

Agencja LEWIS PR zbadała w jaki sposób polskie kluby piłkarskie występujące w Ekstraklasie i Pierwszej Lidze korzystają z Internetu jako narzędzia komunikacji z fanami. W wyniku szczegółowej analizy powstał Ranking działalności klubów piłkarskich w Internecie.

Badaniu poddane zostały 34 zespoły występujące w sezonie 2011/2012 w dwóch najwyższych klasach rozgrywkowych. LEWIS PR w szczególności skupił się na ocenie oficjalnych stron internetowych zespołów pod kątem ich funkcjonalności dla poszczególnych grup użytkowników. Drugim ważnym kryterium oceny była różnorodność zastosowania mediów społecznościowych i konsekwencja w budowaniu za ich pośrednictwem komunikacji z otoczeniem.

W rankingu zdecydowanie zwyciężył Lech Poznań (189 pkt.). Drugie miejsce zajęła Polonia Warszawa (156 pkt.), a trzecie – niespodziewanie – Polonia Bytom (148 pkt.). Wyniki te obrazują brak jednoznacznej zależności pomiędzy zamożnością klubu, osiągniętym sukcesem sportowym, a jakością działań komunikacyjnych online. Poza czołówką zestawienia LEWIS PR znalazły się kluby z tak dużym przychodem jak Zagłębie Lubin i Legia Warszawa, a wysokie lokaty zajęły niedawni spadkowicze z Ekstraklasy – wspomniana Polonia Bytom i Arka Gdynia.

„Nasze nowatorskie posunięcia zdają egzamin – mówi Marek Pieniążek, Dyrektor Zarządzający KS Polonia Bytom S.A. „Wiemy, jakie są trendy na rynku, wiemy gdzie nasi kibice poszukują informacji – właśnie w Internecie. Cały czas rozszerzamy nasze kanały komunikacji, a młody i ambitny zespół co chwilę wynajduje nowe metody kontaktu z kibicami”

Wśród klubów Ekstraklasy i Pierwszej Ligi najpopularniejszym portalem społecznościowym jest Facebook, gdzie oficjalne profile ma 29 klubów. Na drugim miejscu uplasował się YouTube, na którym swój kanał prowadzi 15 zespołów. Twitter bywa rzadko wykorzystywany – konta na nim ma tylko dziewięć klubów, zaś jego polski odpowiednik Blip wykorzystuje siedem klubów. Nasza Klasa (nk.pl) jest niemal zupełnie niewykorzystywana (dwa kluby).

Najwięcej fanów w serwisie Facebook mają zespoły z dużych miast, grające w europejskich pucharach. Zdecydowanym liderem jest Lech Poznań z niemal 150 tysiącami fanów.

„Za duży sukces można uznać naszą obecność na Facebooku, o czym świadczy nie tylko liczebność fanów, ale przede wszystkim ich aktywność.” – mówi Maciej Krzyżanowski, Internet Marketing Manager Lecha Poznań.

“W promieniu trzech kilometrów od naszego stadionu znajduje się pięć innych klubów z najwyższych klas rozgrywkowych, więc □ – nie umniejszając zwycięzcy rankingu – bardzo cieszymy się z każdego z naszych trzech tysięcy fanów na Facebooku” – dodaje Marek Pieniążek z Polonii Bytom

Najbardziej urozmaicone, pod względem używanych narzędzi, działania komunikacyjne w ramach mediów społecznościowych prowadzą: GKS Bełchatów, Polonia Warszawa, Polonia Bytom i Warta Poznań. Wszystkie kluby Ekstraklasy posiadają oficjalną stronę internetową i dział kontaktu z prasą. Prawie wszystkie natomiast (za wyjątkiem Legii Warszawa) mogą pochwalić się oficjalnym profilem w serwisie Facebook. Zdecydowana większość klubów Ekstraklasy na swoich stronach internetowych umieszcza dział interakcji z kibicami i sklepy online.

„Cały czas rozwijamy mechanizmy dotyczące sprzedaży on-line, zarówno jeśli chodzi o karnety i bilety, jak również gadzety Kolejorza. W zeszłym roku znacząco rozbudowaliśmy nasz e-sklep, a kilka tygodni temu uruchomiliśmy również nową stronę internetową klubu.” – rozwija Maciej Krzyżanowski z Lecha Poznań

„Lokata Polonii Bytom była by jeszcze wyższa, gdyby ranking powstał w październiku, gdyż wówczas ruszamy ze sprzedażą biletów on-line. Dwa lata temu ukazał się artykuł pt. “Królowa Śląska królową Internetu” – wówczas wiele osób podchodziło do naszych działań z przymrużeniem oka. Dzisiaj widzimy, że nasze nowatorskie posunięcia zdają egzamin.” – uzupełnia Marek Pieniążek

Aż 16 zespołów Pierwszej Ligi nie posiada kanału RSS na swojej oficjalnej witrynie internetowej, 14 nie udostępnia opcji Newslettera, 14 drużyn nie prowadzi sprzedaży biletów online, a 12 klubów nie posiada wyszukiwarki wewnątrz serwisu.

Profesjonalnie prowadzone strony fanowskie (np. Legii) i blogi (Lech Poznań) z racji swojego zaawansowania technicznego i zawartości merytorycznej bywają trudne do weryfikacji pod kątem źródła emisyjnego. Przykładem jest tutaj nieoficjalny profil Legii Warszawa prowadzony przez kibiców na Facebook.com, a liczący ponad 90 tys. fanów. Natomiast wśród klubów Pierwszej Ligi strony tworzone przez kibiców są nawet niekiedy lepiej pozycjonowane w wynikach wyszukiwania niż oficjalne witryny zespołów. Dobrym posunięciem wydaje się powierzenie oficjalnych kanałów komunikacji klubowej kibicom.

„Naszą siłą jest to, że jesteśmy nie tylko dziennikarzami, ale przede wszystkim kibicami "Czarnych Koszul". Dzięki temu zamiast suchego podejścia rodem z prasy branżowej patrzymy na klub i to, co go otacza, z innej perspektywy. Dostaliśmy szansę na promowanie Polonii, dlatego staramy się ją wykorzystać w jak najlepszy sposób.” – komentuje Wojciech Kostecki, Szef Biura Prasowego z KSP Polonia Warszawa SSA „Mamy wizję nowoczesnej strony będącej pierwszym źródłem informacji z Konwiktorskiej i konsekwentnie wcielamy ją w życie, także wykorzystując nowe media społecznościowe. Nie brakuje nam pomysłów, których wdrożenie - mam nadzieję – wpłynie na poprawę naszego miejsca w kolejnej edycji rankingu.”

„Celem badania była ocena skali i jakości działań komunikacyjnych w Internecie w sektorze sportowym. W rezultacie otrzymaliśmy obszerne zestawienie, które już na pierwszy rzut oka pokazuje spore różnice pomiędzy poszczególnymi klubami piłkarskimi. Pierwszej trójce udało się zbudować spójne platformy komunikacji w mediach społecznościowych. Natomiast niektóre zespoły nie mają nawet profesjonalnej strony internetowej.” – komentuje Łukasz Kluj, General Manager, LEWIS PR, Warszawa.

Ranking przedstawia się następująco:

1.

Lech Poznań

189

2.

Polonia Warszawa

156

3.

Polonia Bytom

148

4.

Wisła Kraków

147

5.

Arka Gdynia

142

6.

Śląsk Wrocław

140

7.

Korona Kielce

134

8.

GKS Bełchatów

129

9.

Górnik Zabrze

126

10.

Warta Poznań

124

11.

Lechia Gdańsk

122

12.

Jagiellonia Białystok

120

Legia Warszawa

120

14.

Pogoń Szczecin

117

15.

Widzew Łódź

116

16.

Ruch Chorzów

115

17.

Wisła Płock

111

18.

GKS Katowice

108

19.

Cracovia Kraków

104

20.

Zagłębie Lubin

99

21.

Zawisza Bydgoszcz

97

22.

ŁKS Łódź

96

23.

Podbeskidzie Bielsko-Biała

94

24.

Piast Gliwice

93

25.

Termalica Bruk Bet Nieciecza

87

26.

GKS Bogdanka

84

27.

Olimpia Grudziądz

77

28.

Ruch Radzionków

71

29.

Dolcan Ząbki

70

30.

Sandecja Nowy Sącz

64

31.

Olimpia Elbląg

52

32.

KS Polkowice

42

Flota Świnoujście

42

34.

Kolejarz Stróże

22

kluby Ekstraklasy

Kluby Pierwszej Ligi

Szczegółowe wyniki oraz metodologia przeprowadzenia badań znajduje się w pliku pdf „Ranking działalności klubów piłkarskich w Internecie”

LEWIS PR