

**BERGALLO Y PASTRONE:
CAMPAÑA “JUNTO AL DEPORTE CORDOBÉS”**

PLAN DE PATROCINIO DEPORTIVO DE BERGALLO Y PASTRONE EN 2023



EMPRESA: BERGALLO Y PASTRONE

AGENCIA: SOCIAL MEDIA TRENDS

El plan de Bergallo y Pastrone para apoyar al deporte cordobés. Cosas buenas pasan cuando los más grandes se juntan #PremiosEikon @bergalloypastroneok #Juntoaldeportecordobés

Empresa: Bergallo y Pastrone

Nombre de la agencia: Social Media Trends

Directores: Darío Valdez y Nicolás Galli

Responsables: Ignacio Seleman y Gabriel Castelli por la empresa y Guillermo Paz y Dayana Barrionuevo por la agencia

1- INTRODUCCIÓN

1.1- Quiénes Somos



Bergallo y Pastrone es la tienda de herramientas y maquinarias líder en Argentina.

Fundada el 2 de julio de 1920 en la ciudad de Córdoba, Bergallo y Pastrone ostenta el honor de ser una empresa argentina centenaria en uno de los rubros más tradicionales del comercio: la ferretería.

Los pilares sobre los que se ha sostenido durante sus más de 103 años son la cercanía con el cliente, el compromiso de su equipo en brindar una atención personalizada, y la posibilidad de ser un

factor que colabore en la concreción de obras y proyectos.

Lo que nos permitió llegar hasta el lugar en el que estamos hoy fue la perseverancia de las generaciones pasadas que construyeron la empresa y nos dieron los valores de base. El presente de la compañía es en constante crecimiento, con su desembarco a nivel nacional, la ampliación de sucursales y su liderazgo en e-commerce. Lo que queremos crear hacia el futuro es mucho más y lo demostramos, también, en nuestra manera de comunicar.

1.2- El Porqué del Plan

El deporte y sus valores intrínsecos están estrechamente relacionados con la identidad y el propósito de una empresa como la nuestra. Bergallo y Pastrone comprende que el deporte trasciende más allá de la competencia física, o el mero entretenimiento y se convierte en una plataforma para transmitir y promover valores fundamentales en la sociedad.

El trabajo en equipo, la dedicación, la disciplina, la inclusión, la superación personal y la pasión son solo algunos de los valores que el deporte fomenta. Estos mismos valores son parte del ADN de nuestra empresa. Al asociarnos con los clubes más grandes de Córdoba, y también al apoyar una disciplina tan nuestra como el rally, estamos fortaleciendo nuestra conexión con la comunidad y demostrando nuestro compromiso con estos valores.



El deporte es una fuente de inspiración y motivación para individuos de todas las edades. Al vincularnos con estas instituciones, estamos respaldando no solo su crecimiento y éxito deportivo, sino también la formación de futuros líderes, la promoción de estilos de vida saludables y el fomento de la inclusión social.

2- PROPUESTA

2.1- Los Objetivos del Plan:

Objetivo general:

- Posicionar a Bergallo y Pastrone como un referente en el patrocinio deportivo, fortaleciendo su imagen corporativa y generando un impacto positivo en la comunidad.

Objetivos específicos:

- Establecer asociaciones estratégicas con los clubes e instituciones más grandes de Córdoba para aumentar la visibilidad de la marca y fortalecer la presencia de Bergallo y Pastrone en el ámbito deportivo local.
- Contribuir al crecimiento y desarrollo de los clubes patrocinados, brindando apoyo económico y logístico para mejorar sus instalaciones, programas de formación y competiciones.
- Impulsar la inclusión social a través del patrocinio de programas deportivos enfocados en el desarrollo del rol social de los clubes.
- Potenciar la interacción con los aficionados y seguidores de los clubes patrocinados, a través de la organización de eventos, concursos y promociones que fortalezcan la relación de la marca con la comunidad.

KPIs y métricas a analizar en función al embudo de conversión:

- Métricas de alcance: Personas expuestas a los mensajes.
- Métricas de interés: Interacción y comentarios. Percepción de marca.
- Métricas de conversión: suscriptores, seguidores, inscriptos a eventos y actividades.
- Métricas de negocio: Ventas de promociones. Tickets asociados a promoción.

Plazos:

- La campaña de patrocinio comenzó en enero de 2023, y si bien está llegando a su fin el primer campeonato de trabajo en conjunto, el plan es de lograr relaciones a largo plazo.

2.2- Públicos del Plan:

Si bien la población total de las zonas de cobertura de Bergallo y Pastrone es el público general, existen sub-públicos del plan:

- **Hinchas y aficionados del fútbol cordobés:** Al vincularse con los dos principales equipos de la provincia de Córdoba, Belgrano y Talleres, se genera una relación con dos de las instituciones más queridas, y con sus públicos y aficionados.
- **Aficionados del rally:** Córdoba es tradicionalmente una plaza fierrera, siendo la principal plaza sudamericana en la historia del rally mundial. Por ello nos vinculamos con este segmento. A su vez, es el deporte que requiere de la mayor cantidad de herramientas en su preparación. Por ello la vinculación con Bergallo y Pastrone es natural.
- **Clientes y proveedores:** A partir de la posibilidad de ofrecer experiencias únicas en Belgrano,

Talleres y con el auto del rally, se puede premiar a clientes fieles, a proveedores estratégicos y al equipo de trabajo de la compañía.

2.3- Los Canales de Comunicación Que se Utilizaron:

- Cartelería en la cancha.
- Activaciones en el estadio.
- Ploteo en el auto del rally.
- Activaciones en redes sociales.
- Activaciones en el local.
- Redes sociales de la marca.
- Redes sociales de los partners.

3- DESARROLLO Y EJECUCIÓN

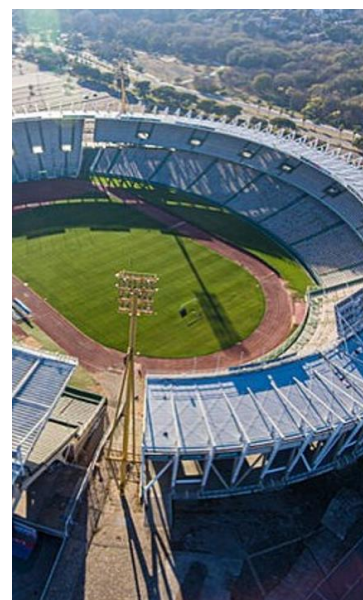
- **Racional de la campaña:** Bergallo y Pastrone es líder a en su rubro; a su vez, es una institución centenaria.

Bergallo y Pastrone, dados los diferenciales expresados, es uno de los grandes cordobeses. Por ello se vincula con los clubes grandes de Córdoba, instituciones también centenarias, como Belgrano y Talleres.

Al vincularnos como sponsor de los clubes desde la campaña 2023, año en donde se volverá a disputar el clásico cordobés en primera. Qué más clásico que Belgrano, Talleres y BP.

Por otra parte, el otro clásico cordobés en términos deportivos, es el rally, en la provincia más fierrera del país. La vinculación es natural, no solamente desde lo institucional, desde los públicos compartidos, desde los valores, sino también desde lo conceptual.

- **Realización de los convenios:** Establecimos un convenio estratégico con el Club Atlético Talleres y el Club Atlético Belgrano, dos de los equipos más emblemáticos de la ciudad, para respaldar su desarrollo deportivo y fortalecer nuestra presencia en el ámbito futbolístico local. A su vez, nos asociamos con la destacada escuadra Paisa Rally Team, brindando apoyo para potenciar su rendimiento en competencias, demostrando nuestro compromiso con el automovilismo deportivo.





➤ **Planificación y ejecución de acciones promocionales:** Se llevaron adelante diferentes acciones promocionales durante las jornadas de partidos.

- **Premio al jugador del partido:** Se desarrolló y entregó un premio al jugador destacado de la jornada. El mismo resulta elegido durante el partido, a través de una compulsa por los hinchas de cada club, lo que garantiza la imparcialidad en la selección, así como la participación de miles de personas en la votación de cada semana.
- **Cartelería en cancha:** Se desarrollaron carteles promocionales en el estadio, con presencia en línea de cámara durante los partidos, con la consiguiente presencia en las transmisiones.
- **Experiencias de cancha para clientes de Bergallo y Pastrone:** Diferentes opciones de invitaciones a clientes, proveedores, empleados de la empresa. Entre las experiencias a realizar podemos incluir:
 - Entradas a la cancha para ver partidos.
 - Ingreso de niños y niñas a la cancha junto a los jugadores.
 - Recorridos por el predio.
 - Fan experiences.
 - Meet & Greet con jugadores y cuerpo técnico.
- **Acciones de entretiempo:** Se planificaron y desarrollaron acciones de entretenimiento para realizar durante el entretiempo, para divertir a la tribuna, y contar con la participación de los hinchas y aficionados. Una de las acciones implicó que los aficionados seleccionados como participantes se colocaran en burbujas y tuvieran que completar un recorrido con la pelota, esquivando obstáculos, chocando con otros jugadores, para luego convertir un gol. La acción puede verse en este link. https://www.instagram.com/reel/CqBcixCvpJ4/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==





- **Acciones con jugadores:** Se planificaron diferentes acciones que involucraron a los deportistas:
 - Visitas de jugadores a la sede de Bergallo y Pastrone, para sorprender a los clientes.
 - Firmas de camisetas y otras piezas de merchandising.
 - Desafíos deportivos de habilidad.
 - Incentivos de alto rendimiento.



- **Inclusión futbolera:** Se incorporó la totalidad de la escuadra deportiva en las acciones a realizar, no solamente el equipo de primera división. Por ello se realizaron diversas acciones como cartelería sponsorizando el predio en los partidos del fútbol femenino, y la reserva; acciones y desafíos a los jugadores de dichos equipos para que puedan obtener premios

económicos.



- **Beneficios para hinchas y socios:** Se estableció un programa de beneficios y descuentos exclusivos para los socios de los equipos deportivos, y los aficionados seguidores.

BENEFICIOS PARA SOCIOS DE BELGRANO

Presentate con tu **CARNET de SOCIO** en nuestras sucursales

Rivadavia 370
Av. Recta Martinoli 7178
CIUDAD DE CÓRDOBA

25% DE DESCUENTO sobre precio de lista en todos los productos

BENEFICIOS PARA SOCIOS DE TALLERES

Presentate con tu **CARNET de SOCIO** en nuestras sucursales

Rivadavia 370
Av. Recta Martinoli 7178
CIUDAD DE CÓRDOBA

25% DE DESCUENTO sobre precio de lista en todos los productos

Promoción exclusiva abonando en efectivo, transferencia bancaria, débito y crédito en 1 pago. No acumulable con otras promociones.

- **Sorteos e invitaciones a través de redes sociales:** Se incluyó en los beneficios a los seguidores de Bergallo y Pastrone, a través de sorteos para obtener entradas y otros beneficios y experiencias.
- **Acciones de marca en conjunto:** Se planificaron diversas acciones en conjunto con los equipos de fútbol y el rally team.

- Activaciones a través de stand y otras acciones en día del partido o carrera.
- Participación de jugadores y corredores en eventos y activaciones de producto, inauguración de nueva sucursal.
- Muestras de manejo y pruebas de simulación de manejo en el local de la empresa.
- Vueltas de acompañante y experiencias de manejo.



4- RESULTADOS E IMPACTO DEL PLAN

El plan ha sido exitoso basados en los resultados y el impacto, en relación a los objetivos, así como en la vinculación y posicionamiento de los valores y conceptos planteados como ejes de comunicación:

4.1- Resultados de Procesos:

- La campaña se ejecutó según lo planificado.
- Se llevaron delante de manera exitosa las gestiones con las tres instituciones partners: Club Atlético Belgrano, Club Atlético Talleres y Paisa Rally Team.
- Se pudo gestionar la promoción bajo los lineamientos del manual de la empresa, e integrar y adaptar todos los contenidos y acciones promocionales, considerando la imagen y los manuales de marca de cada asociado.
- Se cumplió el 100% de las actividades previstas en el plan, en tiempo y forma.

- Se logró incluir de manera natural en el calendario de contenidos de la marca, a las acciones vinculadas al deporte, sin que ello afecte el normal desempeño de los contenidos comerciales.

4.2- Resultados de Impacto:

La campaña logró superar las expectativas más optimistas planteadas por el equipo, ya que se consiguió:

- Exponer la marca de Bergallo y Pastrone a más de 3 millones de personas únicas diferentes.
- Generar más de 30 millones de impresiones de los contenidos propios y de partners en los primeros 6 meses de campaña, en redes sociales.
- Superar el récord de interacciones en redes sociales de la marca, desde su lanzamiento en Facebook e Instagram.
- Se logró la suscripción de 1200 hinchas a los beneficios de Talleres y Belgrano de Bergallo y Pastrone.
- Se generaron más de 700 minutos de presencia del logo y la marca en transmisiones de los diferentes partidos.

En definitiva, lo más importante que se logró es el impacto en las relaciones con el público objetivo, mostrando a Bergallo y Pastrone comprometido con el deporte, como una marca cercana, y, en definitiva, a la altura de los grandes de Córdoba.



BP

"Compartimos la pasión por el fútbol cordobés"

¡Grande Talleres!




El Matador se quedó con una nueva edición de la eLPF, después de dar vuelta la serie ante Independiente en la final.

BP

¡Grande Pirata!

¡Pasamos de ronda y nos metimos en 16 avos de final de la Copa Argentina!




Ganamos 2 a 0 ante Independiente Rivadavia
Con goles de Susvielles y Hesar

"En ByP compartimos la pasión por el fútbol cordobés"

