

ETAPA 1

Análisis de Asobal

1. Contexto Asobal
2. Posicionamiento de valor de Asobal
3. Análisis financiero de Asobal
4. Contexto Asobal
 - a. Contexto histórico
 - b. Mapa de clubes Asobal
5. Práctica y seguimiento del balonmano
 - a. Práctica del Balonmano
 - b. Seguimiento mediático
 - c. Perfil televisivo del consumidor
6. Análisis de las redes sociales y la web
 - a. Asobal
 - b. Clubes
7. Conclusiones iniciales

Consultoría Asobal Análisis de la competición

1 Contexto inicial



Contexto inicial Asobal

Actualmente, la liga ASOBAL se encuentra sumida en una crisis competitiva que está causada por diferentes factores. A raíz de la crisis financiera de 2009, tanto los clubes como la propia ASOBAL han **perdido parte de su capacidad económica**, lo que hace que el nivel deportivo de muchos de los equipos sean menos competitivos y carezcan de estructuras que permitan un crecimiento estable y sostenible, afectando a la competición en su conjunto.

En un panorama nacional donde el deporte que acapara más seguimiento (tanto de aficionados como de medios de comunicación y patrocinadores) es el fútbol, deportes como el balonmano se ven **obligados a reinventarse** y buscar diferentes alternativas, obligados a competir con otros deportes como el baloncesto o el fútbol sala.



Contexto inicial Asobal

Aunque el balonmano cuenta con mucha tradición en ciudades pequeñas, se percibe la necesidad de **encontrar un proyecto de liderazgo** por parte de la liga ASOBAL que rompa la inercia actual y reinvente un deporte que cuenta con suficiente apoyo social, pero que no posee actualmente las herramientas necesarias para crecer de manera orgánica.

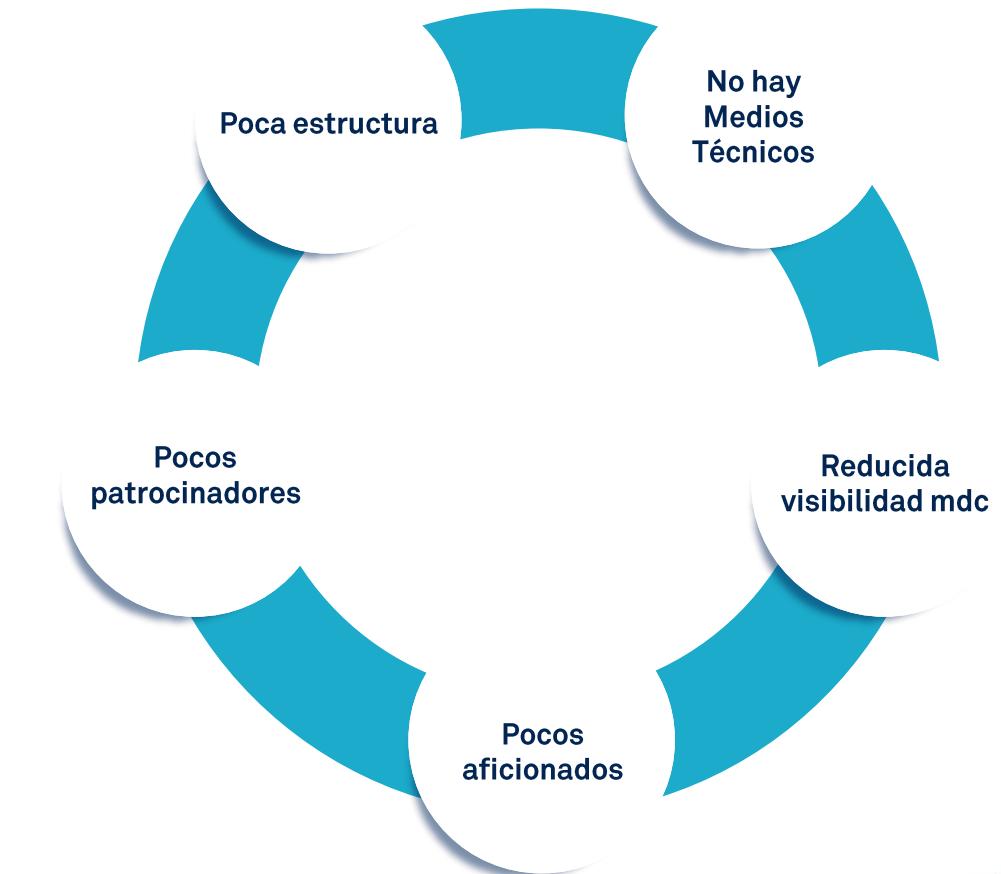
Existe una buena materia prima, pero hay que encontrar una manera de apostar por una estrategia que unifique a los clubes en torno a un **proyecto de crecimiento conjunto**.



Contexto inicial Asobal

La falta de recursos económicos de los clubes está generando el problema de atractivo del producto del balonmano español a nivel de clubes. La visibilidad de este deporte a nivel de masa social está supeditado a la práctica del balonmano base, a la tradición local o a los éxitos que pueda cosechar la Selección Nacional, ya que los medios de comunicación no realizan un seguimiento del deporte y el balonmano **no tiene suficiente atractivo para las televisiones**, condicionando la visibilidad y consumo del deporte y el retorno de la inversión para los patrocinadores.

Es necesario romper este círculo vicioso, ya que la espiral descendente exige un liderazgo fuerte que introduzca elementos disruptivos que cambien la dinámica. Vista la dinámica de los últimos años, parece que los clubes no disponen de los recursos, las capacidades ni la estructura que les permita cambiar la situación por sí mismos aunque lo estén intentando de una manera notable. Si esta percepción se confirma en el estudio de mercado, se estima oportuno un paso delante de la competición, realizando una **inversión clave en la mejora de ciertas estructuras** que permitan que el producto del balonmano sea atractivo y competitivo.



Contexto inicial Asobal

No todas las percepciones en torno al balonmano son negativas. Existe un **elemento muy alto de pasión y compromiso** por parte de los colectivos involucrados y los aficionados dan muestra de una **fidelidad y constancia** que hacen confiar en que hay una base sólida, aunque no sea numerosa.

El balonmano Asobal se ha convertido en un **deporte de nicho**, lejos de los consumos masivos y de la repercusión mediática que tenía 15 años atrás. Pero el comportamiento del nicho de aficionados es interesante, y llama al **optimismo de pensar que existen elementos suficientes como para revertir una situación negativa** donde predomina el ruido y el pesimismo, pero donde existen elementos que indican que el balonmano español aún está muy vivo, técnica y emocionalmente.



Consultoría Asobal Análisis de la competición

2 Posicionamiento de valor de Asobal



Posicionamiento valor Asobal

Asobal es la Asociación de Clubes Españoles de Balonmano, entidad de carácter deportivo y sin ánimo de lucro, inscrita en el Registro de Asociaciones Deportivas del Consejo Superior de Deportes.

A través del Convenio firmado con la RFEBM, Asobal tiene cedidas las funciones necesarias para la **organización de la Liga Sacyr Asobal**, máxima competición oficial de ámbito estatal del balonmano masculino y la **Copa Sacyr Asobal** enfrenta a los 4 mejores clasificados al término de la primera vuelta), siendo la Supercopa y la Copa del Rey competiciones cuya organización y explotación corresponde a la Federación.

El valor principal de Asobal, además de la **defensa de los intereses de los clubes** que la conforman, es el **fomento del balonmano** y el impulso de este deporte en su máximo nivel, potenciando su visibilidad social mediante la gestión de los derechos televisivos de las dos competiciones que organiza.

Además, establece **sistemas de control financiero** a los clubes para garantizar un fairplay económico que garantice a todos los clubes las mismas condiciones para desarrollar una competición justa, en base al Reglamento de Control Económico, en especial el control presupuestario tanto en su elaboración como en su ejecución, con las especificaciones que en dicho reglamento se desarrollan.



Consultoría Asobal Análisis de la competición

3 Análisis financiero de Asobal



Análisis financiero

Los ingresos que recibe Asobal provienen de la **venta conjunta de sus derechos de imagen a patrocinadores** (Sacyr, Rehab Medic, San Benedetto, Loterías y Apuestas del Estado, Renfe y Plus Ultra seguros), bien por un importe metálico o por intercambio de producto, así como la **venta de los derechos televisivos** de las competiciones que organiza.

Por su parte, al ser una entidad deportiva sin ánimo de lucro, destina todos esos recursos económicos al **desarrollo de las competiciones**, satisfacer el pago del **canon a la RFEBM** y la correspondiente **compra de derechos de TV a los clubes** y mantener su **estructura humana y de instalaciones**.

Cabe destacar, dentro del análisis de las partidas de gasto, la ausencia de **inversión económica en partidas de marketing**, tendencia que se rompe este año con el presente estudio de Consultoría.

CONCEPTO	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21 *
Ingresos por patrocinios	150.000	80.000	229.000	280.000
Ingresos por retransmisiones	900.000	885.000	910.000	800.000
TOTAL INGRESOS	1.050.000	965.000	1.139.000	1.080.000
Gastos competiciones	236.000	113.000	211.000	220.000
Compra derechos clubes	336.000	400.000	320.000	300.000
Gastos personal	240.000	189.000	198.000	187.000
Gastos marketing	0	0	0	30.000
Canon RFEBM	30.000	80.000	80.000	80.000
Aprovisionamientos y otros gastos	208.000	183.000	330.000	263.000
TOTAL GASTOS	1.050.000	965.000	1.139.000	1.080.000

* Ejercicio aún sin cerrar

Consultoría Asobal Análisis de la competición

4 Contexto Asobal



Contexto histórico Asobal

La edad de oro del balonmano Asobal fe de 1995 a 2009. El **prestigio mundial** de la liga Asobal era incuestionable, ocupando el **primer lugar del ranking EHF** con diferencia con sus competidores. Los clubes Asobal contaban con los mejores jugadores del mundo, gracias a una solvencia económica que aportaban **patrocinadores provenientes del sector de la construcción**, uno de los más potentes en España en aquel momento, junto a Cajas de Ahorro locales y entidades públicas.

El declive comenzó en 2009, con el estallido de la **burbuja del ladrillo y el comienzo de la crisis económica global**. Los clubes Asobal pierden de golpe la mayoría de sus patrocinadores principales y muchos de ellos tienen que convocar concursos de acreedores o incluso desaparecer. Son los casos de clubes históricos como Ciudad Real, BM Valladolid, Portland San Antonio o Teka. Pese a la pérdida de capacidad económica, perdiendo el primer lugar del ranking EHF, Asobal aún se mantiene en una segundo posición durante la mayor parte de la década de 2010, pero la perdida de poder económico (y por tanto, de competitividad) de los clubes es paulatinamente mayor conforme pasan los años y la crisis económica del COVID relega a Asobal a una 5º posición, sin precedentes en la historia EHF.

Historial ranking

PAÍS	20/21	19/20	18/19	17/18	16/17	15/16	14/15	13/14	12/13	11/12	10/11	09/10	08/09	07/08	06/07	05/06	04/05
FRA	1	1	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	3	4	4	6	7
GER	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2
ESP	5	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1

En la temporada 2020/21, el 3º puesto del ranking EHF lo ocupa MACEDONIA y el 4º logra, HUNGRÍA

Mapa de la Asobal



Cuando comienza el estudio, Cisne, Puerto Sagunto y Villa de Aranda ya están descendidos a Plata, por lo que no participan en la etapa 2 de Diagnóstico y obtención de datos. Tampoco participa Logroño por no formar parte de Asobal en ese momento, ni Torrelavega o Antequera, al no haber ascendido aún a Liga Sacyr Asobal. Sí participa Guadalajara dado que aún no había descendido de categoría.

Consultoría Asobal Análisis de la competición

5 Práctica y seguimiento del balonmano

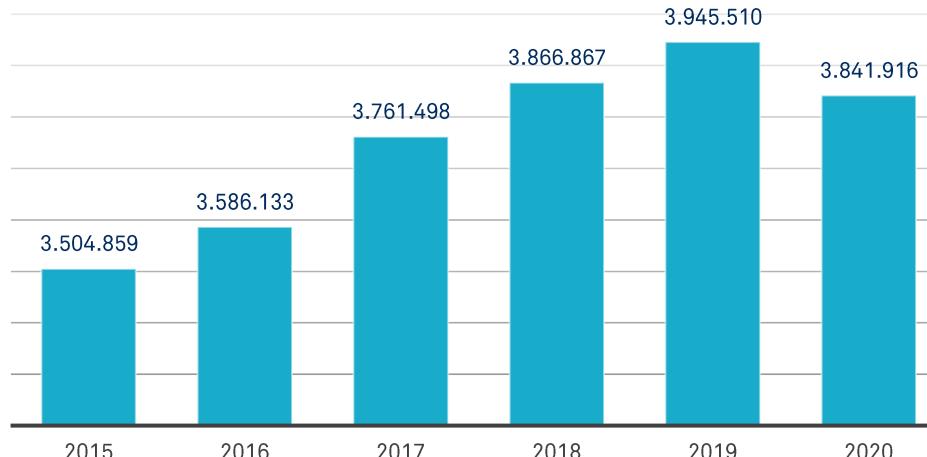


Asobal Análisis web y RRSS Clubes

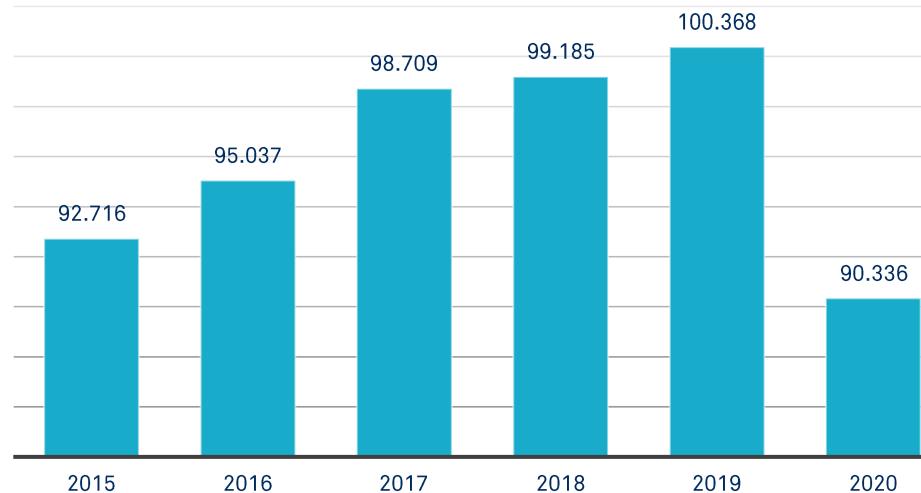
a Práctica del balonmano en España



Licencias federativas anuales



Licencias federativas anuales balonmano



En 2020, los deportistas federados en balonmano ha representado el 2,35% del total de deportistas federados en todo España. En 2019 fue del 2,54% y en 2018 del 2,56%.

Se ha perdido un número sustancial de deportistas federados en balonmano en el último año, en total 10.032 jugadores federados menos respecto a 2019.

El balonmano es el octavo deporte con más deportistas federados de España.

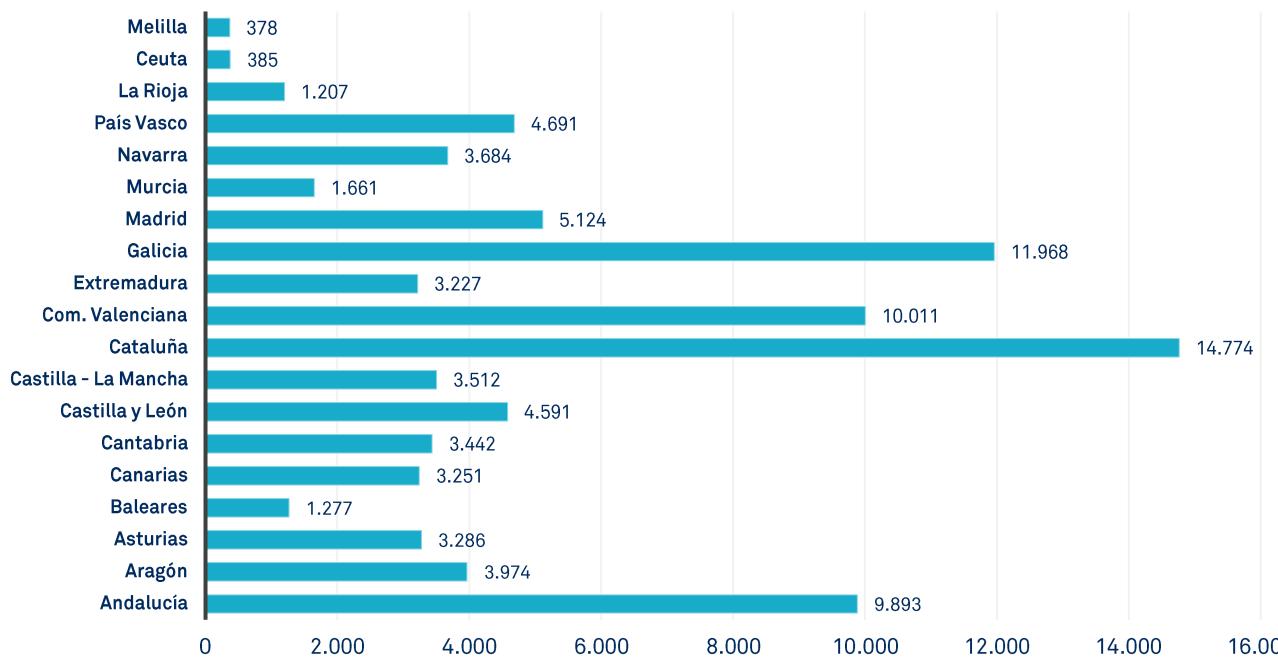
Por delante están los dos deportes más populares (fútbol y baloncesto) y otros deportes que es obligatoria la licencia para poder practicarlo o competir (caza, golf, judo...)

Deporte	Nº federados
Fútbol	1.074.567
Baloncesto	376.352
Caza	334.635
Golf	271.609
Montaña y escalada	248.983
Judo	97.092
Voleibol	91.222
Balonmano	90.336
Atletismo	89.470
Ciclismo	75.638

Licencias federativas balonmano por CCAA y año

CCAA	Andalucía	Aragón	Asturias	Baleares	Canarias	Cantabria	C. y León	C. La Man.	Cataluña	C. Val.	Extr.	Galicia	Madrid	Murcia	Navarra	P. Vasco	La Rioja	Ceuta	Melilla	TOTAL
2020	9.830	3.974	3.286	1.277	3.251	3.442	4.591	3.512	14.774	10.011	3.227	11.968	5.124	1.661	3.684	4.691	1.207	385	378	90.336
2019	13.241	3.938	3.925	1.485	4.599	3.328	4.867	4.878	16.399	10.035	2.999	11.596	5.725	1.641	4.236	5.556	1.234	330	356	100.368
2018	13.345	3.396	3.877	1.462	4.407	2.928	4.284	4.602	16.208	10.390	2.947	10.961	6.232	1.637	3.094	7.279	1.143	579	414	99.185
2017	14.292	3.687	4.009	1.616	4.588	2.700	4.455	3.423	13.894	10.108	3.131	10.333	6.456	1.656	3.665	8.003	1.214	848	631	98.709
2016	14.657	3.536	3.883	1.624	4.793	2.564	4.526	3.372	12.976	9.939	2.964	8.994	5.285	1.599	3.349	8.011	1.214	910	841	95.037
2015	14.057	3.668	3.949	1.671	4.827	2.504	4.421	3.462	12.213	9.646	2.886	8.847	4.845	1.581	3.236	8.007	1.021	905	967	92.716

Licencias federativas por CCAA en 2020



En 2020, las CCAA con más federados han sido Cataluña y Galicia, en Cataluña están dos de los grandes clubes históricos de balonmano (Barça y Granollers) y Galicia es una de las CCAA con mayor cultura de balonmano.

En términos interanuales, además de destacar el crecimiento en número de federados en Galicia y Cataluña en los últimos años, sorprende también el descenso de federados en País Vasco, Madrid y Andalucía.

Licencias Federativas

- En Cataluña están dos de los grandes equipos en la élite del balonmano, el FC Barcelona (11 títulos de liga consecutivos) y el BM Granollers, de ahí que sea la CCAA con mayor número de federados.
- Galicia es la Comunidad con mayor cultura de balonmano de España, además hasta 2020 tenía dos equipos en la Liga Asobal el Balonmano Cangas y el Club Cisne. Es una CCAA que apuesta mucho por este deporte.

[FUENTE](#)[FUENTE](#)

- El aumento en número de federados en los últimos años en Castilla y León puede deberse a que es la Comunidad con más equipos en la Liga Asobal. En 2020 había cuatro equipos de esta Comunidad: Abanca Ademar León, Recoletas Atlético Valladolid, CB Nava y BM Villa de Aranda.
- El descenso en número de federados de la Comunidad de Madrid en los últimos años se puede deber a la profunda crisis interna que ha tenido el BM Alcobendas en los últimos años, que le llevó a desmantelar su equipo femenino en División de Honor y el descenso del equipo masculino de la Liga Asobal en la temporada 18-19.

[FUENTE](#)

- El descenso en el número de federados en la Comunidad Valenciana en el año 2019 (se pierden 355 federados) puede deberse al descenso del Fertiberia Puerto Sagunto a División de Plata después de 8 años consecutivos en la Liga Asobal.

[FUENTE](#)

Licencias Federativas

	2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Nº Federados	64.194	36.174	56.818	33.518
Porcentaje	64%	36%	62,90%	37,10%

Respecto a 2019, ha aumentado en un 1,1% el número de mujeres federadas en balonmano. No obstante, este crecimiento se debe a que, en términos generales, en 2020 ha descendido en mayor medida el número de hombres federados que de mujeres federadas.



Asobal Análisis web y RRSS Clubes

b Seguimiento mediático del balonmano



Seguimiento televisivo Asobal

LIGA SACYR ASOBAL es un territorio deportivo que **cuenta con una amplia ventana mediática en España.**

Los partidos en directo de LIGA SACYR ASOBAL se emiten regularmente en canales de alcance nacional y autonómico.



Seguimiento televisivo Asobal

A continuación se muestra los datos de audiencias de LIGA SACYR ASOBAL* durante la temporada 2020/21:



(Ámbito nacional)

El canal Gol ha sido el encargado de retransmitir a nivel nacional los partidos de Liga Sacyr Asobal. Durante esta temporada se han emitido 30 partidos en directo, que han generado las siguientes audiencias:

CADENA	IND.+16		
	AM(000)	AM(%)	Nº EMISIONES
GOL	33.555	2,531	30

*Solo analizado partidos con medición oficial de audiencia a través de Kantar Media.
Fuente: Kantar ind+16. Ámbito España.

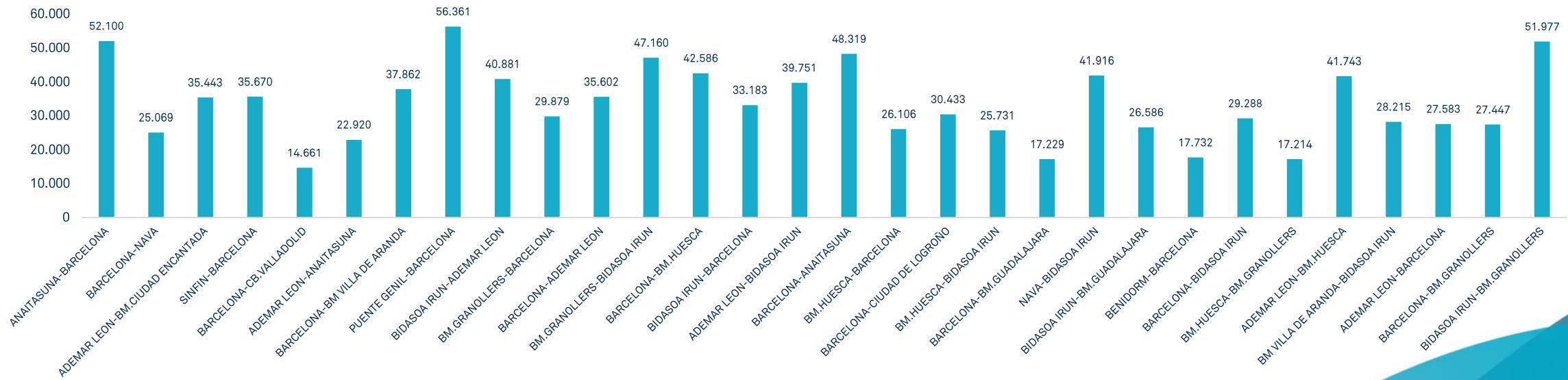
Seguimiento televisivo Asobal



Los partidos más vistos en GOL durante la temporada han sido:

PARTIDO	AM(000)
Puente Genil-Barcelona	56.361
Anaitasuna-Barcelona	52.100
Bidasoa Irun-BM.Granollers	51.977
Barcelona-Anaitasuna	48.319
Bm.Granollers-Bidasoa Irun	47.160

Detalle de audiencias partidos GOL:



Seguimiento televisivo Asobal

A continuación se muestra los datos de audiencias de LIGA SACYR ASOBAL* durante la temporada 2020/21:



A nivel autonómico la competición ha estado presente en diversos canales. Entre ellos destacan Esport3 (Cataluña) y Tvg2 (Galicia), que han emitido partidos de forma regular. El resto de canales autonómicos ha sido de manera más puntual (o por lo menos con medición de audiencias).

IND.+16			
CADENA	AM(000)	AM(%)	Nº EMISIONES
TVG2	4.219	0,157	15
ESPORT3	8.165	0,247	12
ETB1	11.501	0,057	2
A PUNT	3.320	0,008	1
BARÇA TV	2.884	0,007	1
La 7	2.630	0,007	1
ARAGON TV	809	0,002	1

*Solo analizado partidos con medición oficial de audiencia a través de Kantar Media.
Fuente: Kantar ind+16. Ámbito España.

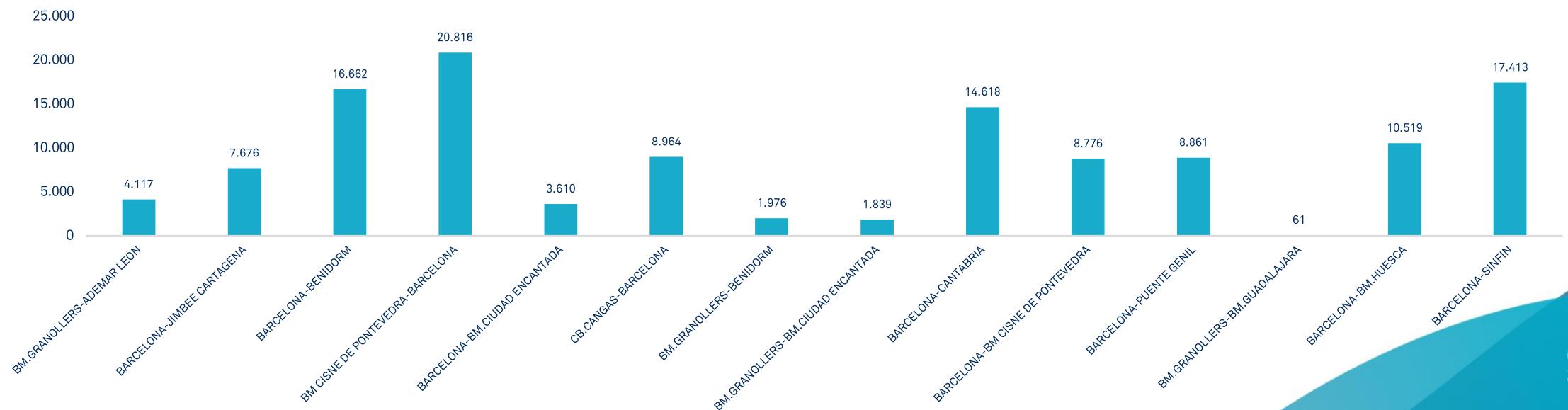
Seguimiento televisivo Asobal



Los partidos más vistos en ESPORT3 durante la temporada han sido:

PARTIDO	AM(000)
BM Cisne De Pontevedra-Barcelona	20.816
Barcelona-Sinfin	17.413
Barcelona-Benidorm	16.662
Barcelona-Cantabria	14.618
Barcelona-BM.Huesca	10.519

Detalle de audiencias partidos Esport3:

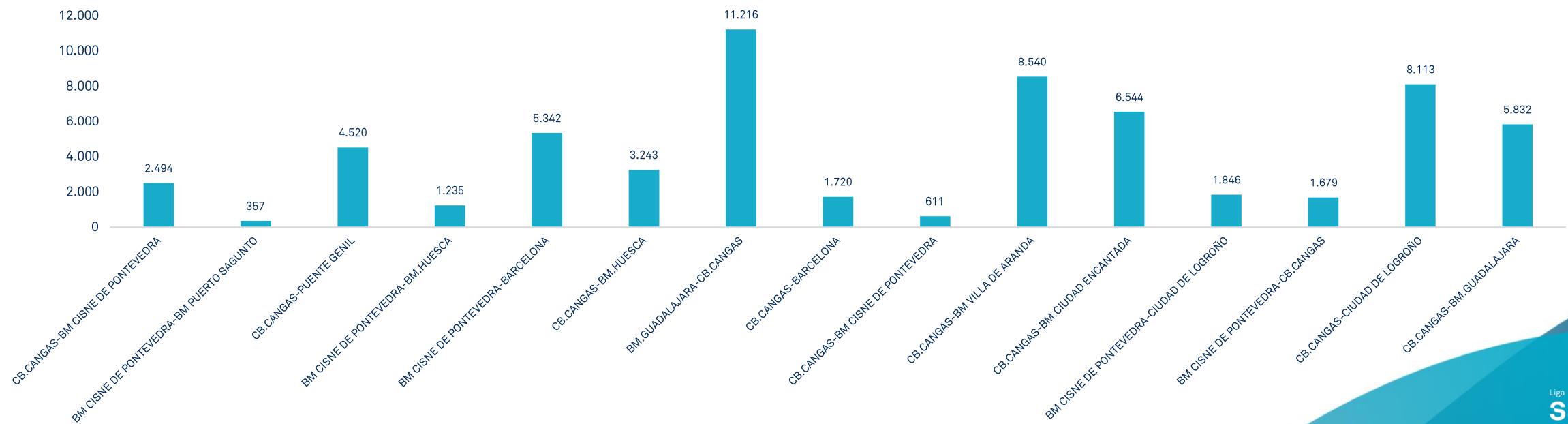


Seguimiento televisivo Asobal

Los partidos más vistos en TVG2 durante la temporada han sido:

PARTIDO	AM(000)
BM.Guadalajara-CB.Cangas	11.216
CB.Cangas-BM Villa de Aranda	8.540
CB.Cangas-Ciudad de Logroño	8.113
CB.Cangas-BM.Ciudad Encantada	6.544
CB.Cangas-BM.Guadalajara	5.832

Detalle de audiencias partidos Tvg2:



Seguimiento televisivo Asobal



LaLigaSportstv durante la temporada ha generado los siguientes datos:

Cadena	Visualizaciones acumuladas	Promedio visualización/partido	Nº EMISIONES
LaLigaSportstv	341.677	2.058	166

Los partidos más vistos durante la temporada han sido:

PARTIDO	VISUALIZACIONES
Barcelona - Cuenca	3.489
Bidasoa - Cuenca	3.456
Granollers - Ademar	3.408
Guadalajara - Barcelona	3.302
Puente Genil - Bidasoa	3.264

Fuente: Dato propio LaLigaSportstv. LaLiga

Seguimiento televisivo Asobal

La Liga Sacyr Asobal tiene diversos canales de emisión de la competición que se pueden catalogar por su ámbito de cobertura:

- **Ámbito nacional**, la emisión de la competición se ha realizado a través de **GOL** y **LaLigaSportsTV**. Gol emite un partido por jornada, donde el 60% de los partidos han tenido al Barcelona sobre la pista. La competición ha obtenido una media de audiencia de 37.555* por partido. Si lo comparamos con competición similares de otros deportes emitidos en GOL se sitúa por detrás de ellas: Liga Futbol Sala (74.958), Primera división futbol femenino (52.647) y Word Padel Tour (45.607).

La competición obtiene impacto nacional a través de **LaLigaSportsTv**, se trata de una plataforma multidispositivo y da apoyo al deporte español. LaLigaSportsTV emite además de Liga Sacyr Asobal, Fútbol sala (LNFS), Hockey, SuperBikes, Baloncesto (LEB ORO), Bádminton, Futbol Americano (FEFA). **La OTT ha emitido 166 partidos (algunas en simulcast con tv convencional), con un promedio de 2.058 visualizaciones por partido.** De cara a la próxima temporada sería interesante por parte de Asobal conocer el tiempo medio de cada visualización y una comparativa respecto al resto de deportes que emite la OTT.

- **Ámbito autonómico**, la competición se ha retransmitido en diversos canales autonómicos de los que destacan **Esports3** y **TVG2**. Ambos canales son los que han dado más partidos, centrados en los equipos de su región. Esport3 ha centrado sus retransmisiones en el FCB y Granollers y TVG2 en Cangas y Cisne de Pontevedra.

*Fuentes: Kantar ind+16. Ámbito España.
Dato propio LaLigaSportstv. LaLiga

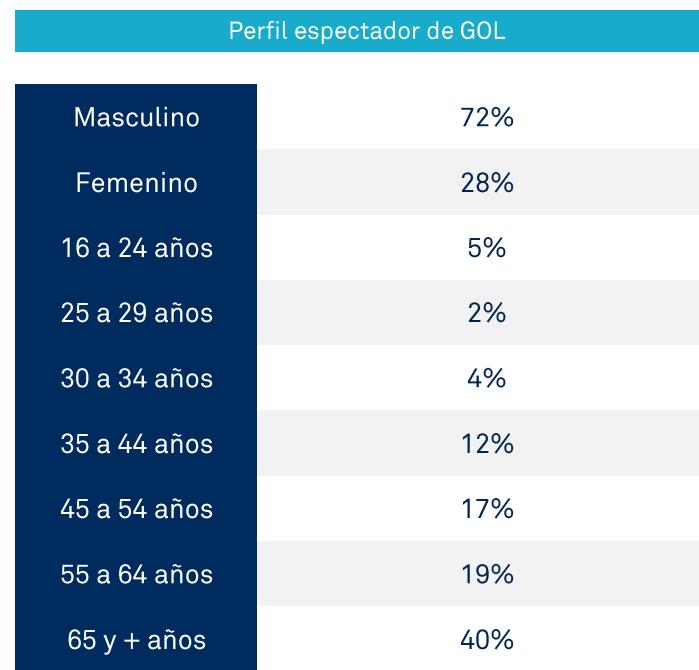
Asobal Análisis web y RRSS Clubes

c Perfil televisivo del consumidor



Perfil espectador Liga Sacyr Asobal

El espectador que ve frecuentemente los partidos de Liga Sacyr Asobal tiene las siguientes características:



Fuente: Kantar ind+16. Ámbito España.

Consultoría Asobal Análisis de la competición

6 Análisis RRSS y web



Asobal Análisis web y RRSS Clubes

a Asobal



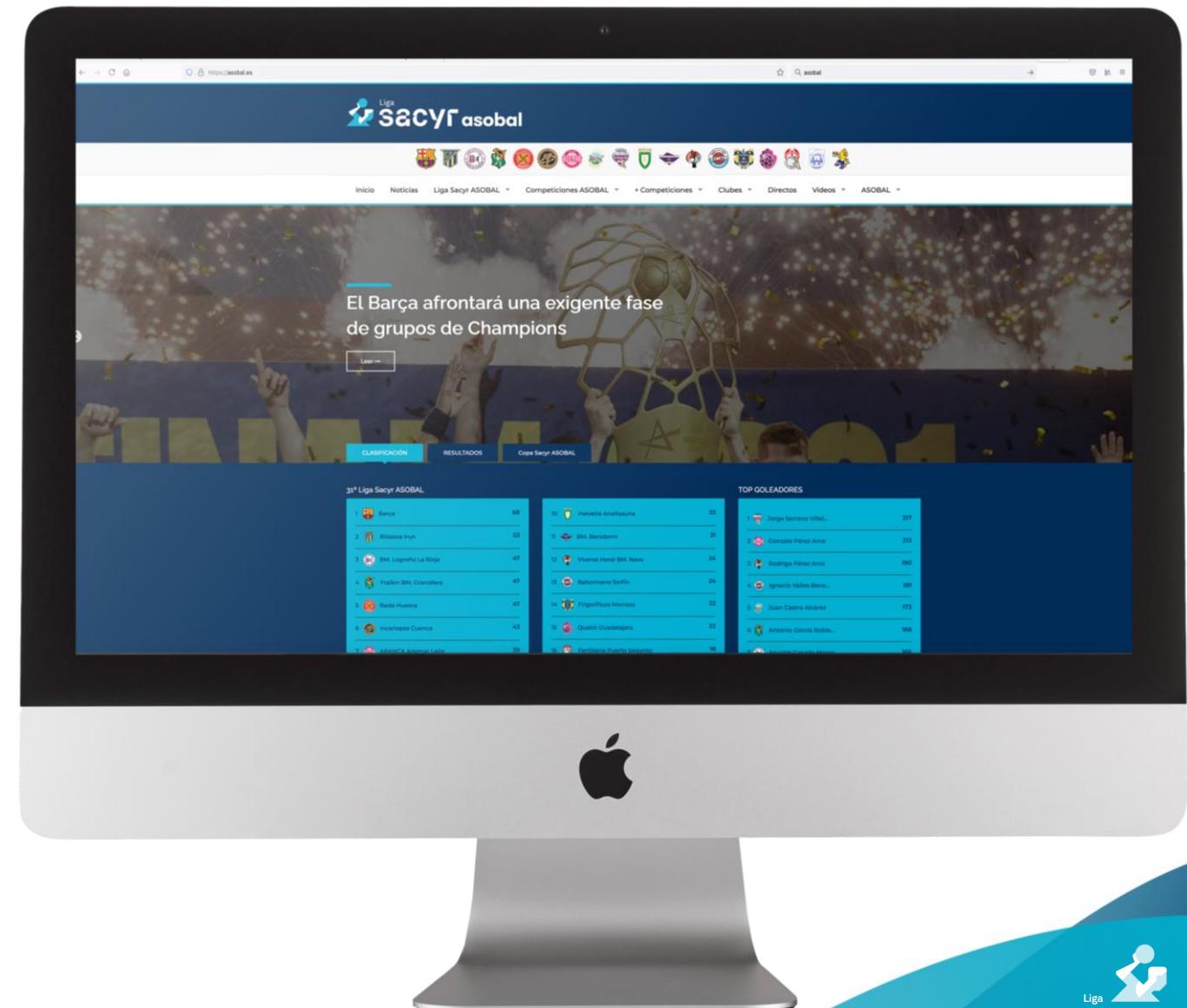
Análisis

Web

URL: <https://asobal.es/>

Comentarios:

- Página web bien estructurada, dando protagonismo a los clubes.
- Contenido lógico y muy centrado en la actualidad deportiva: destacado para las noticias calientes y visibilidad de la información de interés (clasificación, resultados, próximos partidos, etc).
- Con highlights de los mejores momentos de los últimos partidos.
- Faldón de patrocinadores en página principal con buena visibilidad, pero da igual importancia a todos, sin destaque al principal. No hay sección de Patrocinadores en el menú.
- Iconos de enlace a las Redes Sociales, dando más importancia a Instagram.

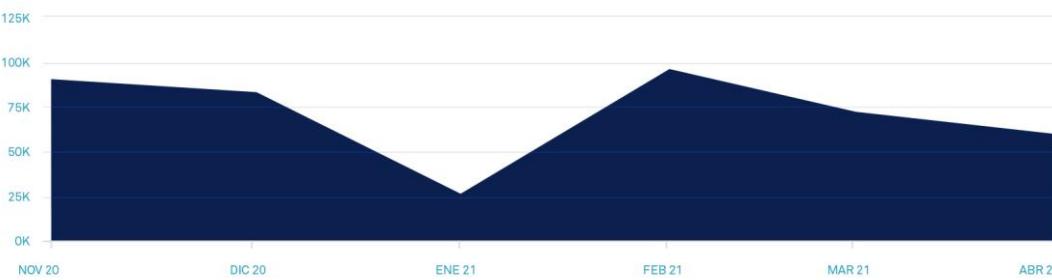


Datos de acceso web

Total visitas a asobal.es

Crecimiento y visitas totales a asobal.es a lo largo del tiempo

En web desde ordenadores y dispositivos móviles, en los últimos 6 meses



Social



Engagement

Total visitas

60.77K

▼ 18.88%

Duración media de las visitas

00:04:04

Páginas por visita

3.02

Ratio de rebote

42.33%



España

78.70%

▼ 24.13%



Argentina

7.26%

▼ 0.00%



República Checa

4.15%

▲ 20.84%



Estados Unidos

2.96%

▲ 54.69%



Polonia

2.42%

▼ 0.00%

100.00% Orgánico

Top 5 de palabras clave orgánicas

De un total de 62

Liga asobal

▲ 76.43%

Asobal

▲ 10.563%

Asobal en vivo

Asobal clasificación

Clasificación liga Asobal

▲ 4.95%

100.00%

Datos de acceso web

Otras páginas visitadas

 flashscore.es

 abc.com

 accounts.google.com

 web.whatsapp.com

 login.live.com

Interés de la audiencia

Categorías



Noticias y medios



Adultos



Ordenadores, electrónica
y tecnología > Redes Sociales
y comunidades online



Deportes



Deportes > Fútbol

Interés de la audiencia

Palabras clave más buscadas

periodicos

google

real madrid

noticias

windows live

prensa deportes

espana

search

baloncesto

futbol live

diarios

msm

twitter

más

internet liga

news

Datos de acceso web

Competidores y páginas similares



rfeb.com



acb.com



leboro.es



euroleague.net



legabasket.it



lnb.fr



adraticbasket.com



feb.es



ademar.com



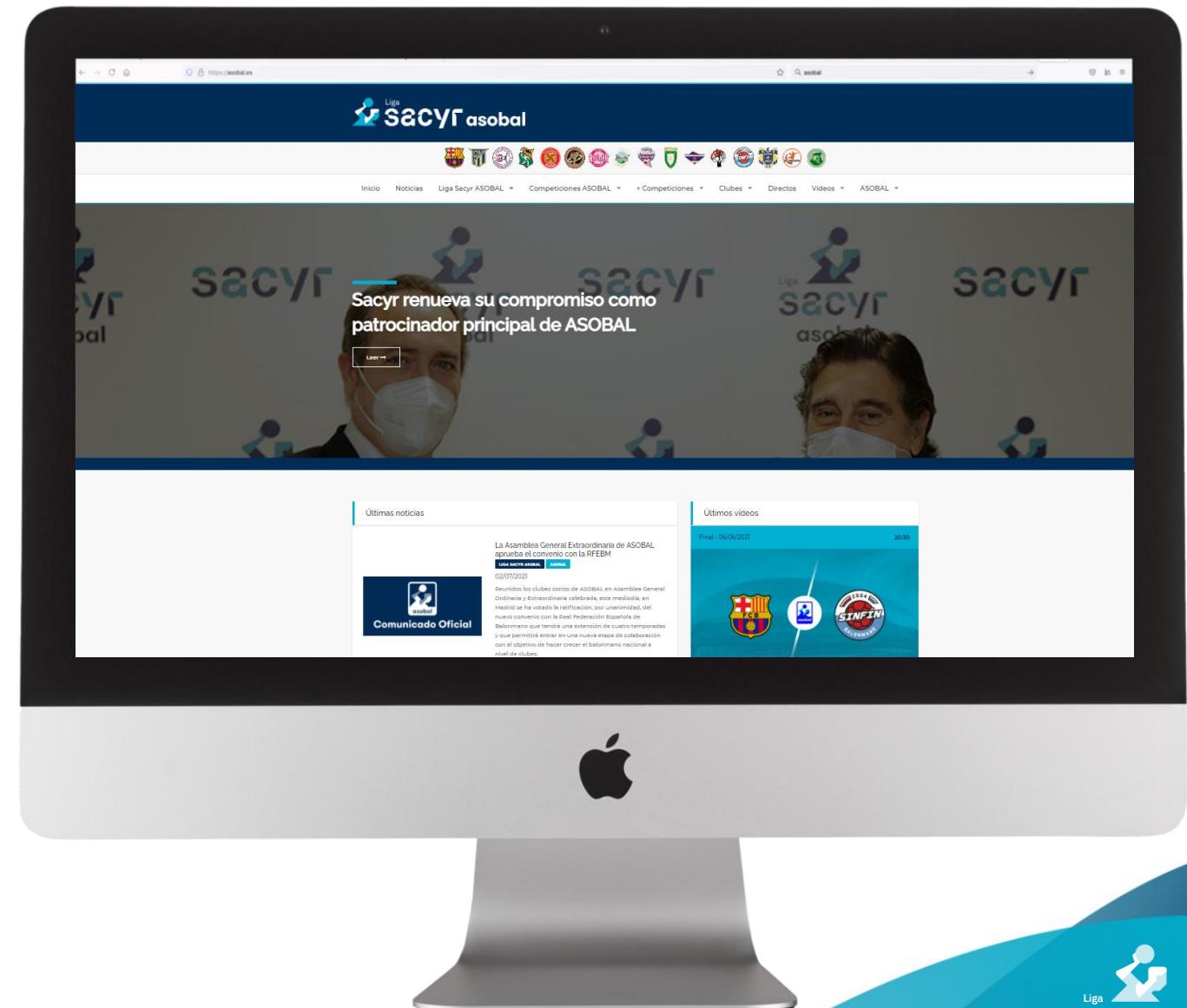
as.com

Análisis Web Datos de acceso

URL: <https://asobal.es/>

Análisis de los últimos 6 meses:

- Media de 60 mil visitas, con pico en Febrero/21 (coincidiendo con el rediseño de la página web)
- Tasa de rebote (visitas en las que el usuario ha abandonado la web por la misma página por la que llegó, sin interactuar con ella) demasiado alta, por lo que los usuarios la utilizan como fuente de consulta de datos puntuales.
- Mayoría de la audiencia España y luego Argentina
- De los 42% de accesos la mayoría se busca directamente por el nombre de la liga, pero no se busca por el nombre del Patrocinador (Sacyr)
- Mucha competencia con el baloncesto en el interés del público que accede a la web
- Mal funcionamiento de jornada virtual a nivel estadístico: problemas técnicos



Análisis RRSS



48,9 mil
seguidores



21.899
seguidores
20.681 likes



72,4 mil
seguidores



7.980
seguidores

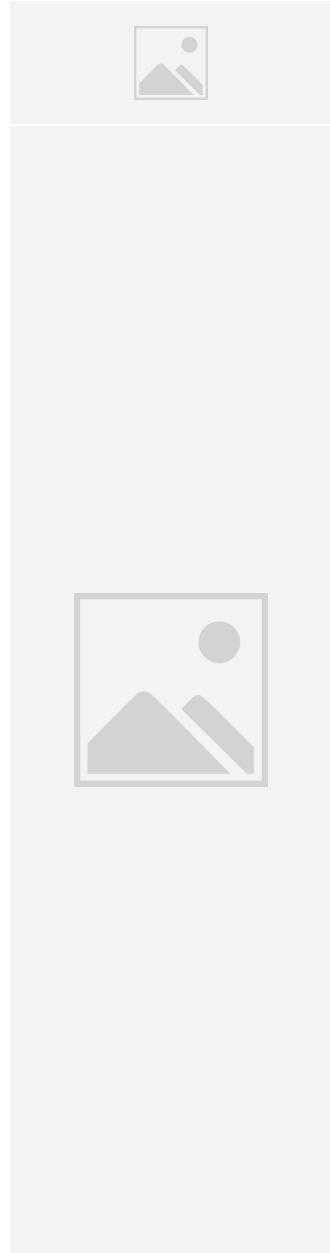
Comentarios:

- Contenidos muy deportivos en general, resultando repetitivos
- Twitter y FB: publicaciones sobre partidos, noticias, calendario, resultados de las jornadas, llamada para asistir a los partidos. Con mucha foto y video, pero muy iguales entre sí
- Instagram: No se utilizan funcionalidades de moda, como Reels o Stories destacadas. Monopolio de contenido de los mejores momentos de los partidos. IGTV: destaque a los MVPs, campaña de los equipos también. No se hacen highlights.
- Gran actividad en YouTube, con resúmenes de los partidos, diariamente, TOP5,
- Posibilidades de nuevos canales: Crear Tik Tok, utilizar Twitch y realizar acuerdos con las mismas para verificación de cuentas de clubes y jugadores y alianzas de acciones promocionales

Análisis
RRSS



Sus Tweets consiguieron **5.9M impresiones** en este período de **91 días**



Análisis RRSS

twitter 

Sus Tweets consiguieron **2.1M impresiones** en este período de **28 días**



Tweets Tweets destacados Tweets y respuestas Impresiones Interacciones Tasa de interacción

 ASOBAL @ASOBAL - 25 may.
🏆 ¿Quién será el último **#MVP Sacyr ASOBAL** de la temporada 2020/2021? 😊

¡Os presentamos a los 3º candidatos que han brillado 🏆 en mayo!

1º @A9Garcia 🏆 @BMGranollers
2º @danifj6 🏆 @balonmancangas
3º @arthurwsp_ 🏆 @bmguadalajara

👀 ¡Tenéis poco más de 2040 horas para VOTAR! 🏆
[Ver la Actividad del Tweet](#)

92.753 3.605 3,9 %

[Promocionar](#)

 ASOBAL @ASOBAL - 6 jun.
👏 Nos ponemos en pie para aplaudir fuerte a todo el equipo de @bmSinfín! 🎉

💡 Admirable y trabajado SUBCAMPEONATO de los cántabros en su debut en **#Copa Sacyr ASOBAL** 😊

👉 #LaÚltimayNosVamos pic.twitter.com/bfWBTY6vJi
[Ver la Actividad del Tweet](#)

39.699 1.379 3,5 %

[Promocionar](#)

 ASOBAL @ASOBAL - 14 may.
📣 ¡NOTICIÓN para todos los aficionados al balonmano @ASOBAL! 🎉

💡 La **#Liga Sacyr ASOBAL** desembarca en @MovistarPlus gracias a @LaLigaSportsTV! 🎉

👀 Nuestra ventana 📺 se integra en Movistar+, la mayor oferta de contenido deportivo a nivel mundial

37.511 1.487 4,0 %

 ASOBAL @ASOBAL - 8 jun.
💻 @sabrosoangel y @oscar_raluy anuncian su retirada tras la cita de JP @Tokyo2020 🥅😊

108 temporadas en Liga @ASOBAL
✓ Final Olímpica
✓ Final Mundial
✓ Final Europeo
✓ Final @ehfcl

👀 Un privilegio haber sido testigos de vuestro camino, referentes! 🥅
[asobal.es/noticias/angel...](#)
[Ver la Actividad del Tweet](#)

53.578 964 1,8 %

[Promocionar](#)

SUS TWEETS
Durante este periodo de 28, consiguió 75.1K impresiones por día.

Interacciones
Mostrar 28 días con frecuencia diaria

Tasa de interacción
1.7%
1.3% tasa de Interacción



Clics en el enlace
3.7K
Jun 10: 2 clics en el enlace
En promedio, consiguió 133 clics en el enlace por día

Retweets sin comentarios
1.8K
Jun 10: 3 Retweets sin comentarios

En promedio, consiguió 64 Retweets sin comentarios por día

Me gusta
6.6K
Jun 10: 14 me gusta
En promedio, consiguió 235 me gusta por día

Respuestas
199
Jun 10: 1 respuesta
En promedio, consiguió 7 respuestas por día

Análisis RRSS

twitter 

Estadísticas Inicio Tweets Más ▾

ASOBAL   Ir a Ads

Resumen de 28 días mostrando cambios respecto al periodo anterior

Tweets	Impresiones de Tweets	Visitas al perfil	Menciones	Seguidores
257 ↑36,0 %	2,15 M ↑39,0 %	78,6 mil ↑50,9 %	2.461 ↑7,1 %	48,9 mil ↓-111

Jun 2021 - 8 días hasta la fecha...

DATOS DESTACADOS DEL TWEEET

Tweet principal tuvo 52,6 mil impresiones

RT @sabroangel y @oscar_ralu... anuncian su retirada tras la cita de JP @Tokyo2020 🙏

108 temporadas en Liga @ASOBAL

- ✓ Final Olímpica
- ✓ Final Mundial
- ✓ Final Europeo
- ✓ Final @ehfcl

¡Un privilegio haber sido testigos de vuestro camino, referentes! 🙏 asobal.es/noticias/angel...

46,5 13,56 223

[Ver toda la actividad del Tweet](#) [Ver la Actividad del Tweet](#)

Seguidor principal Seguido por 21,8 mil personas

 hummel ES-PT
@hummelspain 18.910,6K
Cuenta oficial espt Sport since 1923 #ShareTheGame

Ver perfil

Mención principal tuvo 2.301 interacciones

RT Breaking news!! 😱

Presentamos el Balón Oficial @hummelspain de las competiciones @ASOBAL para la temporada 2021/2022 🎉

¿Qué os parece el Balón STORM PRO 2.0? 🤔 ¿Habéis sentido el mismo flechazo que nosotros? ❤️

#saboreaASOBAL #ShareTheGame

Edu Ágreda pic.twitter.com/PI7wppaybq



49,3 13,22 89

[Ver toda la actividad del Tweet](#) [Ver la Actividad del Tweet](#)

Tweet con contenido multimedia principal tuvo 39,6 mil impresiones

RT ¡Nos ponemos en pie para aplaudir fuerte a todo el equipo de @bmSinfín! 🙌

Admirable y trabajado SUBCAMPEONATO de los cántabros en su debut en #CopaSacyrasOBAL 😍

#LaÚltimayNosVamos pic.twitter.com/bWBTY6vJi



RESUMEN DE JUN 2021

Tweets	Impresiones de Tweets
110	882 mil

Visitas al perfil	Menciones
26,1 mil	582

Nuevos seguidores -34

Análisis RRSS



May 2021 - 31 días

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

Tweet principal tuvo 80.7 mil impresiones

👑 ¿Quién será el último **#MVP** **SacyrASOBAL** de la temporada 2020/2021? 😊

¡Os presentamos a los 3 candidatos que han brillado 🌟 en mayo!

1️⃣ @A9Garcia 🏆 @BMGranollers
2️⃣ @danifj0 🏆 @balonmancangas
3️⃣ @arthurwsp_ 🏆 @bmguadalajara

👀 ¡Tenés poco más de 20:40 horas para VOTAR! 🎉

46.1k 103.3k 10.5k

[Ver toda la actividad del Tweet](#)

[Ver la Actividad del Tweet](#)

Seguidor principal Seguido por 35.6 mil personas

Consultant SMO

@ConsultantSMO 1.6K subscribers

#smo #sport #marketing #marketingoperational
#consultant #consultantsmo

[Ver perfil](#)

Mención principal tuvo 6.368 interacciones

Marti Villoria i Mor 🏆
@martivilloria33 - 20 may

Ayer hacia 3 años que me rompía el ligamento cruzado anterior en la última jornada de liga.

Ayer ganamos un partido vital para seguir vivos en **@ASOBAL** y pude aportar ofensivamente con dos dianas.

Tarde o temprano, a veces más bien tarde, al final, lo bueno llega, os lo aseguro! <pic.twitter.com/EIclueTe6sB>



46.11 103.17 2.23k

[Ver Tweet](#)

Tweet con contenido multimedia principal tuvo 28.5 mil impresiones

👉 ¡Algeciras vuelve a ser TERRITORIO **@ASOBAL**! 🥳🥳

¡Enhorabuena por el soñado ascenso a la **#LigaSacyrASOBAL**, **@IberoquinoaABM**! 🥳

Tendremos derbi andaluz 🏆
@AngelXJimenezBM en la máxima categoría 😊 <pic.twitter.com/YVJmdlg7IS>



46.2 103.17 1.42k

RESUMEN DE MAY 2021

Tweets

226

Impresiones de Tweets

1,81 M

Visitas al perfil

72,2 mil

Menciones

2.909

Nuevos seguidores

1

Apr 2021 - 30 días

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

Tweet principal tuvo 117 mil impresiones

⚽ El canterano Samuel del Pozo no olvidaría nunca la visita del **@FCBhandbol** a **@bmvillaaranda** 😊

👉 intentos fallidos ✗ ante el muro **@PerezdVargas**, ¡pero a la cuarta fue la vencida! Con felicitación incluida de **@LudovicFabregas**, de pivote a pivote! 🤝

🎧 Sound ON! <pic.twitter.com/zUs4z2n0TK>



46.20 103.208 1.722

[Ver Tweet](#)

Tweet con contenido multimedia principal tuvo 32.4 mil impresiones

👉 ¡El tren europeo pasa por León!

👉 Este viernes, a las 18.30h, ¡PARTIDAZO! **@ADEMARLEON** ⚡ **@BmHuesca** en **@Gol**

Seguidor principal Seguido por 45.4 mil personas

lariojacom

@lariojacom LE SIGUE

Twitter de Diario LA RIOJA. Te contamos todo lo que ocurre en La Rioja, hablamos contigo y te escuchamos a través de nuestra cuenta.

[Ver perfil](#)

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

Mención principal tuvo 7.489 interacciones

FCB Handbol 🏆
@FCBhandbol - 18 abr

🏆 CAMPIONS DE LA LLIGA **@ASOBAL** 2020/21 ❤️❤️
<pic.twitter.com/LdWCXWYK4q>



46.20 103.208 1.722

[Ver Tweet](#)

RESUMEN DE APR 2021

Tweets

207

Impresiones de Tweets

1,98 M

Visitas al perfil

57,2 mil

Menciones

2.249

Nuevos seguidores

232

Análisis RRSS

twitter 

Mar 2021 • 31 días		RESUMEN DE MAR 2021		
DATOS DESTACADOS DEL TWEET		Impresiones de Twitter		
Tweet principal	tuvo 81.5 mil impresiones	Tweets: 198	1,7 M	
👉 ¡Tú decides el #MVP SacyrASOBAL del mes de marzo! 😊		Visión en perfil: 48,6 mil	Menciones: 1.631	
👉 Te proponemos 3 candidatos a MVP 🏆		Número regulaciones: 128		
1️⃣ @jonazkue25 🌟 @CDBidasoalrun 2️⃣ @JdelArco33 🌟 @AnaitasunaBM 3️⃣ @javidiaz75 🌟 @balonmancangas				
¡Tienes 48 horas para votar por TU GANADOR! 🎉				
👉 #saboreaASOBAL				
4h 31m 13h 33m 10h 01m				
Ver toda la actividad del Tweet		Ver toda la actividad del Tweet		
Ver la Actividad del Tweet		Ver la Actividad del Tweet		
Seguidor principal Seguido por 822 mil personas		Tweet con contenido multimedia principal tuvo 34.4 mil impresiones		
		👉 ¿Y si arrancamos el lunes disfrutando del #TOP5Paradas de la #J24 @ASOBAL? 😊		
PSOE 🔍 @PSOE_URNA		👉 @erni_12 🌟 @bmSinfín 👉 Miguel Espinha 🌟 @BmHuesca 👉 Dzmitry Patotski 🌟 @BalonmanoNava 👉 @javidiaz75 🌟 @balonmancangas 👉 @Jorgevillla82 🌟 @ClubCisneBalonm		
Un Gobierno por la igualdad y la justicia social, para devolver la dignidad a las instituciones. Hacemos un país mejor. #LaEspañaQueHacemos		(Vota por tu favorito! 🎉		
Ver perfil		pic.twitter.com/HUc6ImC1Kv		
		4h 6m 13h 15m 10h 54m		

Feb 2021 • 26 días		REVISIÓN DE FEBRERO	
DETALLES DEL TWEET		IMPRESIONES DEL TWEET	
Tweet principal (nave 86.2 mil impresiones)	Mención principal (nave 5.743 impresiones)	Tweets 277	Impresiones de Tweets 2,02 M
⚠️ ¡Se acabó la espera!	⚠️ ¡Tenemos TODAS LAS IMÁGENES de la LOCURA de @fedepizarno03 a tiempo cumplido! 😱😱	Vistas al perfil 62,2 mil	Menciones 2.159
¡Llegó el momento que estabas esperando! 😱	¡Golazo del primera línea ✨ de @BMCdadEnCantada para conquistar la victoria! 🎉	Nuevos seguidores 148	
¡@ASOBAL lanza NUEVA WEB! 🎉	«Estamos ante el mejor gol de la temporada en @ASOBAL? 😱»		
asobal.es	💡 #saborearASOBAL pic.twitter.com/cSNabbceo		
🕒 Directos			
▷ Resúmenes y partidos de			
⌚ @IgaSportsTV			
➕ Datos			
✅ Plantilla arbitral			
¡Una web de todos y para todos! 🎉			
¡Descúbrelo! 🌐			
#PremièreASOBAL			
pic.twitter.com/miywXSmzrLU			
			
4h 15 · 13-01 · 172	Ver toda la actividad del Tweet.		
Ver toda la actividad del Tweet.	Ver la Actividad del Tweet.		
Ver la Actividad del Tweet.			
Seguidor principal Seguido por 301 mil personas	Tweet con contenido multimedia principal (nave 81,9 mil impresiones)		
 Scott Isbell 🔍 @scottisbell_ · 13,000	⚠️ ¡Tenemos TODAS LAS IMÁGENES de la LOCURA de @fedepizarno03 a tiempo cumplido! 😱😱		
Mr. Ameriko Scott Isbell - Actor - Pop-blub-eyed soul artist - Songwriter/Producer - Former Jr. hockey captain - #NINNOCENT - Tourette Syndrome - Wu-Tang Mgmt	¡Golazo del primera línea ✨ de @BMCdadEnCantada para conquistar la victoria! 🎉		
Ver perfil	«Estamos ante el mejor gol de la temporada en @ASOBAL? 😱»		
	💡 #saborearASOBAL pic.twitter.com/cSNabbceo		
			
	4h 15 · 13-01 · 172		
	Ver toda la actividad del Tweet.		
	Ver la Actividad del Tweet.		

Análisis RRSS

facebook 

Resumen de la página Últimos 28 días

Exportar datos 

Resultados del 13 may 2021 al 9 jun 2021

Nota: No se incluyen los datos de hoy. La actividad relativa a las estadísticas se registra según la zona horaria del Pacífico. La actividad relativa a los anuncios se registra según la zona horaria de tu cuenta publicitaria.

Orgánico  Pagado 

Acciones en la página

13 de mayo - 9 de junio

3

Acciones totales en la página  200%



Visitas a la página

13 de mayo - 9 de junio

1,167

Visitas totales a la página  11%



Me gusta de la página

13 de mayo - 9 de junio

61

Me gusta de la página  6%



Alcance de la publicación

13 de mayo - 9 de junio

100,904

Personas alcanzadas  9%



Alcance de la historia

13 de mayo - 9 de junio

Obtener estadísticas de la historia

Consulta estadísticas sobre el rendimiento de las historias recientes de tu página.

[Más información](#)

Recomendaciones

13 de mayo - 9 de junio



No hay datos suficientes para mostrar en el período seleccionado.

Interacción con la publicación

13 de mayo - 9 de junio

19,193

Interacción con la publicación  24%



Videos

13 de mayo - 9 de junio

49,059

Reproducciones de video de 3 segundos  4%



Seguidores de la página

13 de mayo - 9 de junio

73

Seguidores de la página  3%



Tus 5 publicaciones más recientes

[Crear publicación](#)

Alcance: orgánico/pagado  Clics en publicaciones  Reacciones, comentarios y veces que se compartió 

Fecha	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción	Promocionar
09/06/2021 11:55	 Jorge Serrano es el			3,3K 	144 97 	Promocionar publicación
08/06/2021 18:54	 ¡Cerramos la #CopaSacyrAS			3,7K 	239 100 	Promocionar publicación
08/06/2021 16:00	 ¿Quieres descubrir el			2,5K 	154 50 	Promocionar publicación
08/06/2021 11:08	 Angel Sabroso			8,9K 	377 225 	Promocionar publicación
07/06/2021 00:49	 El FC Barcelona			5,5K 	166 136 	Promocionar publicación

[Ver todas las publicaciones](#)

Análisis RRSS

facebook



Total de seguidores de la página: 22.193

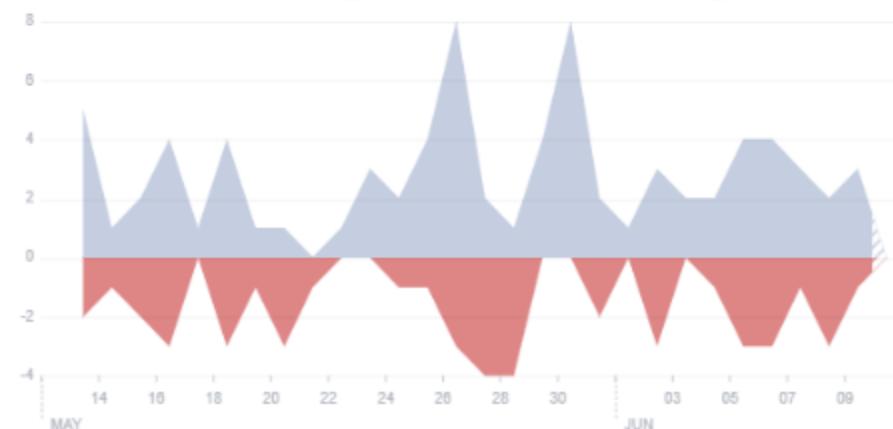
Total de seguidores de la página



Seguidores de la página

Número de seguimientos orgánicos y pagados de la página, y anulaciones de seguimientos.

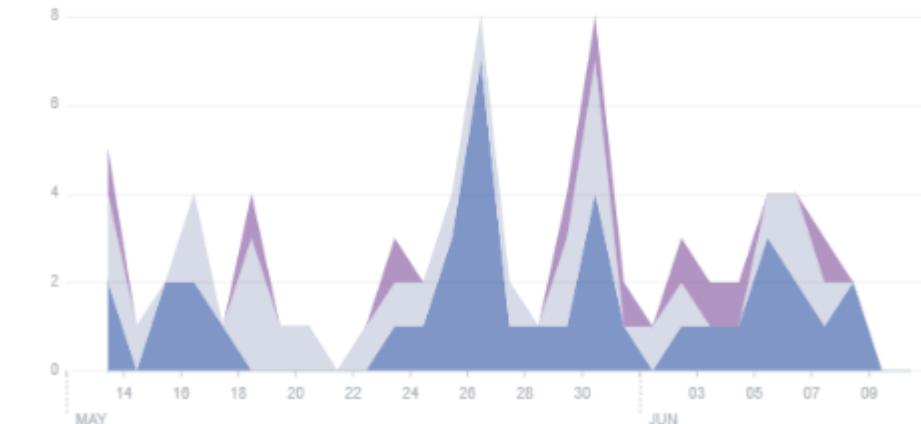
Anulaciones Seguidores orgánicos Seguidores pagados



Orígenes de seguimientos de tu página

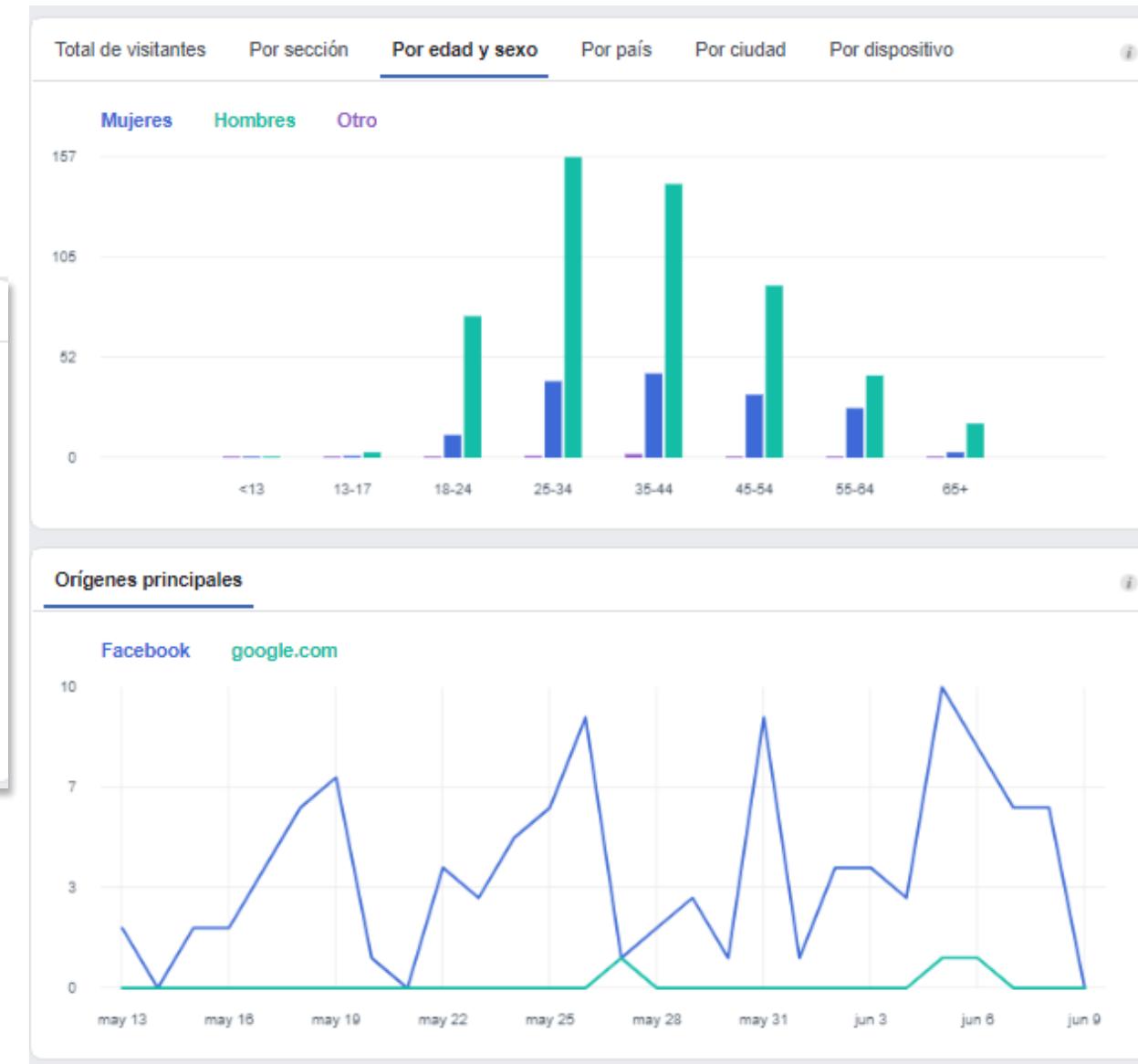
Número de veces que se empezó a seguir tu página, desglosado por origen de seguimiento.

Tu página Computadora sin clasificar Búsqueda



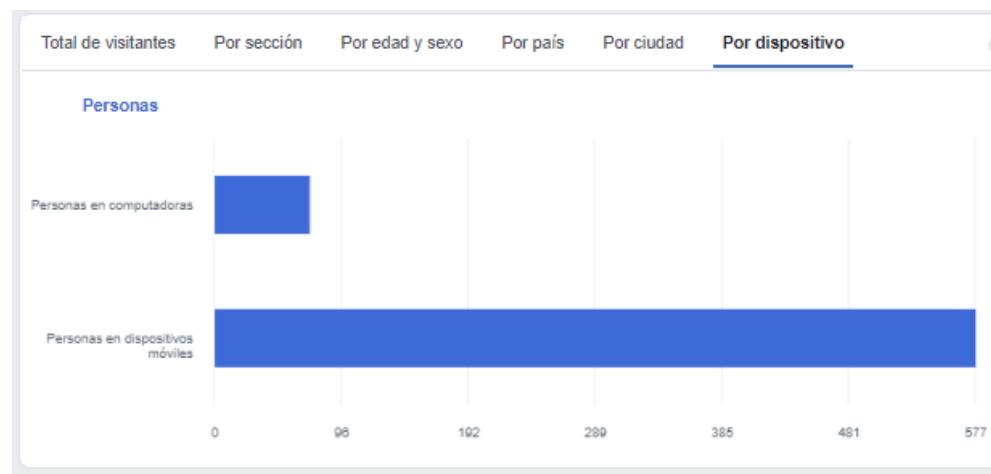
Análisis RRSS

facebook



Análisis RRSS

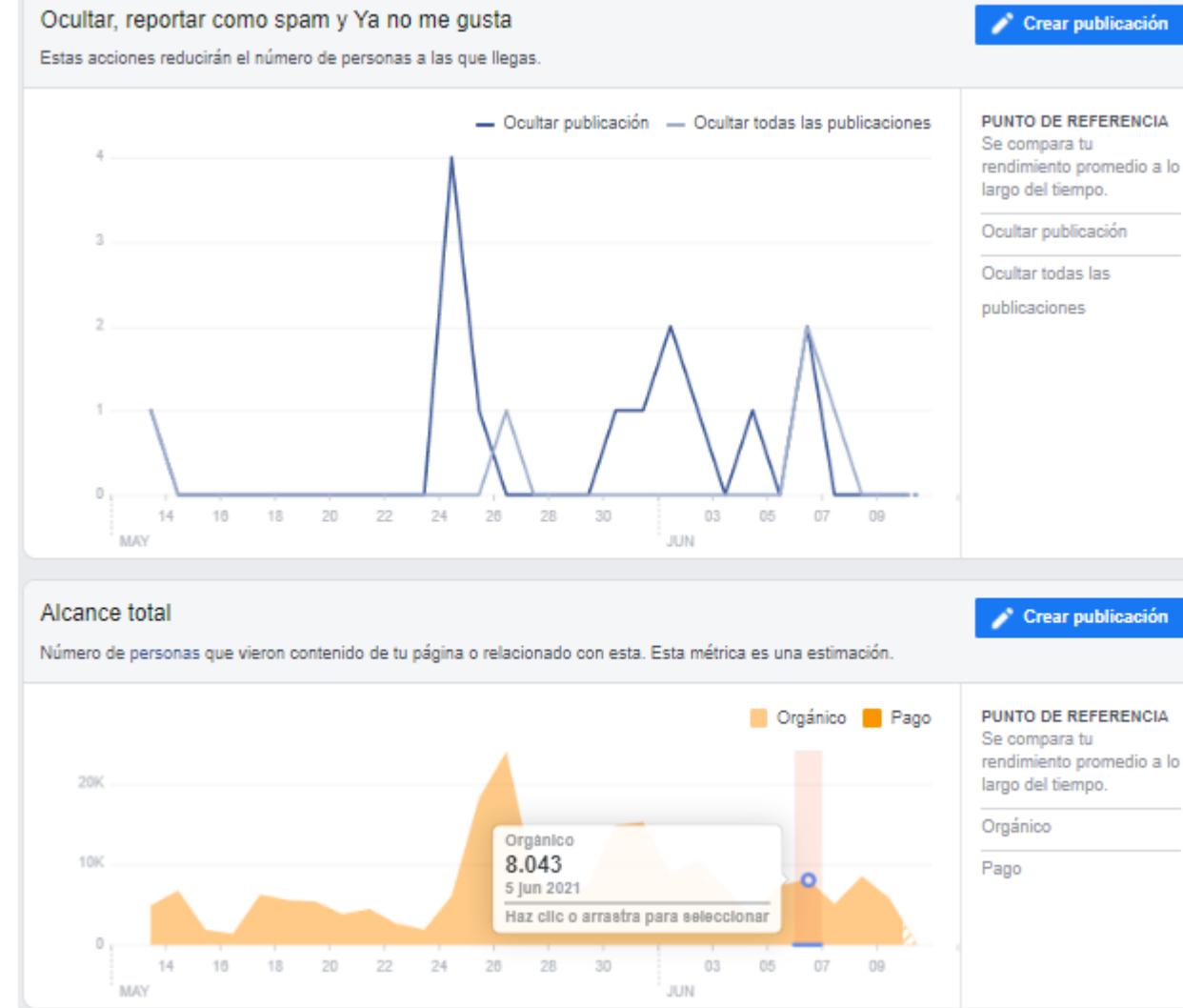
facebook



Análisis

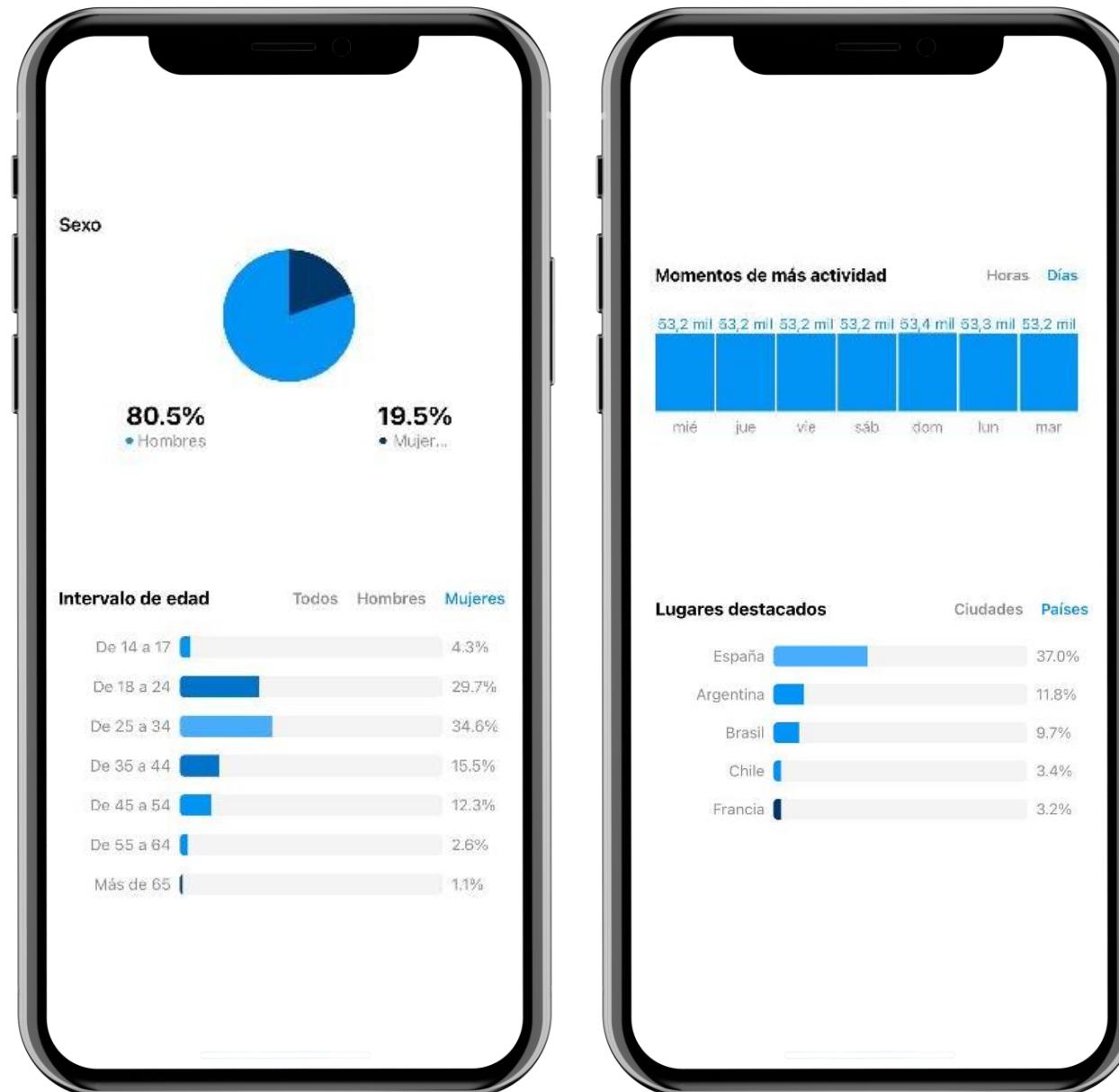
RRSS

facebook



Análisis RRSS

instagram



Análisis RRSS

instagram



Insights

Últimos 30 días ▾ 11 may. - 9 jun.

Resumen de insights...

Haz recibido un **+14,4%** de interacciones más en comparación con 11 abr. - 10 may.

Cuentas alcanzadas	159 mil
Interacciones con el contenido	133 mil

Tu audiencia

Total de seguidores	72,6 mil
	-0,3%

Contenido que has compartido

83 publicaciones >

30 historias >

Alcance

Últimos 30 días ▾ 11 may. - 9 jun.

159.259 Cuentas alcanzadas

+12,5% frente a 11 abr. - 10 may.

Seguidores y no seguidores

Basado en el alcance

Seguidores	42,7 mil
No seguidores	116 mil

Haz llegado a +23,8% cuentas más que no te siguen en comparación con 11 abr. - 10 may.

Tipo de contenido

Basado en el alcance

Publicaciones	236 mil
Historias	18,5 mil
Videos de IGTV	12,5 mil

Interacciones

Últimos 30 días ▾ 11 may. - 9 jun.

133.115 Interacciones con el contenido

+16,7% frente a 11 abr. - 10 may.

Interacciones con las publicaciones	132.101
Me gusta	128.450
Comentarios	531
Veces que se ha guardado	2.320

Interacciones con las historias

vs. 11 abr. - 10 may. -- -100%

Interacciones con los videos de IGTV	1.014
Me gusta	993
Comentarios	4
Veces que se ha guardado	11

Interacciones con el video en directo

0

Análisis RRSS

instagram



Audiencia

Últimos 30 días ▾ 11 may. - 9 jun.

72.600 Seguidores
+0,3% frente a 10 may.

Aumento

- General 33
- Seguidores 62
- Personas que han dejado de seguirte 29

domingo 6 de jun. ▾

Lugares destacados

Lugar	Ciudades	Países
Madrid	2.1%	
Barcelona	1.4%	
Santiago de Chile	1.3%	

Interacciones

Últimos 30 días ▾ 11 may. - 9 jun.

Publicaciones destacadas
Según los Me gusta

4 jun. 25 may. 23 may. 31 may.

Historias destacadas
Según las respuestas

9 jun. 9 jun. 7 jun. 7 jun.

Videos de IGTV destacados
Según los Me gusta

500 493

Publicaciones

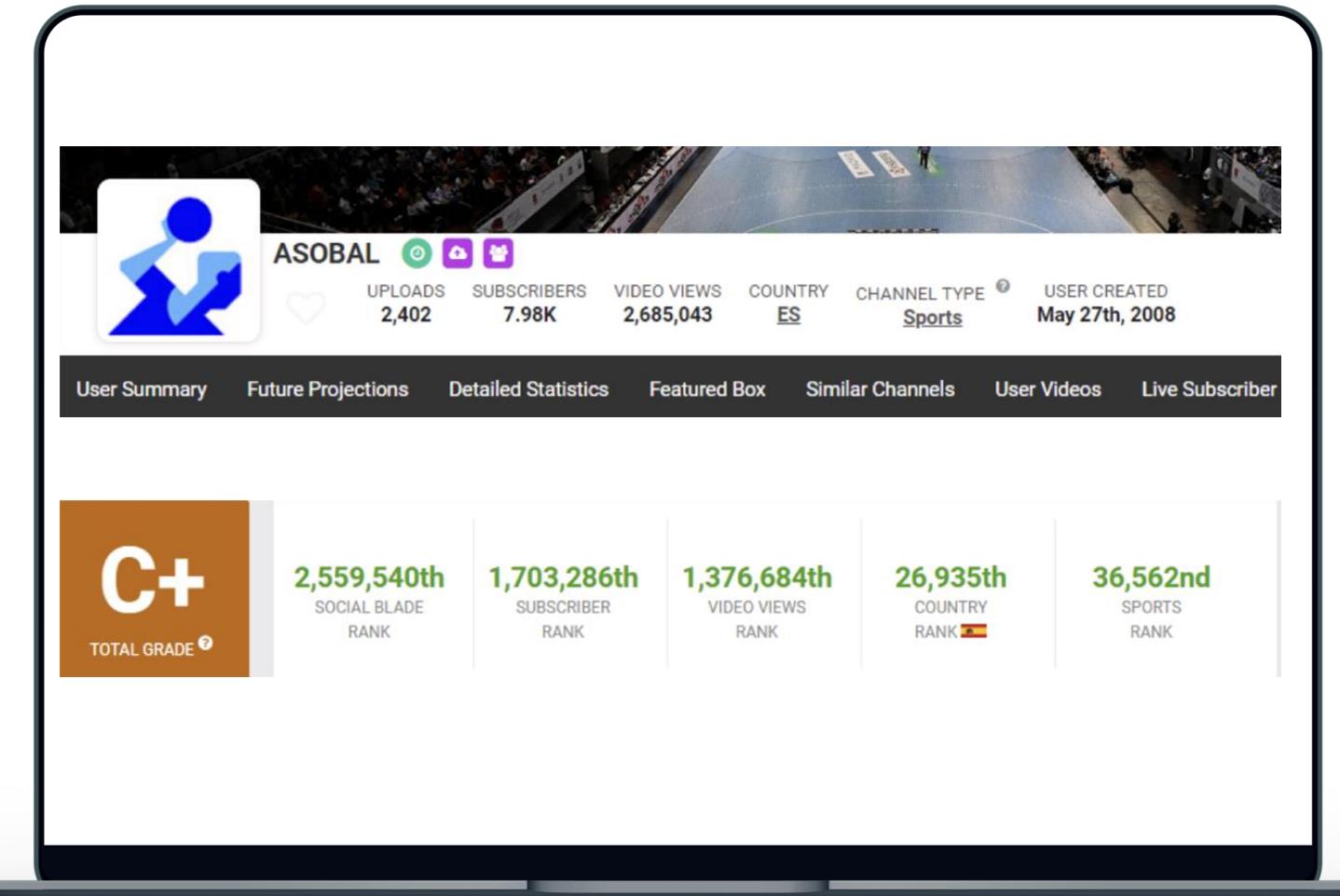
Cualquiera ▾ Impresiones ▾ Últimos 30 d.

53,8 mil 43 mil 38,4 mil
37,8 mil 35,7 mil 35,4 mil
34,6 mil 33,7 mil 32,4 mil
30,8 mil 30,7 mil 30,2 mil

Ordenar por los más recientes

Análisis RRSS

Youtube



The image shows a YouTube channel page for 'ASOBAL'. The channel has 2,402 uploads, 7.98K subscribers, and 2,685,043 video views. It is located in Spain (ES) and categorized as a Sports channel, created on May 27th, 2008. Below the main stats, there are links for User Summary, Future Projections, Detailed Statistics, Featured Box, Similar Channels, User Videos, and Live Subscriber. A large orange box displays a 'C+' total grade from Social Blade, along with specific ranks: 2,559,540th for Social Blade Rank, 1,703,286th for Subscriber Rank, 1,376,684th for Video Views Rank, 26,935th for Country Rank (Spain), and 36,562nd for Sports Rank.

Análisis Datos de acceso RRSS

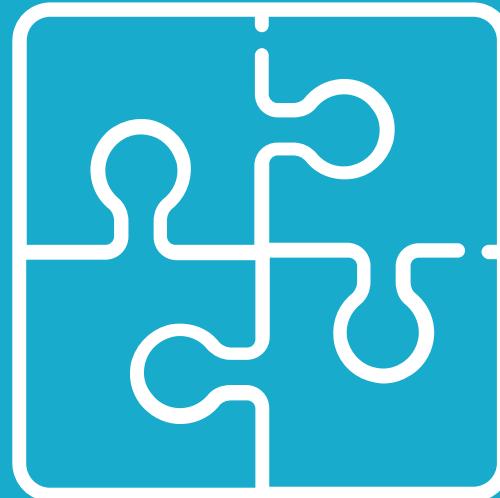
Análisis de las cuentas sociales de Asobal:

- En **Twitter**
 - **impacto correcto** con una media mensual de 2,1 millones de impresiones (65k al día, 75,1k en el último mes de competición).
 - **Interacción baja**, con 1'5% al mes (de media: 107 clics diarios, con 64 RT, 235 likes y sólo 7 respuestas)
- En **Facebook**
 - **Impacto menor** (alcance 101k personas y 1.167 visitas) pero con **mayor interacción** (685 al día, de las cuales la mayoría son reacciones, con poco comentario y apenas compartir)
 - Búsqueda directa en Facebook desde dispositivos móviles, impacto en **hombres** de rango de edad **25-44 años**.
- En **Instagram**
 - Alcance en **crecimiento constante** (159k, 5'3k al día, que ha aumentado un 24% respecto al mes anterior). 133k interacciones (el 95% me gustas, sólo 531 comentarios).
 - **Uso incompleto de la herramienta**: sólo publicaciones, poco IGstories e IGTV, sin usar directos ni Reels. Sus IGstories no plantean engagement (público sólo como espectador, no participa)
- En **Youtube**
 - Uso **recopilatorio**, sin engagement. Sólo 8k suscriptores y 1'1k visualizaciones por video de media desde su creación en 2008.
 - Ranking C+ de Youtube (7º ranking posible, que mide interacción y posicionamiento)



Asobal Análisis web y RRSS Clubes

Dafo Asobal



Análisis Web

URL: <https://asobal.es/>

www.asobal.es			
DEBILIDADES		AMENAZAS	
FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
- Desproporción visual de header (obliga a scroll para llegar a info de interés)	- Algunas imágenes faltan (noticias más antiguas) y algunos vídeos no se reproducen	- perder tiempo de conexión y recurrencia por poco atractivo de la información	- Otros portales pueden aportar la misma información de manera más atractiva
- Ausencia de contenido no vinculado a la actualidad deportiva	- Poca diferenciación del contenido entre sí	- Webs y RRSS de clubes compiten por la atención del mismo público	
- Mal funcionamiento de jornada virtual (pocas estadísticas y errores de refresco y actualización)			
- Diseño actualizado y moderno	- Contenido humano de jugadores, clubes y aficionados		
- Responsive (adaptable a formatos tablet y mobile)	- Acción social o RSC		
- Buen ratio de actualización	- Generación de activos online basados en Branded Content o secciones patrocinadas		
- Highlights y resúmenes de partidos en formato vídeo	- Sección de patrocinadores con mejor visibilidad y acciones para socios		
- Noticias y actualidad potenciada y bien estructurada (tags de color para categorías)	- Generar público recurrente con Newsletter		
- Presencia preferencial de los clubes	- E-commerce de merchandising Asobal		
- Promoción del balonmano con actualidad de competiciones no propias (EHF o RFEBM)			

Análisis Redes Sociales



RRSS Asobal			
DEBILIDADES		AMENAZAS	
FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> - Ausencia de contenido no vinculado a la actualidad deportiva - Poca diferenciación del contenido entre sí (repetitivo y entre canales) - Ausencia de contenido único (nada hecho ad hoc para las RSS: todo se puede ver en otros canales) - Hashtag emocional con poca fuerza (#SaboreaAsobal) 		<ul style="list-style-type: none"> - Ausencia de planificación de contenidos - Enfoque muy personalista de Community Manager - Excesivamente similar a RRSS de clubes 	
<ul style="list-style-type: none"> - Diferenciación estratégica de redes (frecuencia, tono y tipología de información) - Optimización de los recursos de los que dispone - Búsqueda de enfoque humano con tono desenfadado - Presencia uniforme de todos los equipos 		<ul style="list-style-type: none"> - Creación de campaña sólida - Campañas de paid media - Nuevas redes de alcance a un target más joven - Branded content 	

Asobal Análisis web y RRSS Clubes

b Clubs



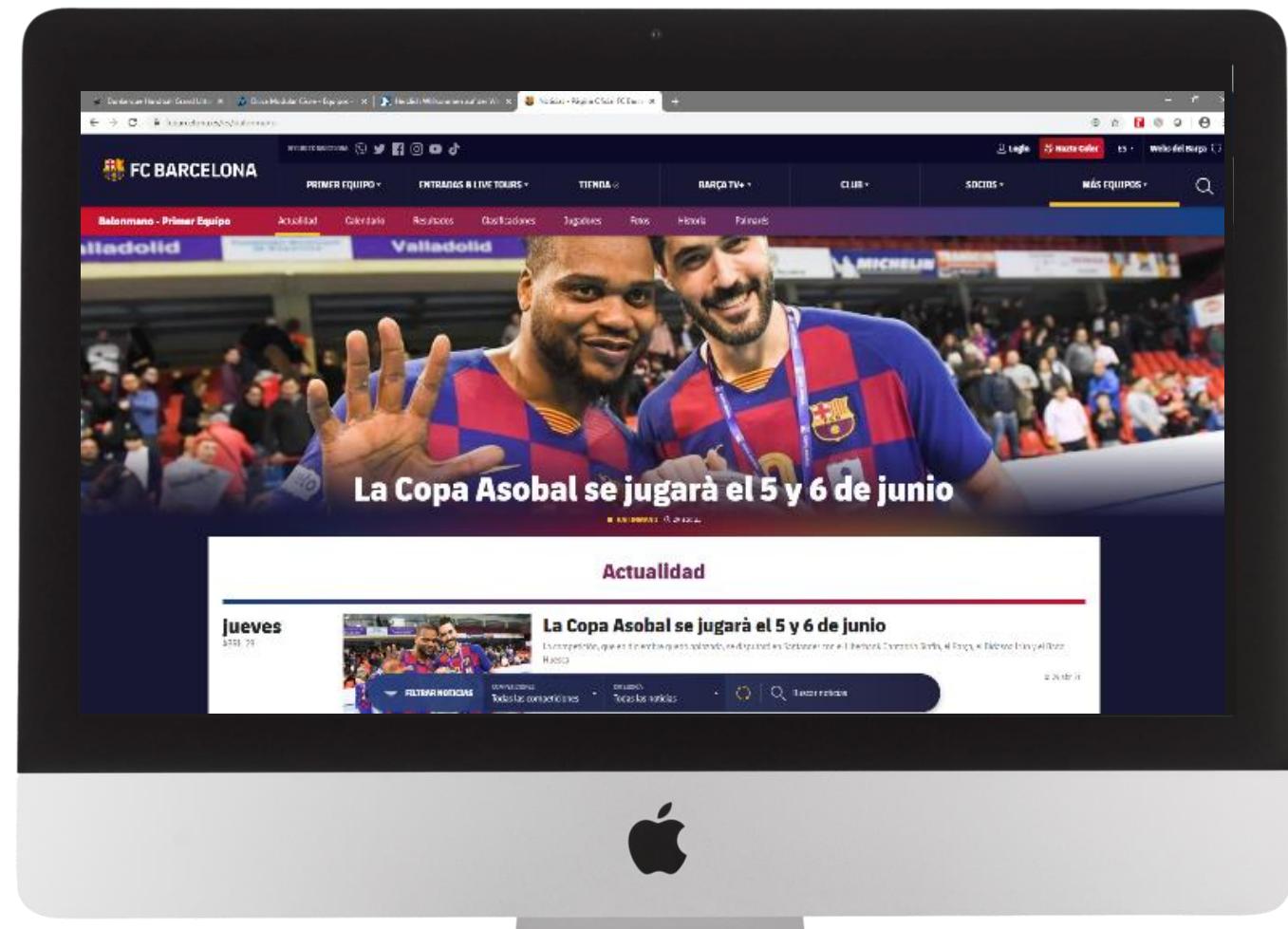


Balonmano Barça

↗ URL

Comentarios:

- La sección de balonmano no tiene web propia, sino que se encuentra dentro de la web del FC Barcelona, como el resto de secciones deportivas
- Contenido relevante: clasificación, resultados, fotos de partidos.
- Venta de entradas habilitada a través de la web.



The screenshot shows the official website of FC Barcelona. At the top, there's a navigation bar with links for 'PRIMER EQUIPO', 'ENTRADAS A LIVE TOURS', 'TIENDA', 'BARÇA TV+', 'CLUB', 'SOCIOS', and 'MÁS EQUIPOS'. Below the navigation, there's a banner featuring two men in FC Barcelona handball jerseys. The banner text reads 'La Copa Asobal se jugará el 5 y 6 de junio'. Underneath the banner, there's a section titled 'Actualidad' with a news item from 'Jueves' (Thursday) about the Asobal Cup. The overall design is dark-themed with red and blue accents.



Balonmano Barça

 URL

284.500 seguidores

Bien estructurado con acciones diarias, acercando a los seguidores. Página bien mantenida con videos, publicaciones, fotos, colores y información, pero con poca interacción.

IR 

4MM seguidores

La información es básica, las publicaciones son poco frecuentes, falta engagement con los aficionados del club.

IR 

336.000 seguidores

El club tiene una buena identidad visual, pero no se preocupa por los patrocinadores, la afición y la interacción en la red.

IR 

No tiene perfil

La información es básica, las publicaciones son poco frecuentes, falta de acción social, engagement con los aficionados del club.

Comentarios:

- Con diferencia, es el club de la liga Asobal con mayor número de seguidores en todas sus RRSS.
- Sería conveniente un perfil de YouTube con vídeos y resúmenes de los partidos.
- Muy activos en IG y TW pero poca actividad en FB, el canal con más seguidores.
- Poca activación con patrocinador y falta interacción y más protagonismo al aficionado



Balonmano Barça

URL

ANÁLISIS WEB		Análisis RRSS	
DEBILIDADES	AMENAZAS	ELIMINAR	REDUCIR
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de protagonismo debido a la fuerza del fútbol - Ausencia contenido de la Fundación - No vender merchandising del equipo, salvo la camiseta oficial - No enlaza a las RRSS del equipo (sí a las corporativas de fútbol) 	<ul style="list-style-type: none"> - perder ventas de productos - Vampirismo de la sección de fútbol 	<ul style="list-style-type: none"> - Distancia al aficionado 	<ul style="list-style-type: none"> - Números de publicaciones apostando por calidad ante la cantidad - Contenido en catalán frente a contenidos en español o inglés
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	INCREMENTAR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> - Fuerza del club de fútbol: visibilidad y valores - identidad visual - Organización del contenido - Venta de tickets - Visibilidad de los patrocinadores 	<ul style="list-style-type: none"> - Más relevancia de programa de abonos - Venta de otros productos de merchandising de balonmano - Acciones cruzadas con fútbol o Fundación - Acciones con patrocinadores para socios - Acciones con patrocinadores con programas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Engagement - Cuidado con todas las redes - Activación con patrocinadores 	<ul style="list-style-type: none"> - Canal propio en YouTube

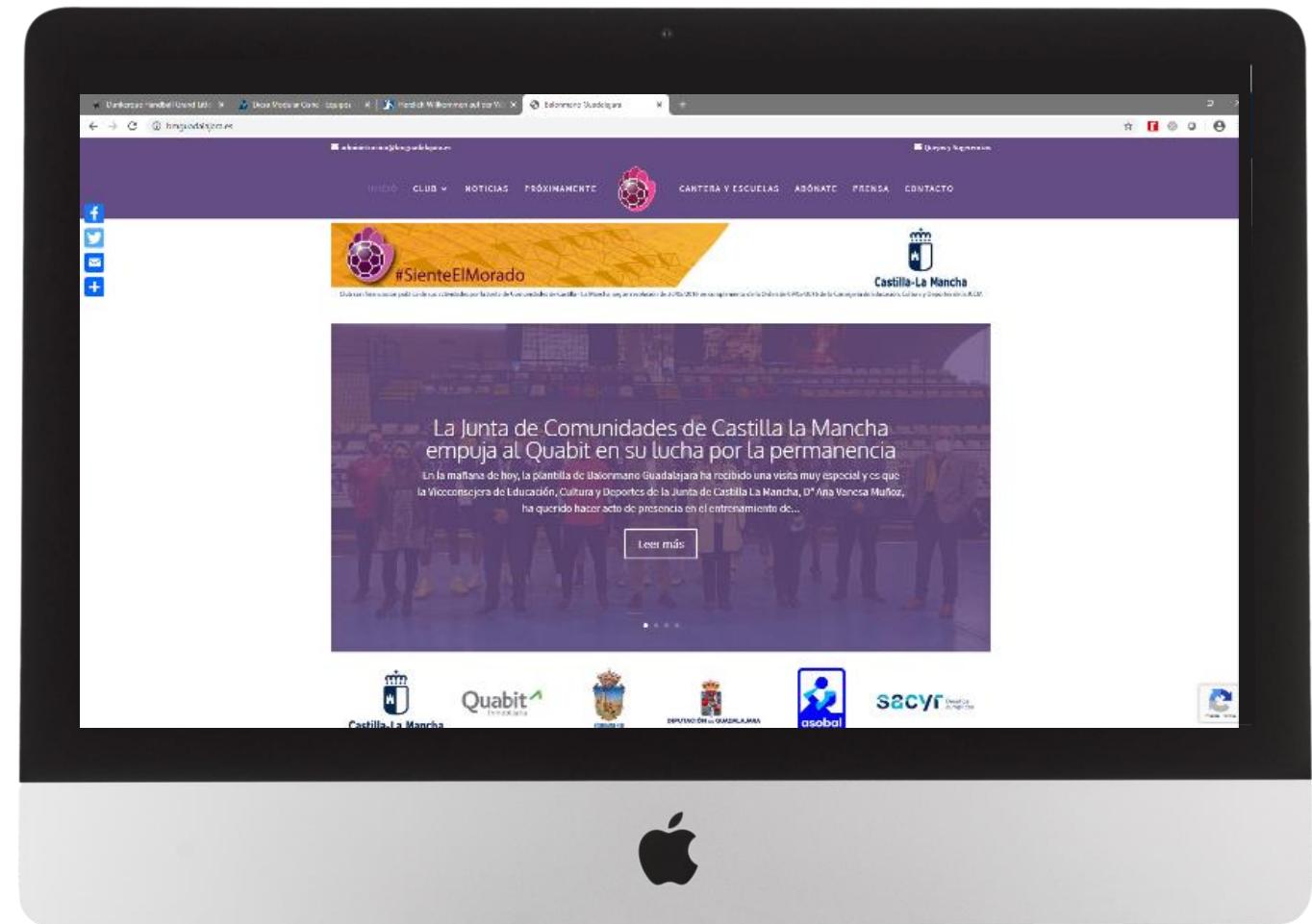


Quabit Guadalajara

 URL

Comentarios:

- Página web sencilla, poco moderna.
- Se detallan muchas noticias.
- Se disponen claramente los patrocinadores.
- Poco protagonismo a las RRSS en la web.
- No tiene tienda ni taquilla virtual.



The screenshot shows the official website of Quabit Guadalajara. At the top, there's a navigation bar with links for CLUB, NOTICIAS, PRÓXIMAMENTE, CANTECA Y ESCUELAS, ABÓNATE, PRENSA, and CONTACTO. The main header features the team's name "Quabit Guadalajara" and a pink soccer ball logo. Below the header, there's a banner with the text "#SienteElMorado" and the Castilla-La Mancha logo. The main content area contains a news article about the visit of the Junta de Comunidades of Castilla La Mancha to the club. The footer includes logos for Castilla-La Mancha, Quabit, Deportivo Guadalajara, Asobal, and SACYR.



Quabit Guadalajara

 URL 7.697 seguidores

Post sobre partidos, calendario, resultados. Contenido plano. Poca interacción.

IR ➔

 8.198 seguidores

Publicaciones repetitivas, poca activación con patrocinadores, falta de interacción y falta de protagonismo para los aficionados del club.

IR ➔

 2.746 seguidores

Poca activación con patrocinadores, falta de interacción y falta de protagonismo para los aficionados del club.

IR ➔

 118 suscriptores

Cuenta de YouTube era utilizada para subir partidos del primer equipo y de la escuela. Ahora inactivo

IR ➔

Comentarios:

- Post sobre partidos, calendario, resultados.
- Información relevante sobre el equipo.
- Mismo contenido en Twitter y Facebook. Mucha actividad en Instagram Stories.
- Perfil en YouTube desactivado
- Poca activación con patrocinador y falta interacción y más protagonismo al aficionado



Quabit Guadalajara

URL

ANÁLISIS WEB		Análisis RRSS	
DEBILIDADES	AMENAZAS	ELIMINAR	REDUCIR
<ul style="list-style-type: none"> - Diseño y usabilidad anticuada - falta de programa sociales - no genera ingresos - sin newsletter 	<ul style="list-style-type: none"> - perder accesos - perder ventas 	<ul style="list-style-type: none"> - Imágenes de mala calidad o con mucha información 	<ul style="list-style-type: none"> - Secuencia repetitiva de publicaciones
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	INCREMENTAR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> - Noticias - Frecuencia de actualización 	<ul style="list-style-type: none"> - renovación total de la web - generar leads con una newsletter - empezar los proyectos sociales - generar ingresos con la venta de abonos, tickets y productos del club - acciones con patrocinadores para socios - acciones con patrocinadores con programas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos vinculados a los patrocinadores - Interacción con los aficionados 	<ul style="list-style-type: none"> - Canal de YouTube interactivo

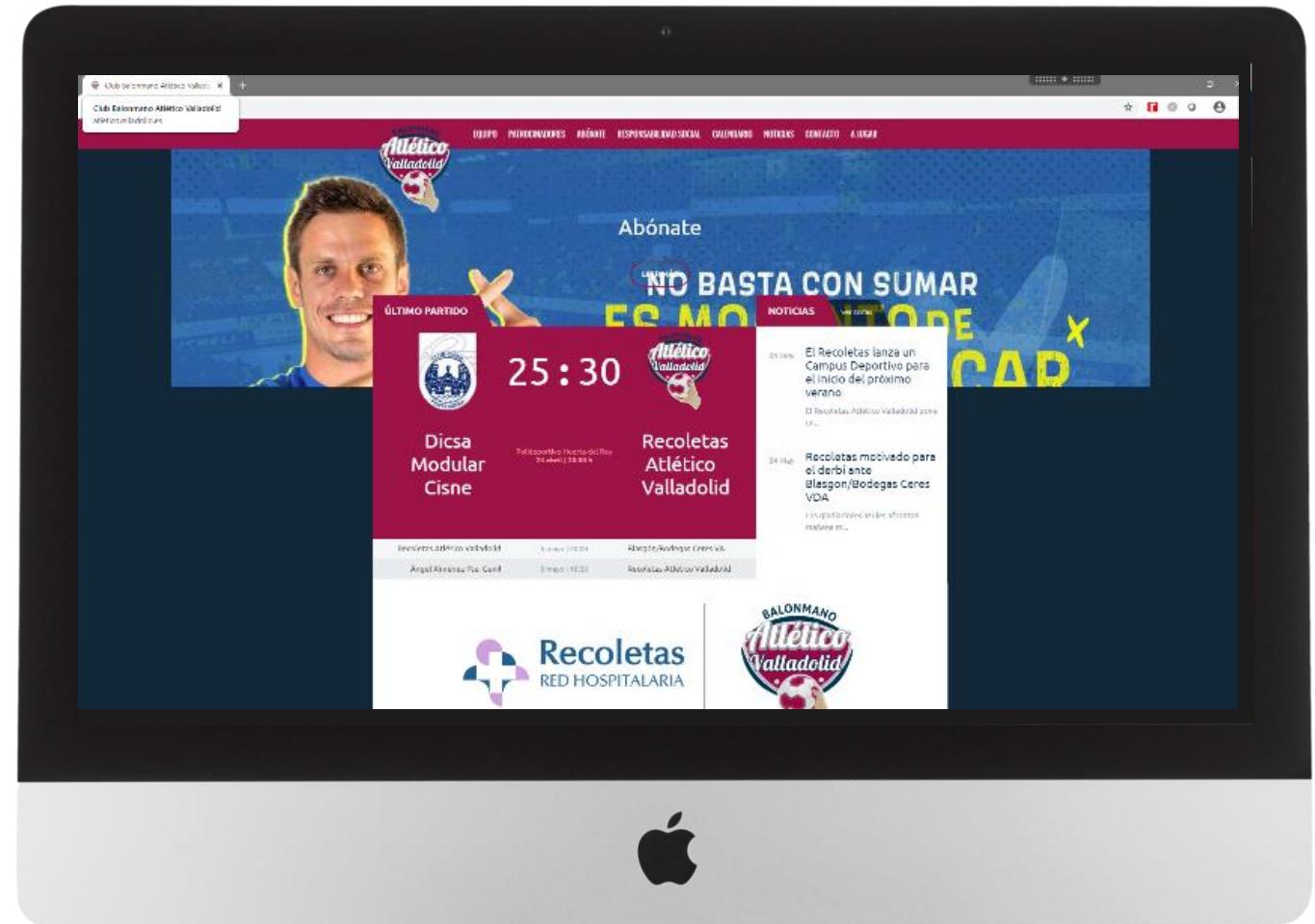


Recoletas Atl. Valladolid

↗ URL

Comentarios:

- Contenidos desorganizados.
- Necesidad de cuidar las proporciones-tamaños.
Adaptar a formato responsive.
- Se disponen claramente los patrocinadores.
- Contenido y estructura interesante sobre la que trabajar
- No tiene tienda ni taquilla virtual.



The screenshot shows the official website of Club de Balonmano Atlético Valladolid. The header features the club's logo and navigation links for EQUIPO, PATROCINADORES, FÁBRIQUE, RESPONSABILIDAD SOCIAL, CALENDARIO, NOTICIAS, CONTACTO, and ALQUILER. A banner at the top right encourages users to "Abónate" (Subscribe) with the tagline "NO BASTA CON SUMAR ES MÁS". Below the banner, there is a large image of a smiling player. A sidebar on the right lists recent news items, including "El Recoletas lanza un Campus Deportivo para el inicio del próximo verano" and "Recoletas motivado para el derbi ante Blesa/Bodegas Ceres VDA". The main content area displays a match summary for the game between Dicsa Modular Cisne and Recoletas Atlético Valladolid, which ended with a score of 25:30. Logos for both teams are shown next to the scores. At the bottom of the page, there are logos for Recoletas RED HOSPITALARIA and Balonmano Atlético Valladolid.



Recoletas Atl. Valladolid

 URL 8.267 seguidores

Posts sobre partidos, calendario, resultados. Contenido plano. Poca interacción.

IR ➔

 5.119 seguidores

Publicaciones repetitivas, poca activación con patrocinadores, falta de interacción y falta de protagonismo para los aficionados del club.

IR ➔

 6.537 seguidores

Publicaciones repetitivas, poca activación con patrocinadores, falta de interacción y falta de protagonismo para los aficionados del club.

IR ➔

 375 suscriptores

Hay una variedad de publicaciones, separadas por tema para facilitar el acceso.

IR ➔

Comentarios:

- Posts sobre partidos, calendario, resultados. Algun contenido de patrocinadores.
- Información relevante sobre el equipo. Activos en RRSS.
- En YouTube no suben partidos, hay una variedad de contenidos, como ruedas de prensa y entrevistas. Interesante el contenido #BalonmanoEsFuturo
- Poca activación con patrocinador y falta interacción y más protagonismo al aficionado



Recoletas Atl. Valladolid

↗ URL

ANÁLISIS WEB		ANÁLISIS RRSS	
DEBILIDADES	AMENAZAS	ELIMINAR	REDUCIR
<ul style="list-style-type: none"> - información en la web - desproporción de imágenes - sin newsletter 	<ul style="list-style-type: none"> - perder tiempo de conexión por poca atraktividad - perder ventas 	<ul style="list-style-type: none"> - Imágenes de mala calidad o con mucha información 	<ul style="list-style-type: none"> - Secuencia repetitiva de publicaciones
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	INCREMENTAR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> - Exposición de los patrocinadores y programa social 	<ul style="list-style-type: none"> - reorganización de la info - mejorar visual de la web - generar leads con la newsletter - cruzar los proyectos sociales con patrocinadores - generar ingresos con la venta de abonos, tickets y productos del club - acciones con patrocinadores para socios 	<ul style="list-style-type: none"> - Interacción con los aficionados 	<ul style="list-style-type: none"> - Un estándar de publicación más profesional

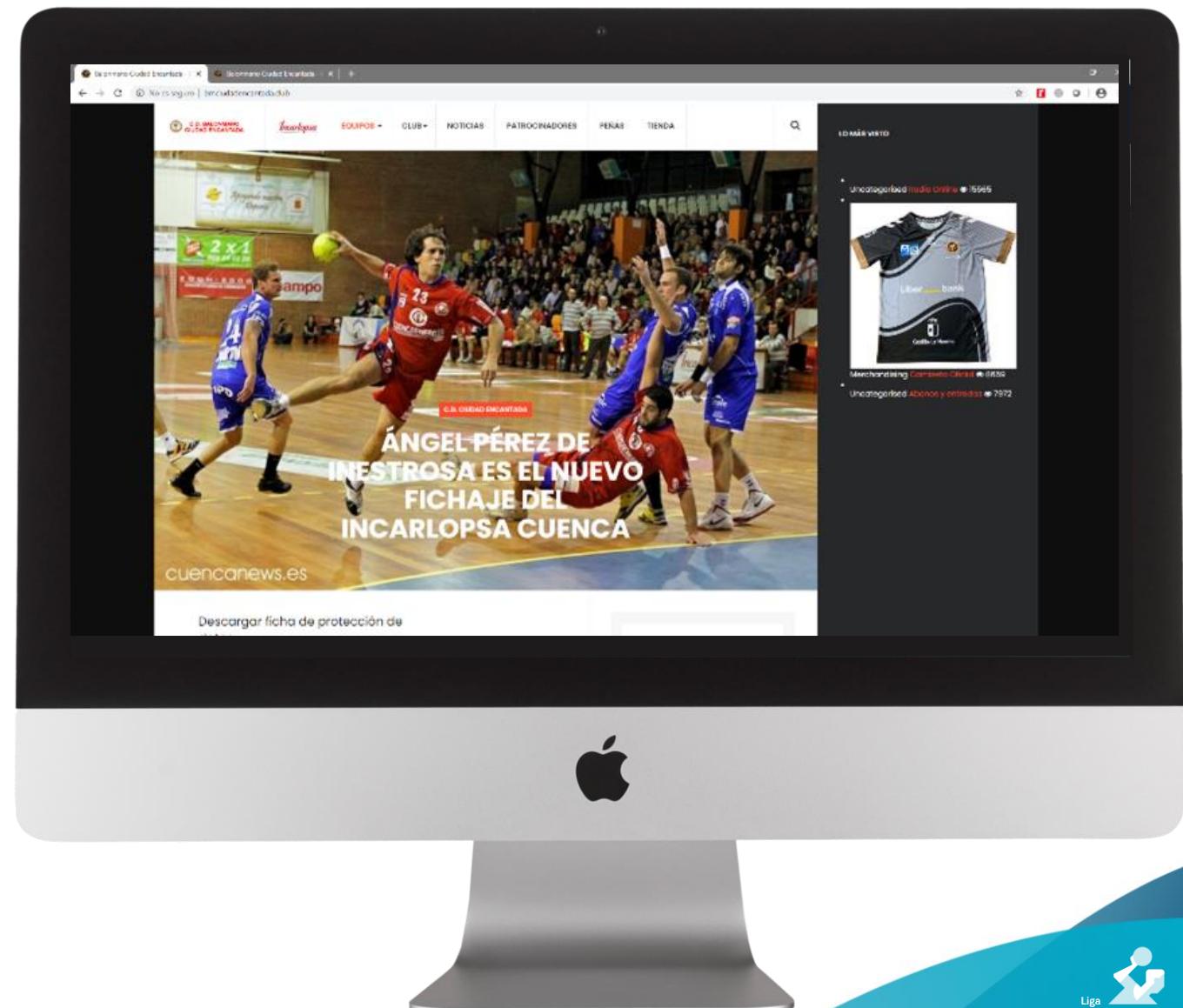


Incarlopsa Cuenca

↗ URL

Comentarios:

- Contenidos desorganizados. No sigue una estructura lógica.
- Necesidad de renovar el diseño de la web. Adaptar a formato responsive.
- Se disponen claramente los patrocinadores.
- Tiene tienda pero no se pueden comprar productos online.





Incarlopsa Cuenca

 URL 8.224 seguidores

Post sobre partidos, calendario, resultados. Contenido plano. Poca interacción, información para miembros.

IR ➔

 4.458 seguidores

Las publicaciones son sencillas pero sin un tratamiento adecuado, no hay interacción con los fans y la activación de los patrocinadores es muy básica.

IR ➔

 6.407 seguidores

Las publicaciones son sencillas pero sin un tratamiento adecuado, no hay interacción con los fans y la activación de los patrocinadores es muy básica.

IR ➔

 760 suscriptores

Cuenta de YouTube poco utilizada, solo unas pocas publicaciones de partidos del equipo principal y juvenil, pero con un espacio muy amplio entre las publicaciones.

IR ➔

Comentarios:

- Post sobre partidos, calendario, resultados. Información relevante sobre el equipo.
- Activos en RRSS.
- En YouTube suben partidos actuales y antiguos, sin frecuencia estable
- Poca activación con patrocinador y falta interacción y más protagonismo al aficionado



Incarlopsa Cuenca

↗ URL

ANÁLISIS WEB		ANÁLISIS RRSS	
DEBILIDADES	AMENAZAS	ELIMINAR	REDUCIR
<ul style="list-style-type: none"> - información y visual de la web - falta de programa sociales - no genera ingresos - sin newsletter 	<ul style="list-style-type: none"> - perder accesos - perder ventas 	<ul style="list-style-type: none"> - Imágenes de mala calidad o con mucha información 	<ul style="list-style-type: none"> - Secuencia repetitiva de publicaciones
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	INCREMENTAR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> - Protagonismo a las marcas que apoyan 	<ul style="list-style-type: none"> - renovación de la web en general - generar leads con newsletter - empezar los proyectos sociales - generar ingresos con la venta de abonos, tickets y productos del club - acciones con patrocinadores para socios - acciones con patrocinadores con programas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos vinculados a los patrocinadores - interacción con los aficionados 	<ul style="list-style-type: none"> - Canal de YouTube interactivo

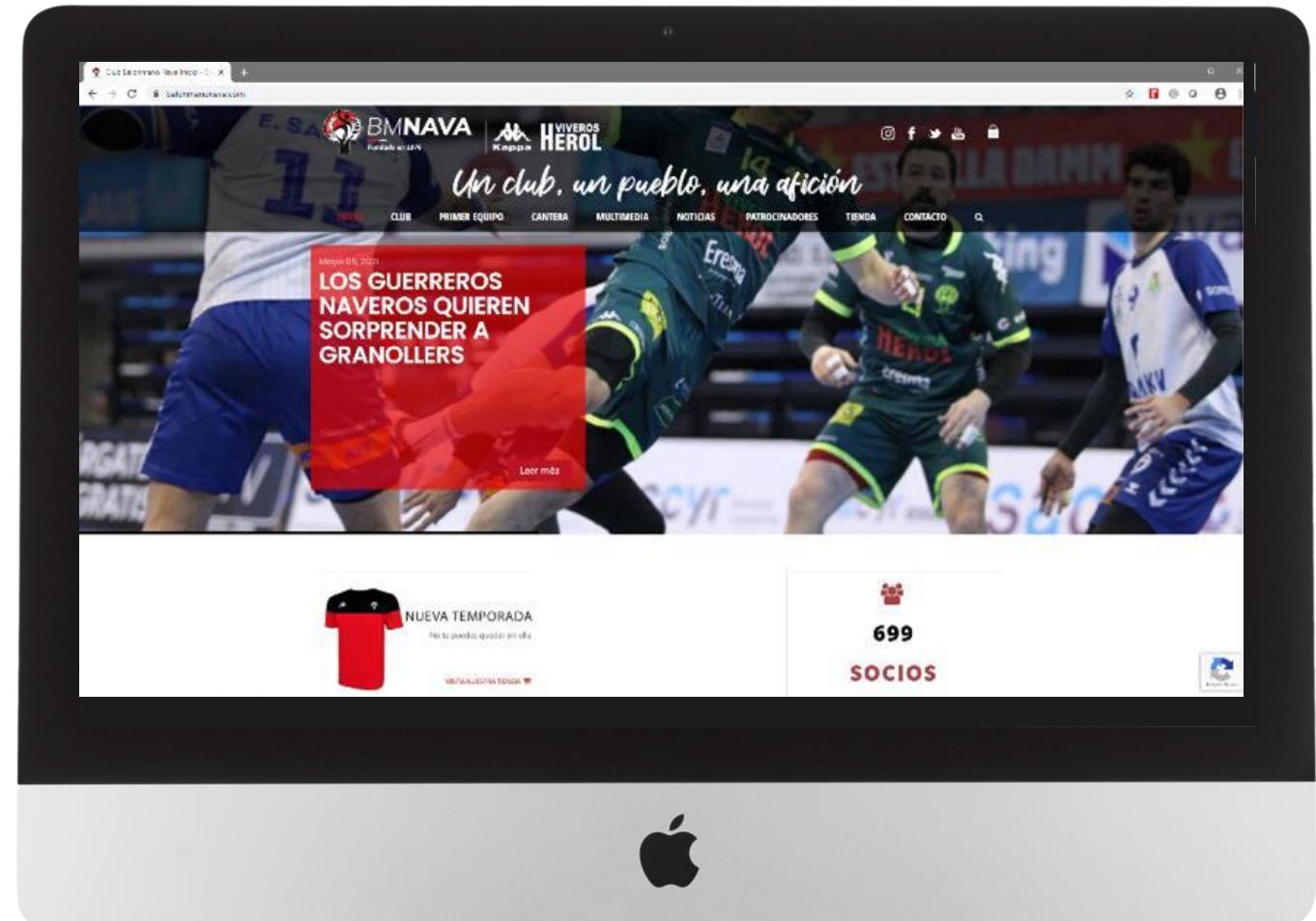


Viveros Herol BM. Nava

 URL

Comentarios:

- Estructura interesante.
- Formato responsive.
- Se disponen claramente los patrocinadores.
- Tiene tienda online habilitada y se pueden comprar productos.
- Presentan en la home que tienen 699 socios





Viveros Herol BM. Nava

 URL **5.007 seguidores**

Post sobre partidos, calendario, resultados. Contenido plano. Poca interacción, información para miembros.

IR ➔

 **3.018 seguidores**

Las publicaciones son sencillas pero sin un tratamiento adecuado, no hay interacción con los fans y la activación de los patrocinadores es muy básica.

IR ➔

 **2.608 seguidores**

Las publicaciones son sencillas pero sin un tratamiento adecuado, no hay interacción con los fans y la activación de los patrocinadores es muy básica.

IR ➔

 **810 suscriptores**

Poco utilizada, solo unas pocas publicaciones de partidos del equipo principal y juvenil, pero con demasiado espacio entre las publicaciones.

IR ➔

Comentarios:

- Post sobre partidos, calendario, resultados. Información relevante sobre el equipo.
- Activos en RRSS.
- En YouTube suben partidos actuales y antiguos, pero sin frecuencia fija.
- Poca activación con patrocinador y falta interacción y más protagonismo al aficionado



Viveros Herol BM. Nava

 URL

ANÁLISIS WEB		ANÁLISIS RRSS	
DEBILIDADES	AMENAZAS	ELIMINAR	REDUCIR
<ul style="list-style-type: none"> - falta de programa sociales - no venta de entradas - sin newsletter 	<ul style="list-style-type: none"> - perder tiempo de conexión por poca atractividad - perder ventas 	<ul style="list-style-type: none"> - Imágenes de mala calidad - Mucha información 	<ul style="list-style-type: none"> - Secuencia repetitiva de publicaciones
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	INCREMENTAR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> - organización del contenido - venta de productos - destaque a los patrocinadores - destaque a las RRSS 	<ul style="list-style-type: none"> - renovación del visual de la web - generar leads con newsletter - empezar los proyectos sociales - generar nuevos ingresos con la venta de tickets - acciones con patrocinadores para socios - acciones con patrocinadores con programas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos vinculados a los patrocinadores - interacción con los aficionados 	<ul style="list-style-type: none"> - Canal de YouTube interactivo - frecuencia en todas las redes



Fraikin BM. Granollers

↗ URL

Comentarios:

- Web del club, comparten espacios el equipo masculino y el femenino.
- Se disponen claramente los patrocinadores.
- Muy cargada, aunque con contenido básico interesante. Necesaria una reestructuración de contenidos.
- Dispone de área de prensa
- Versiones en catalán y castellano



Fraikin BM. Granollers

 URL 12.800 seguidores

Post sobre partidos, calendario, resultados. Contenido plano. Poca interacción.

IR ➔

 8.682 seguidores

Información básica sobre los partidos, sin engagement con los aficionados del club, sin videos cortos de interacción, sin acciones sociales y sin diversificación de publicaciones.

IR ➔

 12.100 seguidores

El club tiene una buena identidad visual, pero no se preocupa por los patrocinadores, la afición y la interacción en la red.

IR ➔

 362 suscriptores

El canal ya no se usa con un enfoque en el balonmano masculino, las publicaciones son de hace años.

IR ➔

Comentarios:

- Post sobre partidos, calendario, resultados del equipo masculino y del femenino.
- Contenidos interesantes con jugadores/as en Instagram, Rheels e IGTV.
- Bajada de actividad grande en YouTube en el último año. Muy activos antes, ahora suben pocos contenidos.
- Poca activación con patrocinador y falta interacción y más protagonismo al aficionado



Fraikin BM. Granollers

↗ URL

ANÁLISIS WEB		ANÁLISIS RRSS	
DEBILIDADES	AMENAZAS	ELIMINAR	REDUCIR
<ul style="list-style-type: none"> - visual de la web (tipografía anticuada) - no venta online de tickets o productos - sin newsletter 	<ul style="list-style-type: none"> - perder tiempo de conexión por falta de atractivo visual - perder ventas directas online 	<ul style="list-style-type: none"> - Imágenes con mucha información 	<ul style="list-style-type: none"> - Secuencia repetitiva de publicaciones
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	INCREMENTAR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> - organización del contenido - venta de abonos online - destaque a los patrocinadores - destaque a las RRSS - Fundación 	<ul style="list-style-type: none"> - renovación del visual de la web - generar leads con newsletter - generar nuevos ingresos con la venta de tickets y productos - acciones con patrocinadores para socios - acciones con patrocinadores con programas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos vinculados a los patrocinadores - interacción con los aficionados 	<ul style="list-style-type: none"> - Canal de YouTube interactivo - frecuencia en todas las redes

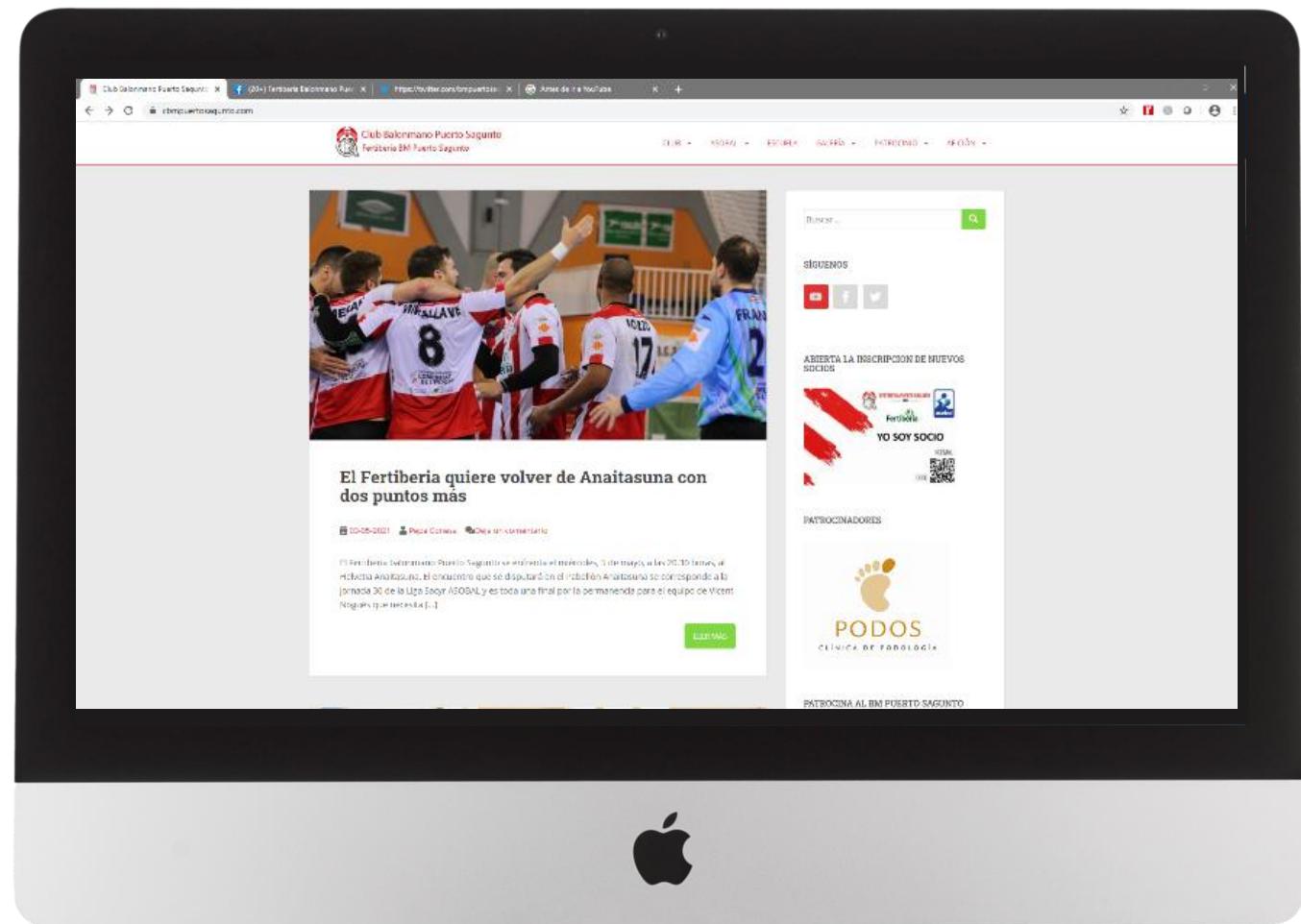


Fertiberia Puerto Sagunto

URL

Comentarios:

- Página web sencilla, diseño simple.
- Importancia a la sección de noticias.
- Se disponen claramente los patrocinadores.
- No hay enlace a Instagram desde la web.
- No tiene tienda ni taquilla virtual.



The screenshot shows the official website of Club Balonmano Puerto Sagunto. The header features the club's name and a small logo. Below the header, there is a large image of several players in red and white uniforms celebrating. A caption next to the image reads: "El Fertiberia quiere volver de Anaitasuna con dos puntos más". The page includes a sidebar with social media links (YouTube, Facebook, Twitter), a "SÍGUENOS" section, a "ABIERTA LA INSCRIPCIÓN DE NUEVOS SOCIOS" section with a QR code, and a "PATROCINADORES" section featuring logos for "FERTIBERIA" and "PODOS CLÍNICA DE PODOLOGÍA". At the bottom, there is a copyright notice and a "ESTE SITIO UTILIZA COOKIES" link. The monitor sits on a desk with a blue and white striped cloth, and the background shows a blurred view of a stadium.



Fertiberia Puerto Sagunto

 URL 8.040 seguidores

Post sobre partidos, calendario, resultados, información para miembros. Contenido plano. Poca interacción.

IR ►

 5.643 seguidores

Información básica sobre los partidos, sin engagement con los aficionados del club, sin videos cortos de interacción, sin acciones sociales y sin diversificación de publicaciones.

IR ►

 3.419 seguidores

El club no tiene interacción y activa a los patrocinadores de forma básica.

IR ►

 362 suscriptores

El canal tiene varias publicaciones, con diferentes temáticas, pero también debe activar a sus patrocinadores y hacer un mejor engagement con los aficionados del club.

IR ►

Comentarios:

- Post sobre partidos, calendario, resultados del equipo masculino y de la escuela.
- Contenidos cuidados.
- Contenidos interesantes en IG Stories: Quizz y 7 Ideal.
- En YouTube suben vídeos de partidos del primer equipo y de la escuela.



Fertiberia Puerto Sagunto

URL

ANÁLISIS WEB		ANÁLISIS RRSS	
DEBILIDADES	AMENAZAS	ELIMINAR	REDUCIR
<ul style="list-style-type: none"> - web ultrapasada - falta de programa sociales - no genera ingresos - sin newsletter 	<ul style="list-style-type: none"> - perder accesos - perder ventas directas online 	<ul style="list-style-type: none"> - Publicaciones de mala calidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Secuencia repetitiva de publicaciones
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	INCREMENTAR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> - noticias 	<ul style="list-style-type: none"> - renovación del visual de la web - empezar los proyectos sociales - generar ingresos con la venta de abonos, tickets y productos del club - Generar leads vía newsletter - acciones con patrocinadores para socios - acciones con patrocinadores con programas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos vinculados a los patrocinadores - interacción con los aficionados 	<ul style="list-style-type: none"> - Frecuencia en todas las redes

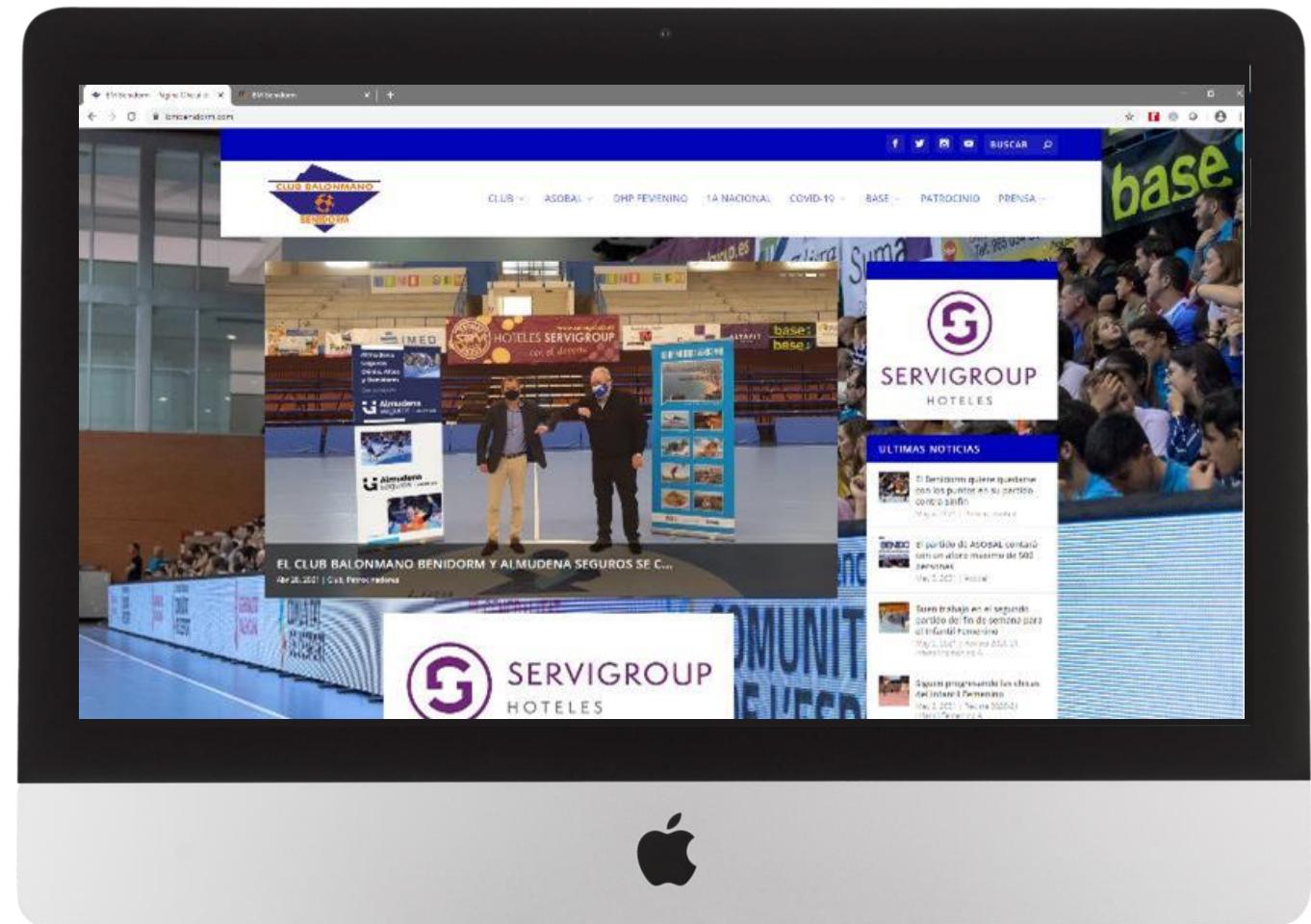


Balonmano Benidorm

URL
benidorm.com

Comentarios:

- Estructura interesante pero muy "cargada" y difusa.
- Sección de noticias diferente para cada equipo.
- Espacios para primer equipo, femenino y cantera.
- No hay faldón de patrocinadores en la página principal.
- Tienda online externa.





Balonmano Benidorm

 URL

5.586 seguidores

Post sobre partidos, calendario, resultados. Contenido plano. Poca interacción.

IR ➔

5.031 seguidores

Las publicaciones son sencillas pero sin un tratamiento adecuado, no hay interacción con los fans y la activación de los patrocinadores es muy básica.

IR ➔

4.529 seguidores

El club hace una pequeña activación de imágenes de los patrocinadores, no tiene interacción, no tiene un estándar en las publicaciones y no tiene el debido cuidado en elegirlas.

IR ➔

740 suscriptores

Canal utilizado solo para previas, lista de reproducción desactualizada y con poca información actual.

IR ➔

Comentarios:

- Post sobre partidos, calendario, resultados del equipo masculino y de la escuela.
- En YouTube suben sobre todo entrevistas y ruedas de prensa.
- Contenidos interesantes: sorteos de camisetas en Instagram y Conoce a los jugadores en YouTube (este contenido sería más interesante en otras redes que permitan más interacción o tengan más alcance).



Balonmano Benidorm

URL

ANÁLISIS WEB		ANÁLISIS RRSS	
DEBILIDADES	AMENAZAS	ELIMINAR	REDUCIR
<ul style="list-style-type: none"> - Diseño mejorable - falta de programa sociales - no genera ingresos - sin newsletter 	<ul style="list-style-type: none"> - perder accesos - perder ventas directas online 	<ul style="list-style-type: none"> - Publicaciones de mala calidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Secuencia repetitiva de publicaciones
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	INCREMENTAR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> - Noticias - Exposición de las RRSS - Responsive 	<ul style="list-style-type: none"> - renovación del visual de la web - empezar los proyectos sociales - generar ingresos con la venta de abonos, tickets y productos del club - Generar leads vía newsletter - acciones con patrocinadores para socios - acciones con patrocinadores con programas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos vinculados a los patrocinadores - interacción con los aficionados - Calidad en fotomontajes y visuales 	<ul style="list-style-type: none"> - Canal no Youtube - Frecuencia en todas las redes

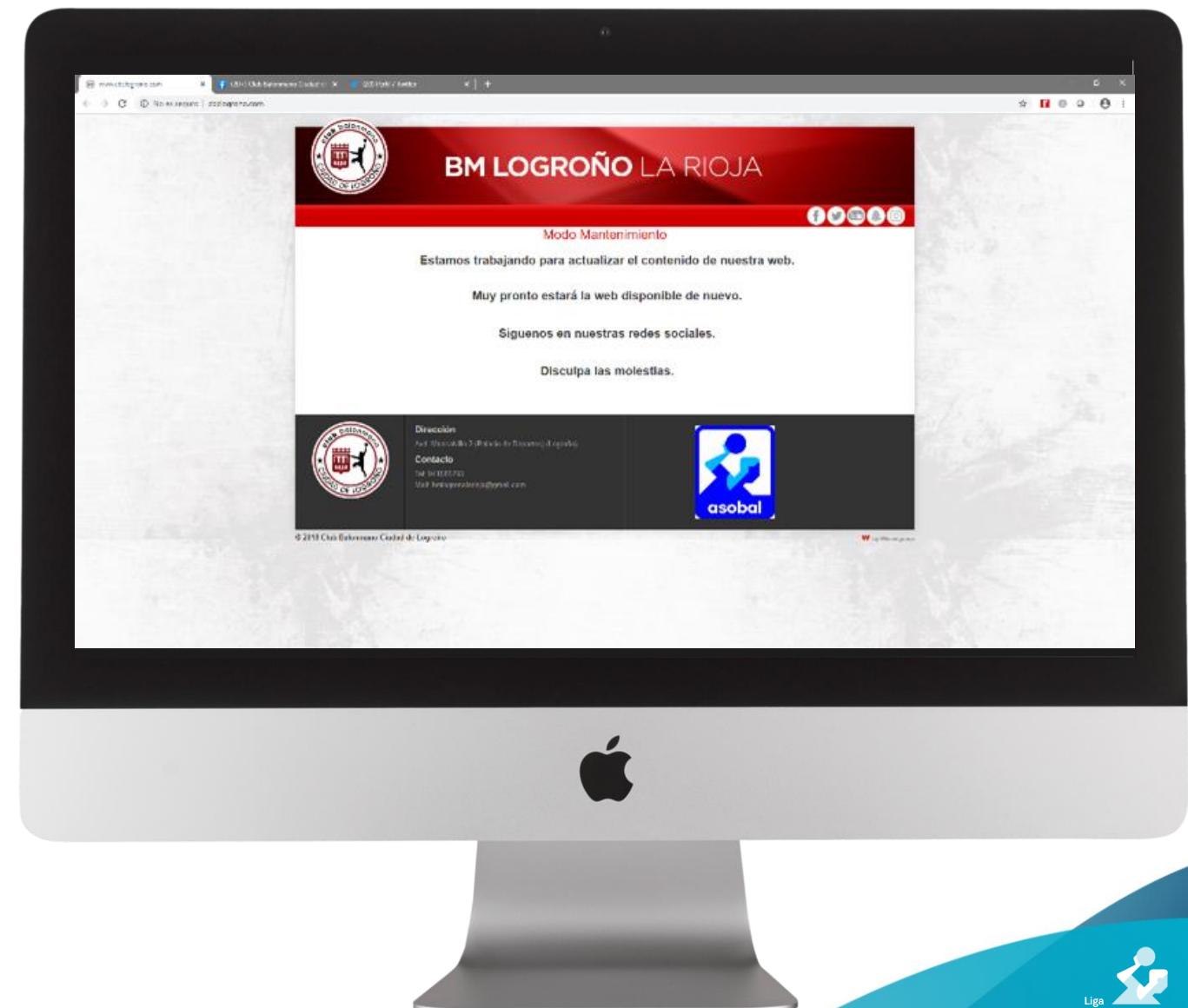


BM. Logroño La Rioja

 URL

Comentarios:

- Web no operativa. Se encuentra en mantenimiento.
- Los botones de Twitter e Instagram conducen a enlaces que no existen.





BM. Logroño La Rioja

 URL **8.516 seguidores**

Post sobre partidos, calendario, resultados. Contenido plano. Poca interacción.

IR ➔

 **5.928 seguidores**

Las publicaciones son sencillas, sin un tratamiento adecuado, no hay interacción con los fans y la activación de los patrocinadores es muy básica.

IR ➔

 **4.050 seguidores**

El club tiene una pequeña activación con un patrocinador, no tiene cuidado con todas las imágenes elegidas.

IR ➔

 **60 suscriptores**

Canal utilizado solo para previas, lista de reproducción desactualizada y con poca información actual.

IR ➔

Comentarios:

- Post sobre partidos, calendario, resultados del equipo. Activos en RRSS.
- Lenguaje cercano, especialmente en Twitter.
- En YouTube llevan sin actividad 5 años



BM. Logroño La Rioja

↗ URL

ANÁLISIS WEB		ANÁLISIS RRSS	
DEBILIDADES	AMENAZAS	ELIMINAR	REDUCIR
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	INCREMENTAR	CREAR
<ul style="list-style-type: none">- No tienen pagina web activa		<ul style="list-style-type: none">- Publicaciones de mala calidad	<ul style="list-style-type: none">- Secuencia repetitiva de publicaciones
		<ul style="list-style-type: none">- Contenidos vinculados a los patrocinadores- interacción con los aficionados	<ul style="list-style-type: none">- Reactivar el canal de Youtube- Cuidado en todas las redes



Helvetia Anaitasuna

↗ URL

Comentarios:

- Web sencilla y clásica. Wordpress excesivamente básico, sensación de amateur.
- Tiene una segunda web como sección de la web de la SCDR Anaitasuna (más anticuada aún)
- Necesaria una modernización de la web.
- Sin enlace a RRSS desde la web.





Helvetia Anaitasuna

 URL 8.672 seguidores

Post sobre partidos, calendario, resultados. Contenido plano. Poca interacción.

IR ➔

 3.239 seguidores

Las publicaciones son sencillas, sin un tratamiento adecuado, no hay interacción con los fans y la activación de los patrocinadores es muy básica.

IR ➔

 2.989 seguidores

El club utiliza únicamente para la publicación de imágenes de los partidos, con informativo sencillo, y no hay interacción.

IR ➔

 1350 suscriptores

Hay una falta de engagement con los aficionados, activación de patrocinadores y diversificación de publicaciones.

IR ➔

Comentarios:

- Post sobre partidos, calendario, resultados del equipo. Activos en RRSS.
- Lenguaje llano y cercano, muy de la casa. Se apoyan mucho en el slogan de campaña y enlace emocional (#ADNAAnaita)
- Comparten muchos contenidos del equipo femenino y de los equipos de la cantera.
- En YouTube llevan estás subiendo prácticamente a diario vídeos de partidos de temporadas pasadas para agregar más contenido al perfil.



Helvetia Anaitasuna

↗ URL

ANÁLISIS WEB		ANÁLISIS RRSS	
DEBILIDADES	AMENAZAS	ELIMINAR	REDUCIR
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	INCREMENTAR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> - web ultrapasada - falta de programa sociales - no genera ingresos - sin newsletter - sin enlace a las RRSS 	<ul style="list-style-type: none"> - perder accesos - perder ventas directas online - Competencia con otros canales de información externos 	<ul style="list-style-type: none"> - Publicaciones de mala calidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Secuencia repetitiva de publicaciones
<ul style="list-style-type: none"> - Noticias - Tono - Presencia de patrocinadores (están, aunque sin categoría ni buena visibilidad) 	<ul style="list-style-type: none"> - Renovación total de la web - Generar ingresos con la venta de abonos, tickets y productos del club - Generar leads vía newsletter - empezar los proyectos sociales - acciones con patrocinadores para socios - acciones con patrocinadores con programas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos vinculados a los patrocinadores - interacción con los aficionados 	<ul style="list-style-type: none"> - Canal de Youtube - Cuidado en todas las redes



BM. Bada Huesca

URL

Comentarios:

- Web sencilla y clásica. Wordpress básico.
- Se disponen claramente los patrocinadores.
- Falta enlace a perfil de Youtube.
- Tienen habilitada tienda y venta de abonos online.





BM. Bada Huesca

 URL **7.739 seguidores**

Post sobre partidos, calendario, resultados. Contenido plano. Poca interacción.

IR ➔

 **4.287 seguidores**

Las publicaciones son básicas, pero hay un mayor cuidado con el patrocinador, no hay engagement con los aficionados.

IR ➔

 **3.745 seguidores**

El club tiene una pequeña activación con un patrocinador, no hay interacción pero el club tiene publicaciones a los aficionados.

IR ➔

 **137 suscriptores**

Canal utilizado solo para partidos con poca información actual.

IR ➔

Comentarios:

- Post sobre partidos, calendario, resultados del equipo. Mismo contenido en FB, IG y TW.
- Tienen algunas acciones interesantes en Instagram como sorteos y retos en Stories.
- En YouTube suben vídeos de partidos y ruedas de prensa.



BM. Bada Huesca

URL

ANÁLISIS WEB		ANÁLISIS RRSS	
DEBILIDADES	AMENAZAS	ELIMINAR	REDUCIR
<ul style="list-style-type: none"> - visual de la web - sin newsletter 	<ul style="list-style-type: none"> - perder tiempo de conexión por falta de atractivo 	<ul style="list-style-type: none"> - Publicaciones de mala calidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Secuencia repetitiva de publicaciones
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	INCREMENTAR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> - organización del contenido - venta de abonos, tickets y productos online - destaque a los patrocinadores - Fundación 	<ul style="list-style-type: none"> - renovación del visual de la web - generar leads con newsletter - acciones con patrocinadores para socios - acciones con patrocinadores con programas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos vinculados a los patrocinadores - interacción con los aficionados 	<ul style="list-style-type: none"> - Canal de Youtube - Cuidado en todas las redes

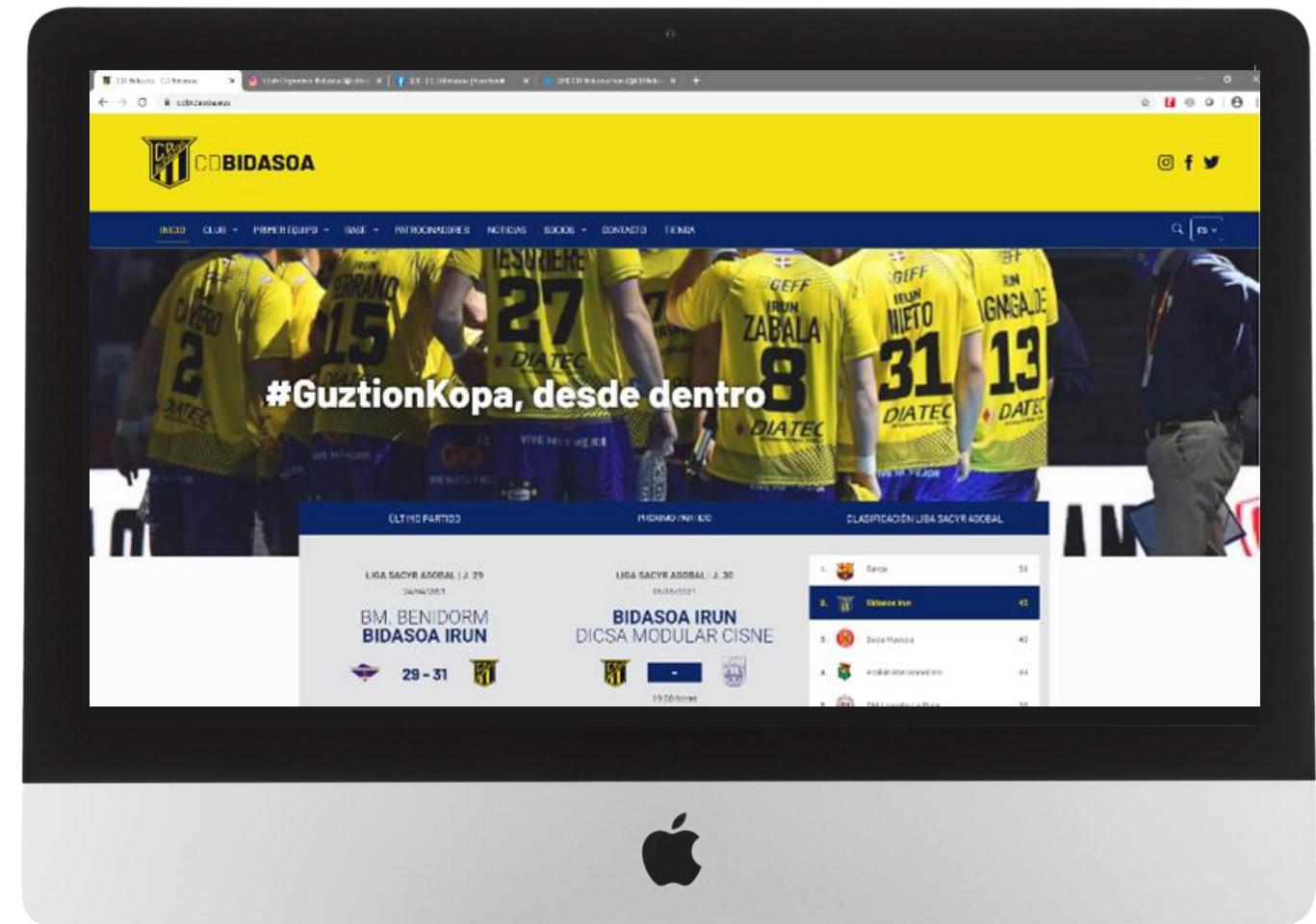


Bidasoa Irún

↗ URL

Comentarios:

- Buen diseño web, elementos bien organizados y con orden lógico.
- Faldón de patrocinadores en página principal algo escaso, solo están los principales.
- Falta enlace a perfil de Youtube.
- Tienda online externa.
- Acceso a web en castellano y euskera



RANK	TEAM	POINTS
1.	Bidasoa Irún	51
2.	BM Benidorm Bidasoa Irún	48
3.	Bidasoa Irún	47
4.	Asociación Euskadibetza	44



Bidasoa Irún

 URL

7.126 seguidores

Post sobre partidos, calendario, resultados y información. Con una interacción media

IR ➔

4.233 seguidores

Las publicaciones son básicas, pero hay un mayor cuidado con el patrocinador, no hay engagement con los aficionados.

IR ➔

6.816 seguidores

El club tiene una buena identidad visual, pero no se preocupa por los patrocinadores, la afición y la interacción en la red.

IR ➔

40 suscriptores

Canal con pocos videos, de creación reciente, falta de diversificación de contenidos y engagement con los aficionados del club.

IR ➔

Comentarios:

- Post sobre partidos, calendario, resultados del equipo.
- Diseños de carteles de partidos y otros contenidos muy cuidados.
- Tienen algunas acciones interesantes en Instagram como sorteos de merchandising o la Rifa Bidasoa, en la que participan los patrocinadores ofreciendo los premios.
- En YouTube subieron el primer vídeo hace 3 meses, todavía hay que trabajarla.



Bidasoa Irún

↗ URL

ANÁLISIS WEB		ANÁLISIS RRSS	
DEBILIDADES	AMENAZAS	ELIMINAR	REDUCIR
<ul style="list-style-type: none"> - Sección de socios no permite contratación online ni da instrucciones de cómo abonarse - Sin enlace a Youtube en web 	<ul style="list-style-type: none"> - perder tiempo de conexión por poca atraktividad 		<ul style="list-style-type: none"> - Información de partidos
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	INCREMENTAR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> - organización del contenido - venta de abonos, tickets y productos online - destaque a los patrocinadores, con sección propia organizados pro categorías - Newsletter - Fundación 	<ul style="list-style-type: none"> - acciones con patrocinadores para socios - acciones con patrocinadores con programas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos vinculados a los patrocinadores - interacción con los aficionados - Historias humanas con protagonismo de jugadores, patrocinadores y aficionados 	<ul style="list-style-type: none"> - Diversificación de contenido

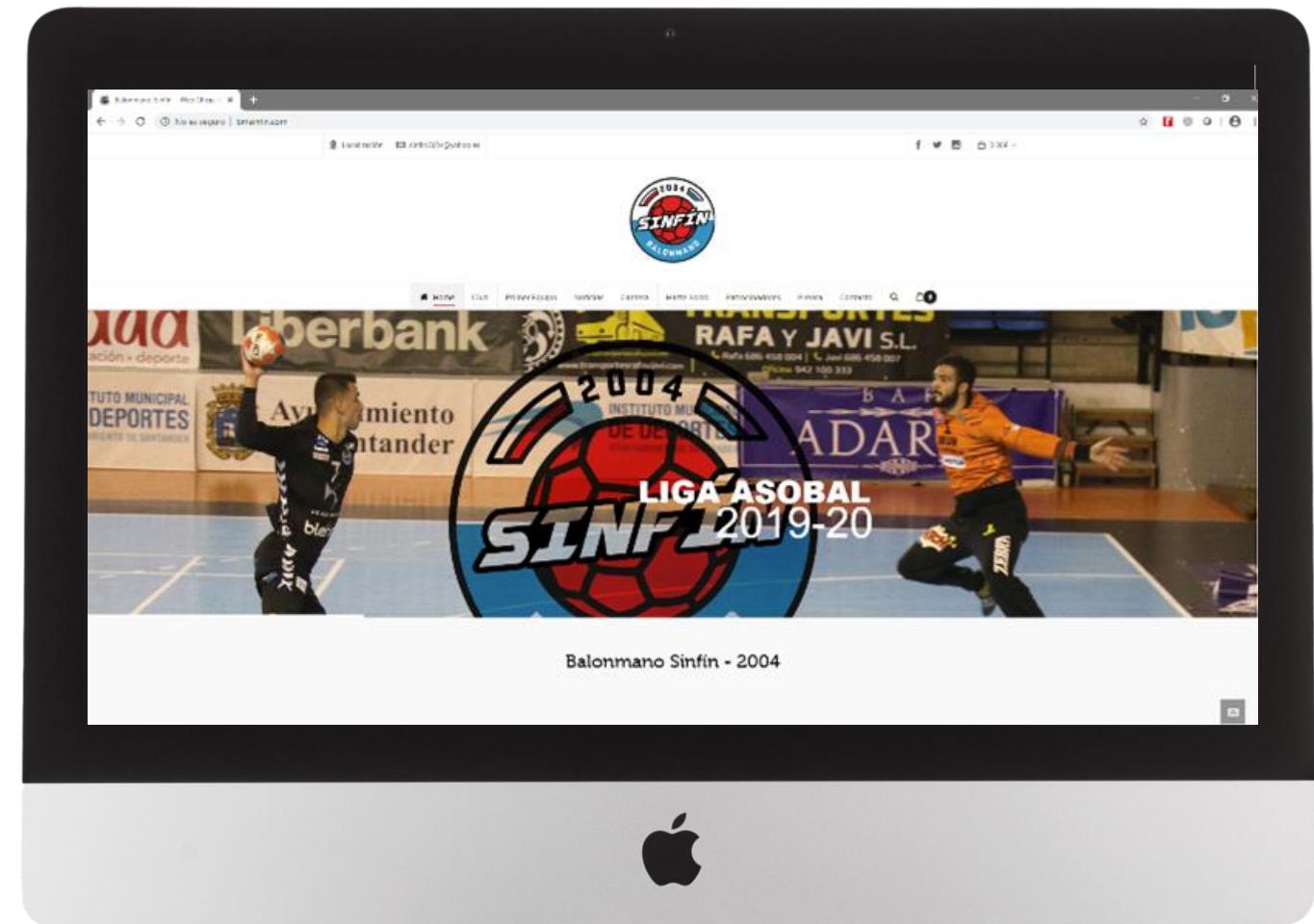


Liberbank Cantabria Sinfín

↗ URL

Comentarios:

- Página web sencilla, diseño simple.
- Algunos elementos como la clasificación dan error y no se pueden visualizar.
- Faldón de patrocinadores enorme en comparación con el resto de elementos.
- Tienda online habilitada, pero no se vende ningún producto.





Liberbank Cantabria Sinfín

 URL 4.989 seguidores

Post sobre partidos, calendario, resultados y información. Página bien mantenida con videos, publicaciones, fotos, colores y información, con una interacción media.

IR  4.233 seguidores

Las publicaciones son más informativas sobre los partidos, no hay interacción, no hay engagement y los patrocinadores se mencionan de forma sencilla.

IR  3.728 seguidores

El club no tiene interacción y activa a los patrocinadores de forma básica. Publica mucho pero no genera engagement

IR  No tiene perfil

Comentarios:

- Post sobre partidos, calendario, resultados del equipo. Muy activos en RRSS, especialmente en Instagram.
- Contenidos interesantes con jugadores: retos, entrenamientos en casa, recetas de comida...
- Sería conveniente crear un perfil de YouTube con vídeos relevantes del equipo.



Liberbank Cantabria Sinfín

 URL

ANÁLISIS WEB		ANÁLISIS RRSS	
DEBILIDADES	AMENAZAS	ELIMINAR	REDUCIR
<ul style="list-style-type: none"> - Diseño mejorable - falta de programa sociales - no genera ingresos - sin newsletter 	<ul style="list-style-type: none"> - perder accesos - perder ventas 	<ul style="list-style-type: none"> - Publicaciones de mala calidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Secuencia repetitiva de publicaciones
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	INCREMENTAR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> - Noticias - Buena exposición de los patrocinadores - ofrecimiento de descuentos y beneficios de los patrocinadores a los seguidores - Exposición de las RRSS 	<ul style="list-style-type: none"> - renovación visual de la web - realizar programas sociales - generar leads con newsletter - generar ingresos con la venta de abonos, tickets y productos - acciones con patrocinadores con programas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos vinculados a los patrocinadores - interacción con los aficionados 	<ul style="list-style-type: none"> - Frecuencia en todas las redes - Canal de Youtube

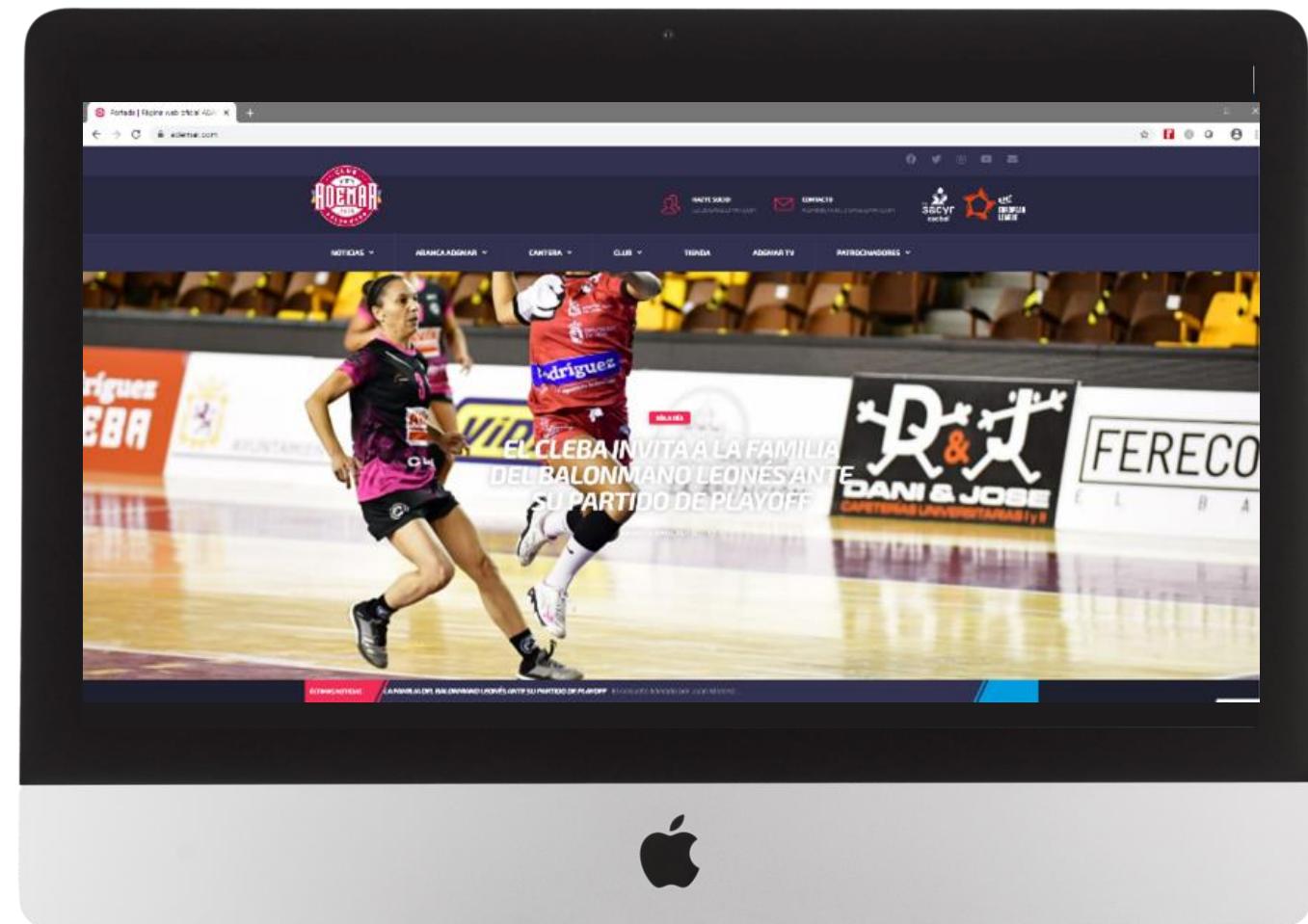


Abanca Ademar León

↗ URL

Comentarios:

- Buen diseño web, elementos bien organizados y con orden lógico.
- Espacio de patrocinadores muy completo.
- Tienda online bien organizada y moderna.
- En Ademar TV se pueden visualizar partidos.
- A mitad de la página principal hay un espacio muy grande entre elementos, habría que arreglarlo.
- Problemas de legibilidad en algunos headers.





Abanca Ademar León

 URL

17.800 seguidores

Post sobre partidos, calendario, resultados, ventas y información. Pagina bien mantenida con videos, publicaciones, fotos, colores y información, con una interacción media.

IR 

11.029 seguidores

Poca activación con patrocinadores, falta de interacción y falta de protagonismo para los aficionados del club.

IR 

11.600 seguidores

El club tiene una buena identidad visual, pero no se preocupa por los patrocinadores, la afición y la interacción en la red.

IR 

218 suscriptores

Hay una falta de engagement con los fanáticos, activación de patrocinadores y diversificación de publicaciones.

IR 

Comentarios:

- Post sobre partidos, calendario, resultados del equipo. Muy activos en RRSS.
- Diseños de carteles de partidos y otros contenidos muy cuidados.
- Contenidos que buscan la interacción de los aficionados, sobre todo en Stories (encuestas, preguntas, etc.)
- Cuenta de YouTube utilizada para subir partidos del primera equipo y de la escuela.



Abanca Ademar León

 URL

ANÁLISIS WEB		ANÁLISIS RRSS	
DEBILIDADES	AMENAZAS	ELIMINAR	REDUCIR
<ul style="list-style-type: none"> - no vender tickets - no vender abonos online - sin programas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - perder ventas de tickets y abonos 	<ul style="list-style-type: none"> - Repetición en el canal de YouTube 	<ul style="list-style-type: none"> - Publicaciones sencillas
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	INCREMENTAR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> - buena identidad visual - organización del contenido - venta de productos - destaque a los patrocinadores - destaque a las RRSS - newsletter simple para generar leads 	<ul style="list-style-type: none"> - generar nuevos ingresos con la venta de tickets y abonos online - empezar programas sociales - realizar acciones con patrocinadores para socios - realizar acciones con programas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos vinculados a los patrocinadores - interacción con los aficionados 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos para Youtube



Frigoríficos Morrazo Cangas

↗ URL

Comentarios:

- Web no proporcionada y sin adaptar a formato responsive.
- Contenido lógico, aunque habría que estructurarlo.
- Faldón de patrocinadores bien planteado.
- No tiene tienda ni taquilla virtual.
- Problemas de navegabilidad y visibilidad del contenido (legibilidad)
- Disponibilidad de idioma en gallego, español e inglés (aunque la traducción es automática y genera errores)





Frigoríficos Morrazo Cangas

 URL **6.069 seguidores**

Post sobre partidos, calendario, resultados y información. Con una interacción media.

IR ➔

 **3.592 seguidores**

Poca activación con patrocinadores, falta de interacción y falta de diversificación de publicaciones.

IR ➔

 **3.528 seguidores**

El club no tiene interacción y no activa a los patrocinadores, no tiene una identidad.

IR ➔

 **345 suscriptores**

No hay prominencia o división de categorías, sin engagement, sin activación de patrocinador, canal simple.

IR ➔

Comentarios:

- Post sobre partidos, calendario, resultados del equipo.
- Mismo contenido en FB, TW e IG, siempre en gallego.
- Perfil de YouTube utilizado para subir vídeos de partidos del primer equipo y de la escuela.



Frigoríficos Morrazo Cangas

↗ URL

ANÁLISIS WEB		ANÁLISIS RRSS	
DEBILIDADES	AMENAZAS	ELIMINAR	REDUCIR
<ul style="list-style-type: none"> - web ultrapasada - falta de programa sociales - no genera ingresos - sin newsletter 	<ul style="list-style-type: none"> - perder accesos - perder ventas 	<ul style="list-style-type: none"> - Imágenes de mala calidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Publicaciones sencillas
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	INCREMENTAR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> - apertura para conversación - cuidado con la estética visual de los patrocinadores 	<ul style="list-style-type: none"> - renovación total de la web - generar leads con una newsletter - empezar los proyectos sociales - generar ingresos con la venta de abonos, tickets y productos - acciones con patrocinadores para socios - acciones con patrocinadores con programas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos vinculados a los patrocinadores - interacción con los aficionados 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos para YouTube

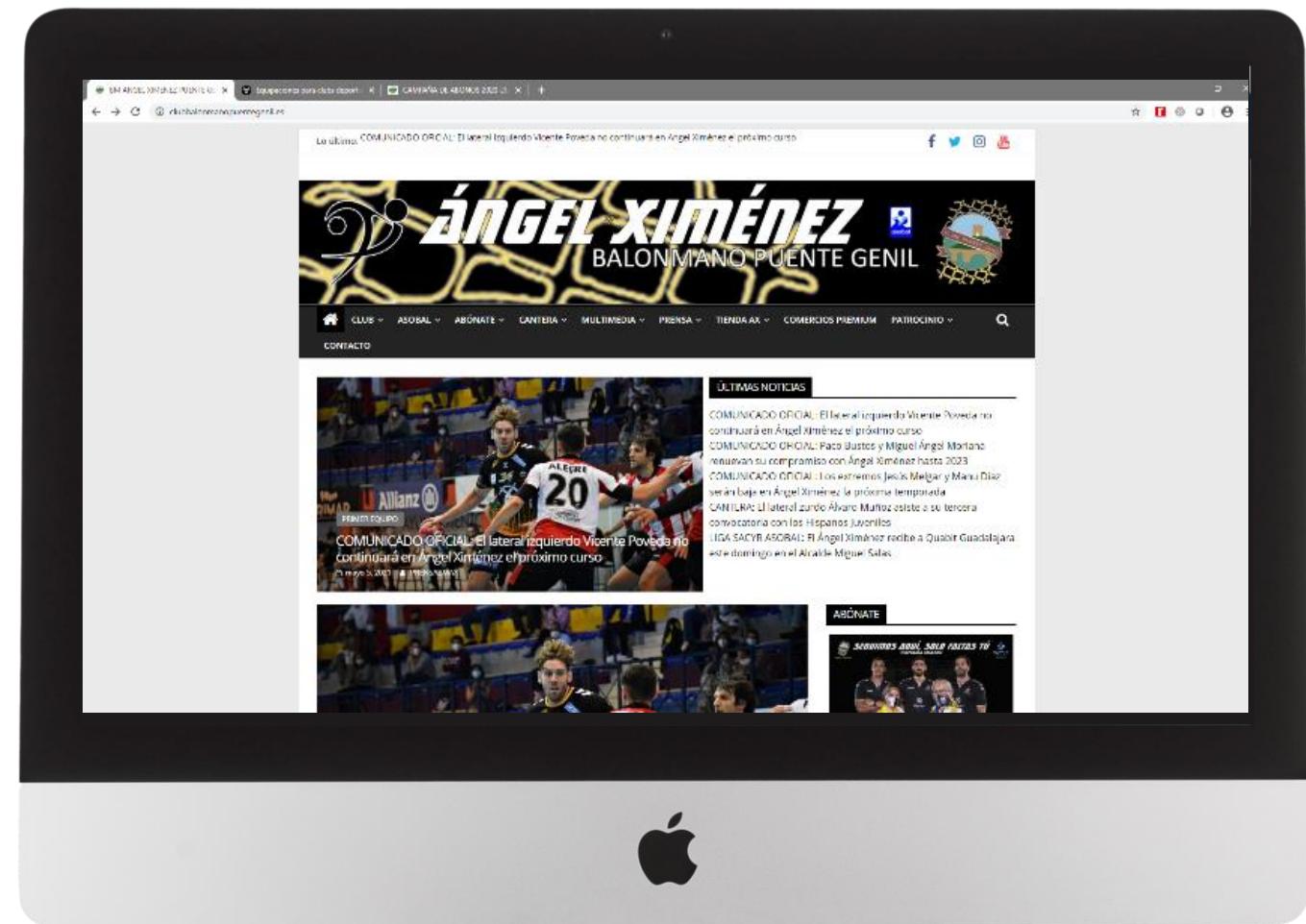


BM. Ángel Ximenez Puente Genil

 URL

Comentarios:

- Página web sencilla, wordpress clásico.
- Contenido lógico, aunque habría que modernizar el diseño.
- Faldón de patrocinadores en página principal muy mejorable.
- Tienda online externa.


 A screenshot of a computer monitor displaying the official website of BM. Ángel Ximenez Puente Genil. The website has a dark blue header featuring the club's name in white and yellow text, along with a logo of a bridge. Below the header is a navigation menu with links like CLUB, ASOBAL, ABONATE, CANTECA, MULTIMEDIA, PRENSA, TIENDA, COMERCIOS PREMIUM, and PATROCINIO. The main content area shows a banner with a handball player and the text 'ÁNGEL XIMÉNEZ BALONMANO PUENTE GENIL'. Below the banner is a section titled 'ÚLTIMAS NOTICIAS' (Last News) which includes a thumbnail of a handball game and several news headlines. To the right of the news is a 'SERVICIOS ASOBAL' (ASOBAL SERVICES) section with a photo of three men. The monitor sits on a silver stand against a white background.



BM. Ángel Ximenez Puente Genil

↗ URL

 6.308 seguidores

Post sobre partidos, calendario, resultados y información. Con una interacción media.

IR ➔

 3.526 seguidores

Falta cuidado en la elección de imágenes, publicaciones repetitivas, sin engagement con los aficionados y sin cuidado con los patrocinadores.

IR ➔

 3.397 seguidores

El club no tiene interacción y no activa a los patrocinadores, no tiene una identidad.

IR ➔

 276 suscriptores

Claramente no hay cuidado por el canal y no es una herramienta utilizada.

IR ➔

Comentarios:

- Post sobre partidos, calendario, resultados del equipo.
- Mismo contenido en FB, TW e IG, siempre en gallego.
- Perfil de YouTube utilizado para subir vídeos de partidos del primer equipo y de la escuela.



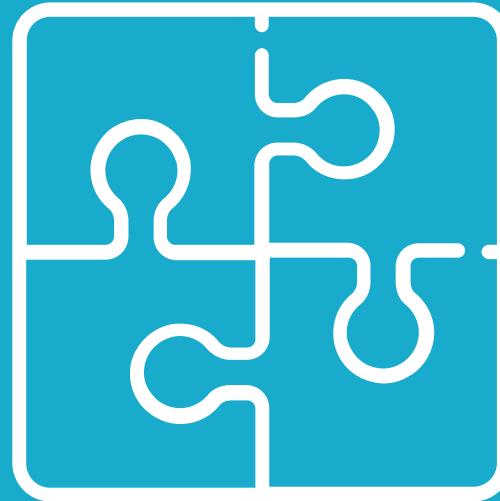
BM. Ángel Ximenez Puente Genil

↗ URL

ANÁLISIS WEB		ANÁLISIS RRSS	
DEBILIDADES	AMENAZAS	ELIMINAR	REDUCIR
<ul style="list-style-type: none"> - web visualmente poco atractiva - falta de programa sociales - no genera ingresos - sin newsletter 	<ul style="list-style-type: none"> - perder accesos - perder ventas 	<ul style="list-style-type: none"> - Imágenes de mala calidad - Otras cuentas que no estén alineadas con la general, como la de la cantera 	<ul style="list-style-type: none"> - Publicaciones sencillas y repetitivas
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	INCREMENTAR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> - exposición de las RRSS 	<ul style="list-style-type: none"> - renovación total de la web - generar leads con una newsletter - empezar los proyectos sociales - generar ingresos con la venta de abonos, tickets y productos - acciones con patrocinadores para socios - acciones con patrocinadores con programas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos vinculados a los patrocinadores - interacción con los aficionados - Historias humanas 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos para YouTube - Verificación de cuentas - Contenido audiovisual de calidad

Asobal Análisis web y RRSS Clubes

Dafo clubes



Todos los clubes

ANÁLISIS WEB	
DEBILIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Desorden de la información- Visual ultrapasado- sin venta online de tickets, abonos- sin e-commerce de productos del club- sin newsletter	<ul style="list-style-type: none">- perder tiempo de conexión por poca atractividad- perder accesos y ventas
<ul style="list-style-type: none">- Info del equipo- Noticias	<ul style="list-style-type: none">- reorganización de la info- mejorar visual de la web- generar leads a través de una newsletter- cruzar los proyectos sociales con patrocinadores- generar ingresos con la venta de abonos, tickets y productos del club- acciones con patrocinadores para socios

Web

DEBILIDADES → AMENAZAS

Desorden de la información y Visual ultrapasado



Club Balonmano Puerto Sagunto
Fertiberia BM Puerto Sagunto

CLUB • ASOBAL • FOTOGRAFIA • CAMARA • PATROCINIO • ACTUACION •

El Fertiberia Puerto Sagunto se despide de ASOBAL con un empate

30-05-2021 | Paga Cuenta | Deja un comentario

El Fertiberia balonmano Puerto Sagunto logra un empate 30-30 ante el

SIGUELOS

Buscar... 

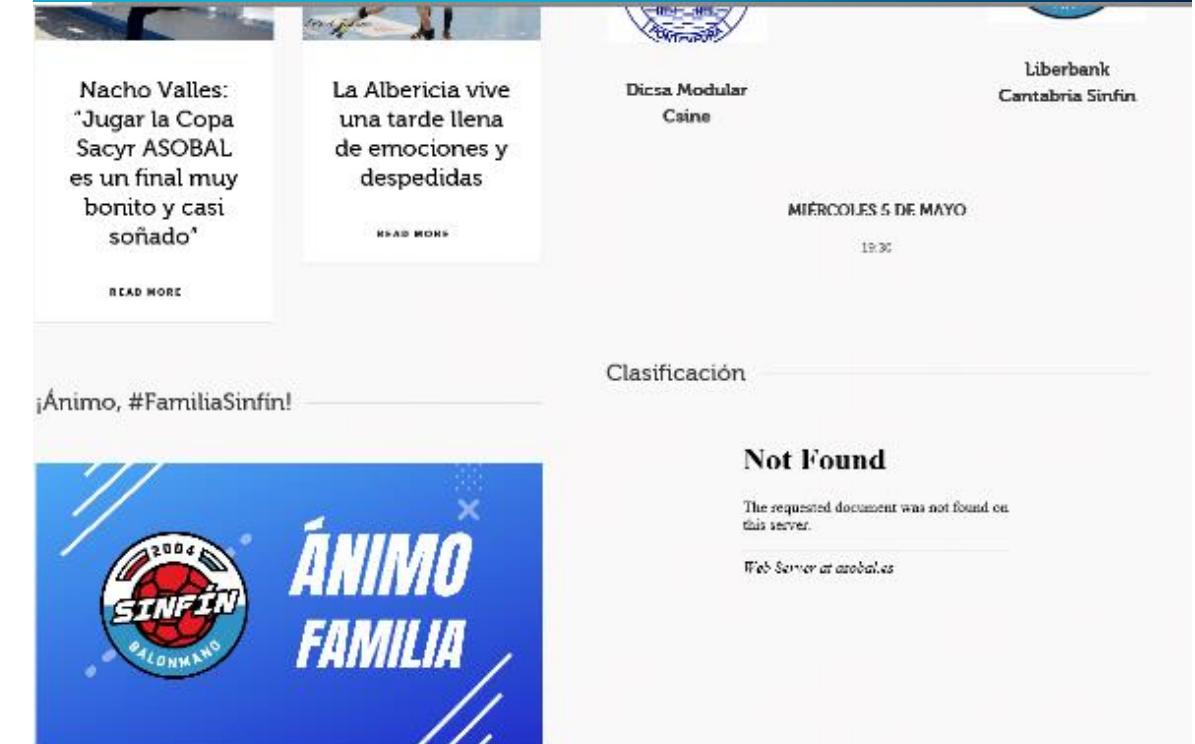
ABIERTA LA INSCRIPCION DE NUEVOS SOCIOS

 Feribertia
YO SOY SOCIO 

PATROCINADORES



Perder accesos y tiempo de conexión por falta de información y poco atractivo



Nacho Valles:
"Jugar la Copa Sacyr ASOBAL es un final muy bonito y casi soñado"

La Albericia vive una tarde llena de emociones y despedidas

MIÉRCOLES 5 DE MAYO
19:30

Dicsa Modular Caixa

Liberbank Cantabria Sinfín

Clasificación

Not Found

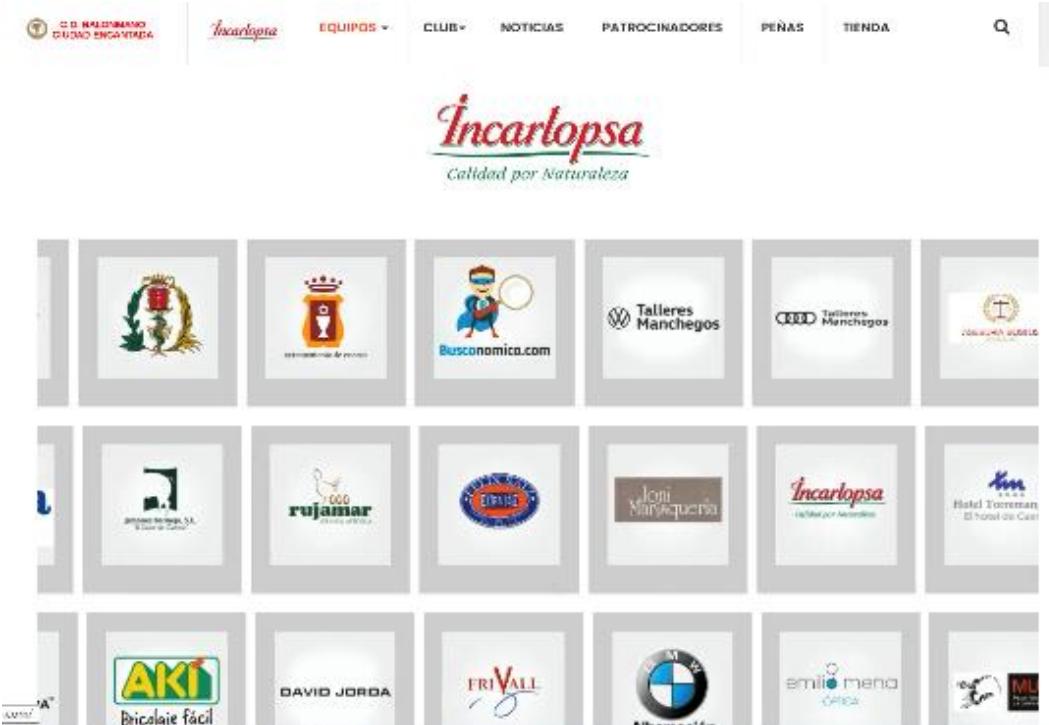
The requested document was not found on this server.

Web Server at asobal.es



Web DEBILIDADES

Exposición de los patrocinadores sin estructura clara



Sin enlace a las RRSS

Helvetia Anaitasuna

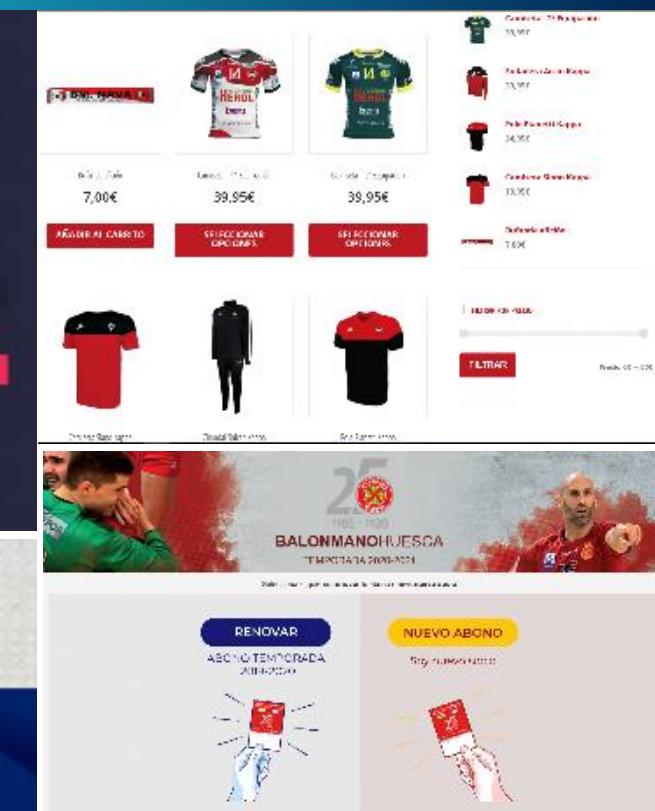
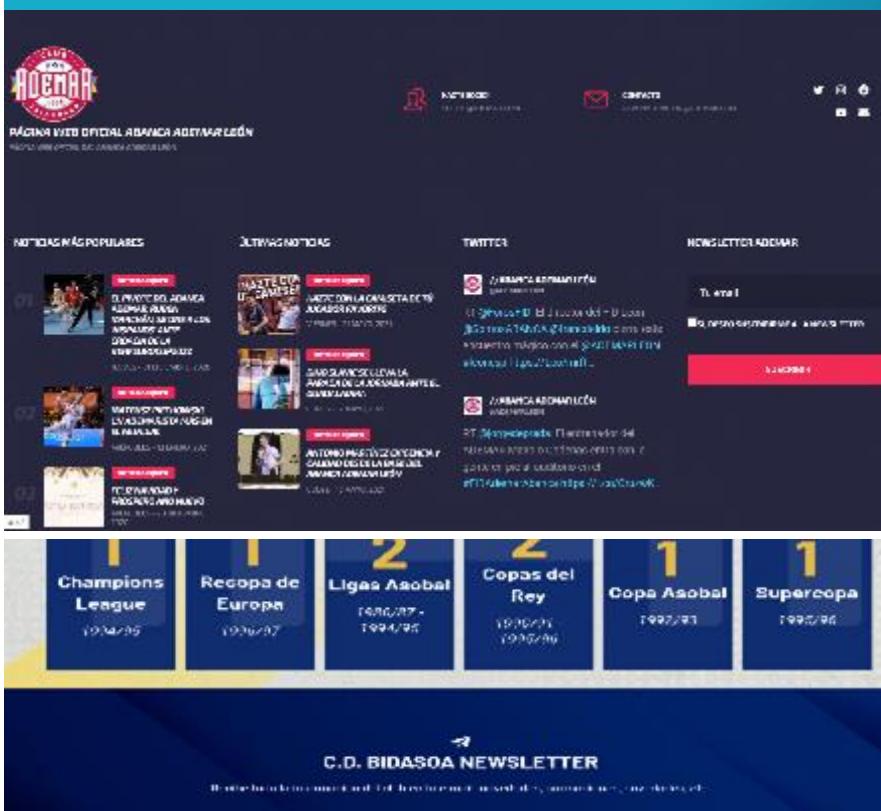
¡Somos Asobal!

[Inicio](#) [Plantilla](#) [Cuerpo Técnico](#) [Patrocinadores](#) [Multimedia](#) [Contactar](#)



Web OPORTUNIDADES

sin venta online de tickets, abonos | sin e-commerce de productos del club | sin newsletter



Web

OPORTUNIDADES

Realizar más proyectos sociales y cruzar con los patrocinadores

Responsabilidad Social

EL alma del Club



#TotoVaporTi

- ▶ Recoletas visita la sede de uno de sus patrocinadores, Aludeval-Iberia Ventanas 14:45
- ▶ #BaloncestoFuturo - Pablo Crandall 4:24
- ▶ Práctica Diosa Modular Disney - Recoletas Alético Valladolid 10:16
- ▶ Miguel Martínez representará a Recoletas con los Hispanos en los 2 próximos partidos de la EHFEURO 2:38

ULTIMOS TWEETS



La Fundación Huesca Deporte, es una organización constituida sin ánimo de lucro, que nace con la voluntad de contribuir a fines e intereses generales de nuestro ámbito social.

Uno de los intereses sociales más importantes es el fomento de un estilo de vida saludable, donde se incluyen conductas como la práctica deportiva.



Web

OPORTUNIDADES

Visibilidad de los patrocinadores con ventajas directas para los abonados y socios



10% de descuento al contratar una nueva póliza de auto, hogar, vida o comercio presentando el carnet de socio del equipo.

Oferta válida hasta 30/06/2020 en la clínica de seguros Pelayo de Murcia.

Más info

Descuentos y promociones

31º Caja Siete ASOBAL



[Home > Descuentos y promociones](#)



Incentivo monetario único de 100 euros (una sola vez por cliente) por la contratación de alguno de los siguientes productos y/o servicios:

- Contratación de una tarjeta o seguros sociales por importe superior a 600 euros (compromiso de permanencia de 24 meses).
- Contratación de fondos de inversión o aportaciones a planes de pensiones por importe mínimo de 10.000 euros.
- Contratación de un préstamo personal o hipotecario con un importe mínimo de 5.000 euros.

Oferta actualizada a 03/06/2020. Advertido a las nuevas cláusulas sueltas de crisis sanitaria COVID-19.

Más info



Matrícula gratis + pulsera de acceso gratis*

Presentando: DNI, recibo de cuenta bancaria, carnet de socio, sello del libro de familia en caso de abona familiar.

*Promoción aplicable una vez por persona y año.

Oferta válida hasta 30/06/2020.

Más info



- 500€ de descuento IVA incluido entre los socios de las marcas, por la compra de un vehículo en cualquiera de los concesionarios del grupo.
- 10% de descuento en mano de obra y piezas en las talleres del grupo.

Oferta válida durante la temporada 2019/2020.

Más info

Asobal Análisis web y RRSS Clubes

eric



Análisis Redes Sociales Clubes

Destacamos que la interacción de la afición en las redes sociales de todos los equipos de ASOBAL es inferior al 5% en total. Ninguno de los equipos logra una interacción por encima de este número.

ANÁLISIS RRSS			
ELIMINAR		REDUCIR	
INCREMENTAR		CREAR	
- Imágenes de mala calidad	- Carteles con demasiada información.	- Secuencia repetitiva de publicaciones	- Información sólo de partidos.
- Contenidos vinculados a los patrocinadores	- Contenido que generan más engagement	- Alimentar el canal de youtube con contenido diverso	- Mantener el canal más activo
- Interacción con los aficionados		- Videos en Reels y IG stories destacadas	- Nuevas RRSS: Tik Tok o Twitch

RRSS

ELIMINAR


Imágenes de mala calidad o que no aportan



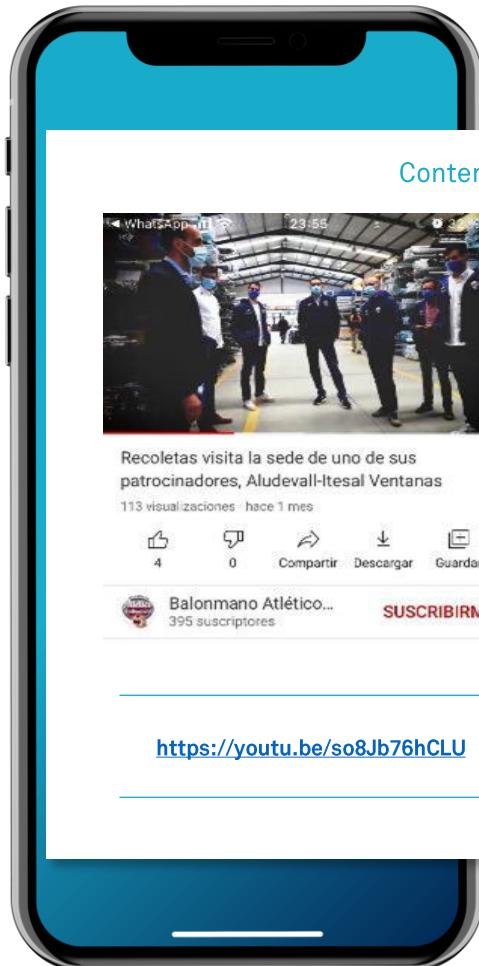
Imágenes con demasiada información

RRSS

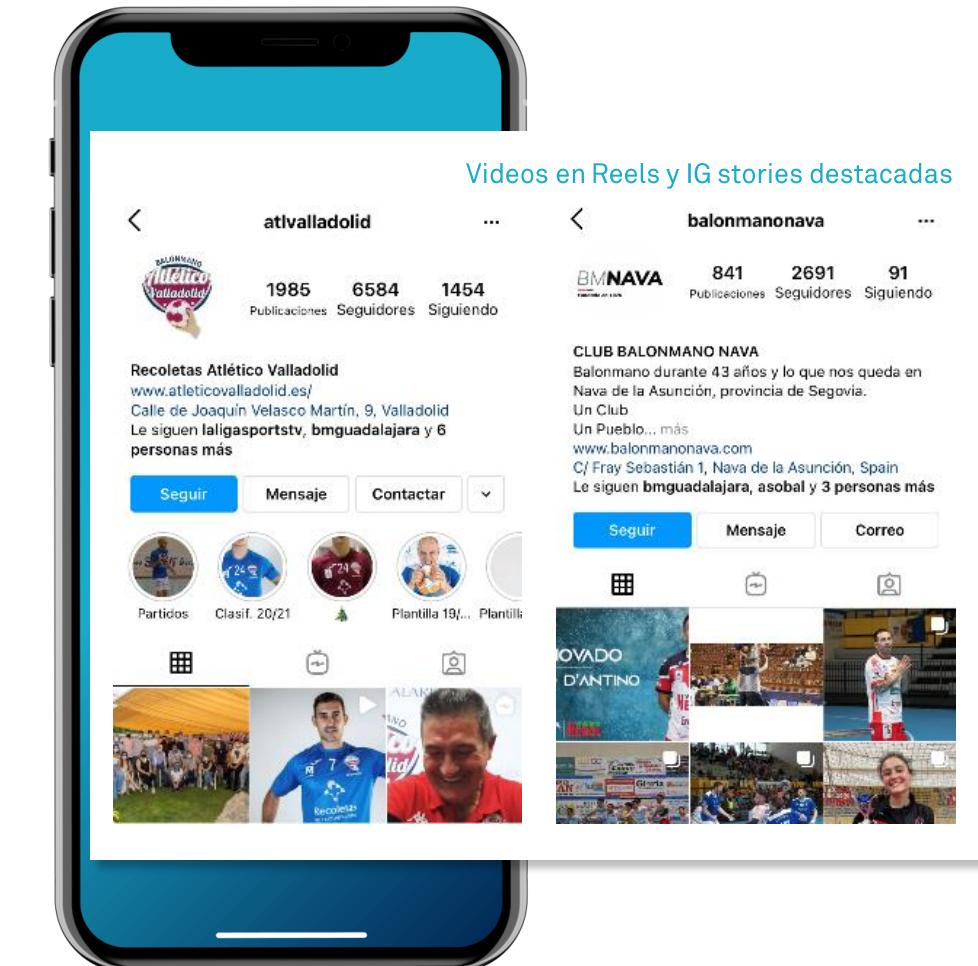
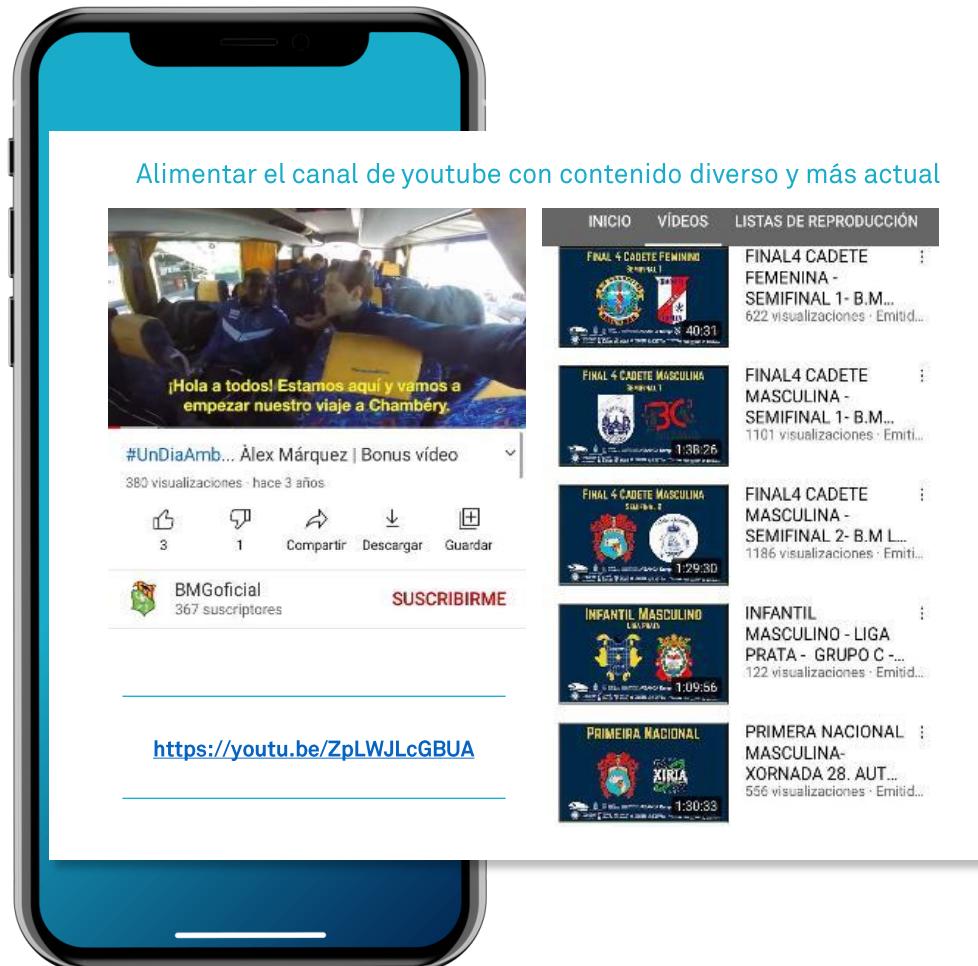
REDUCIR



RRSS MEJORAR



RRSS

CREAR


Consultoría Asobal Análisis de la competición

7 Conclusiones iniciales

Conclusiones iniciales Etapa 1

- Ausencia de definición estratégica de valor de Asobal (no tiene definido Misión, Visión y Valores)
- Ingresos por patrocinios muy reducidos: necesario aumentarlos para poder incrementar los gastos estructurales y de marketing
- Posición histórica de Asobal privilegiada: volver a lo que se fue. Interesante estudiar el cambio de modelo de gestión de Francia para ocupar un liderazgo que nunca había tenido en un periodo de tiempo muy reducido
- Descenso de la práctica del balonmano en España. Destaca que el descenso es mayor que en otros deportes (la media española se reduce en 2020 un 2'63% frente a 2019, pero en balonmano ese descenso es del 10%).
- Amplia ventana mediática (OTT LaLiga, 1 TV en abierto (GOL) y 7 autonómicas) pero audiencias bajas (2k en LaLigaTV, 33k en GOL, 4,2k en TVG2 y 8,1k en E3, como representación de las autonómicas que más apuestan por el balonmano)
- En cuanto a audiencias, el GOL el balonmano Asobal se sitúa por detrás de otros deportes, como el futbol sala (LNFS 74,9k), el fútbol femenino (Primera Iberdrola 52,6k) o el pádel (WPT 45'6k)
- Los canales sociales de Asobal están demasiado centrados en la información deportiva, descuidando el entretenimiento y la faceta más humana. Falta contenido audiovisual propio, ya que la información es repetitiva y con una baja interacción y engagement.
- En el caso de los clubes, sus webs necesitan un rediseño y elementos de uniformidad. Anticuados, sin explotación correcta de contenidos ni ventanas a patrocinio. En RRSS, repetitivos y poco diferenciales.