing, una solución de social listening (escucha en las redes sociales), una mayor usabilidad en la venta de entradas online, una nueva página web y la adecuación de la tienda online.
- Implantación de una solución online para la solicitud de entradas para los partidos de fuera de casa, evitando así que los aficionados tengan que realizar colas en las taquillas.
- Desarrollo del plan Realzale incondicional, que permite obtener descuentos en el abono de la temporada, aunque hay que matizar que obliga a consumir en las marcas y empresas adheridas al programa.

El nuevo Anoeta, los nuevos retos

Planes como Realzale incondicional y otras acciones como las actividades que se realizan en los alrededores de Anoeta antes de algunos partidos parecen

enfocados a aumentar el número de los abonados y la asistencia al campo. Los datos la pasada temporada fueron los siguientes:

- Abonados individuales: [22.830](#), el dato más bajo desde el ascenso en 2010 y el segundo peor, en Primera División, desde que se construyeron las entreplantas de los dos fondos en 1998.
- Asistencia: [21.478](#) espectadores, la segunda más baja desde el ascenso en 2010.



Tengamos en cuenta que el nuevo Anoeta prevé un aforo de 39.500 asientos, 7.500 más que los actuales, lo que convierte el objetivo de llenar Anoeta en un reto considerable. Recuperar los abonados perdidos las últimas temporadas, persuadir a los simples aficionados para que se abonen, penetrar más en territorios limítrofes como Iparralde o motivar la asistencia al campo de los abonados en sí son acciones que deberían formar parte del camino.

Para ese camino se antoja clave mejorar la experiencia del partido en todo su significado: desde el precio y la facilidad al comprar las entradas a la experiencia previa y posterior en el campo en sí, pasando por el transporte hasta y desde el estadio.

Además, habrá que satisfacer las necesidades concretas de cada perfil de aficionado: el familiar, el joven, el mayor, el empresarial, etcétera.