

ABONATUAK ETA BERTARATZEA

Anoeta berriaren lehen hilabeteak

Reala lehen mailara igo zenetik, eta 2013-14 denboraldian 26.720 bazkide izatera iritsi ondoren, urtez urte bazkide kopurua gutxitzen joan da, pasa den denboraldian 23.000 bazkide inguru izatera iritsi arte.

Anoetara hurbiltzen den jende kopuruari buruz berriz, jaitziera urtez urte etengabekoa izan da. 2010-11 denboraldian 25.000 zaletu inguru hurbildu ziren Anoetara, eta azken denboraldietan berriz 20.000-21.000 inguru.

Argi dago joera hau aldatzen ari dela Anoetaren berrikuntzari esker. Hala nola, [3.000 bazkide berri](#) gehitu dira liga hasi aurretik, eta bazkide gehiago izateko aukera itxi egin behar izan du Klubak.

Gure kasua ez da ezohikoa, Wanda Metropolitano, Beni Villamarin, San Mames Barria edo RCDE Stadium kasuetan hala gertatu baita.

Espanyol kasua azpimarratu beharko litzateke, Montjuïc zelaian 28.750 bazkide izatetik zelai berrian 36.000 bazkide baino gehiago izatera pasa baitziren. Baina zelai berriaren efektua pasatu ondoren, irabazitako bazkide guztiak galdu dituzte bi denboraldiren ondoren.

Beraz, klub bakoitzak duen egungo egoera eta une bakoitzeko abaguneak alde batera utzita, lehen hilabete hauetan ikusten ari garen datuak ardurarekin hartu behar ditugula azaltzen digu adibide honek.

Bestalde, egungo testuingurua ikusita (ordutegiak, ordainpeko telebistaren igoera edota [Gipuzkoako jaiotza-tasa baxua](#), kopuru aldetik Realaren masa soziala noraino iritsi daitekeen galdetu beharko genioke gure buruari.

Baina argi dago:

- **Gipuzkoa ahalik eta gehien “zukutu”**

2015 urteko irailean, eta bere biztanleria kontuan hartuta, [Reala lehen](#)

[postuetan zen bazkide eta bertaratze datuetan](#). Horrek, Gipuzkoa nahiko “zukututa” dagoela esan badezake ere, proportzioan Bidasoaldean Tolosaldean dauden haina bazkide egongo balira (bi eskualdeak Anoetatik antzeko distantziara daude), bazkide kopurua 1.000 ingurun haziko litzateke.

- **Ekintza-eremua zabaldu**

Lurralde mugakideetara, hala nola Iparraldera, 110.000 biztanle dituen eta, Anoetatik 50 kilometrora eta futbol frantseseko lehen mailako zelai batetik 200 baino gehiagora dagoen BAB-ra (Biarriz, Anglet, Baiona) bereziki.

Ikerketa sakonak egin eta epe motz, ertain eta luzeko estrategiak definitzea garrantzitsua izango da bazkide eta zaletuak erakarri eta fidelizatzeko. Hartara, zaletuaren esperientzia (etxetik edo lanetik atera eta itzuli arte), prezio-politika, teknologia berrien erabilpena, etab. landu beharko lirateke.

Zentzu honetan, Klubak aurrera eraman nahi dituen bi ekimen azpimarratu beharko lirateke:

- Microsoft Sports eta startup batzuekin batera, eta [“Sport Thinkers Smart Stadium” programaren](#) bitartez, Anoetaren onuran teknologia berrien erabileran sakondu nahi duen ekimena.
- [“Zuri Entzuten”](#) ekimenaren barruan sortuko diren lan-mahaiak. Lehen saioa mugikortasunari buruz izango da eta, ondo legoke etorkizuneko saioetako batzuk, beste gai batzuekin batera, Anoeta eta zaleagoaren esperientziari buruz izatea.