



# VIVIR EN HACOAJ. VIVIR EN FELICIDAD.

PREMIO EIKON

*Transformando un club tradicional,  
en un lugar donde se vive en felicidad*

Desarrollo realizado por:

BasevichCrea.

Responsables del plan:

- >> Osvaldo Ofman. Presidente Náutico Hacoaj
- >> Ariel Jenik. Director Ejecutivo
- >> Gabriel Rozenzon. Responsable de comunicación
- >> Patricia Manusovich
- >> Javier Basevich. Director Creativo BasevichCrea

Lanzamiento:

2016 - En Ejecución



**DISTRITO HACOAJ:** Tigre Maliar + Club de Campo + Isla + JaiTowers + Marinas H + Lagunas H  
Administración: Estado de Israel 4156 (C1185AAN). Buenos Aires, Argentina.  
Tel.: +54 11- 4863-2121 / [felicidad@hacoaj.org.ar](mailto:felicidad@hacoaj.org.ar)  
[www.hacoaj.org.ar](http://www.hacoaj.org.ar)





>> Se sugiere VER la PRESENTACION  
"Náutico HACOAJ. Reposicionamiento y nueva imagen 4.0.pdf"  
que es mas VISUAL <<

**HACOAJ es una de las instituciones sociodeportivas más emblemáticas de la comunidad judía a nivel mundial –y la única con actividad náutica, y uno de los principales clubes de la Argentina.**

Con 80 años de historia, Hacoaj es un símbolo, por sus logros deportivos destacados, y por su crecimiento que lo lleva a ser el club judío más grande e importante a pesar de las dificultades que atravesó en los últimos años.

[www.hacoaj.org.ar](http://www.hacoaj.org.ar)

### >> Principales problemas detectados

- Club muy tradicional y serio
- No tiene logo. Su identidad solo se define por un escudo (CNH)
- Es un club que se quedó en los 80s
- Hacoaj perdió la pertenencia e identidad
- El socio de hoy no tiene el compromiso, o el amor a la camiseta

### >> Objetivo General

**Hacer de Hacoaj una marca que vuelva a ENAMORAR a la gente**

HACOAJ ha perdido un eje de posicionamiento que se traduce en pérdida de identidad, habiendo perdido la esencia.

Queremos:

- Consolidar una marca PODEROSA.
- Mostrar una institución ACTIVA.
- Generar una marca presente.
- Aggiornar la marca y mostrar una identidad CLARA y contundente.
- Desarrollar una Imagen y mensaje recordables y diferencial.
- Hacer de HACOAJ una filosofía y una marca CERCANA a la gente.
- Darle sustento a mediano y largo plazo a la marca
- Generar un kit de herramientas/paquete de acciones para llevar adelante la nueva identidad

**Queremos/Debemos INSTALAR UN ESTILO, UNA MIRADA, UNA VISION propia de HACOAJ. Que le de identidad, diferenciación y una fuerte personalidad.**

Queremos que la marca se vea, y que en toda su imagen proponga una filosofía.

Queremos una marca presente. Que no pase desapercibida. Que la gente se la vuelva a apropiar.





## >> **Objetivos de comunicación**

- Refrescar la imagen.
- Hacer un salto cualitativo en la marca.
- Acercar la marca a la gente.
- Clarificar y cuidar los públicos principales.
- Generar una fuerte asociación conceptual de la marca.
- Reforzar el impacto y recordación de marca.
- Diferenciarse claramente de las demás sociodeportivas/instituciones.
- Lograr una marca con impacto, pregnancia, claridad y estilo propio.
- Lograr una unidad estética y conceptual.
- Generar un foco de atención.

**Vamos a INSTALAR UN ESTILO, UNA MIRADA, UNA VISION propia de HACOAJ.**

**Que le dé identidad, diferenciación y una fuerte personalidad.**

**Vamos a hacer de HACOAJ una filosofía y una marca CERCANA a la gente.**

**Una forma de ser. Un estilo de vida. Ganador, positivo y con valores**





#TRANSPIRÁPASIÓN

LA ÚNICA CAMISETA DEL MUNDO QUE VIENE CON CORAZÓN.

Calzate la camiseta que va a cambiar la historia de Hacoaj. Por primera vez, todos nos ponemos la misma camiseta.

NÁUTICO Hacoaj VIVIR EN FELICIDAD



VIVIR EN FAMILIA. VIVIR EN FELICIDAD



NÁUTICO Hacoaj VIVIR EN FELICIDAD

ajOficial

NÁUTICO Hacoaj VIVIR EN FELICIDAD



## >> ESTRATEGIA GENERAL DE REPOSICIONAMIENTO

**Hacer de HACOAJ una filosofía de vida y una marca CERCANA a la gente.**

Una forma de ser. Un estilo de vida. Ganador, positivo y con valores

**Rescatar el espíritu de Hacoaj.**

Generar identidad y pertenencia, para recuperar el capital de tener socios y no usuarios.

**Transformar a Hacoaj en una marca EMOCIONAL, con sustento en lo racional.**

Y que a la gente NO LE DE LO MISMO ser de Hacoaj que de otro club.

-----

- **Recuperar el río y el espíritu náutico**, como parte del ADN y diferencial de alto valor
- **Marketing de la felicidad.**
- **Modernizar la identidad.**
- **Llegar al corazón.**
- **Aspiracionalidad.** Volver a poner a Hacoaj en un espacio deseado.
- 80 años, como **refundación y relanzamiento.**
- **Celebridades** + Hacoaj como cantera de deportistas destacados.
- **Visibilizar el cambio y la acción.**
- **Engagement.** Volver a “crear socios” + PROTAGONISMO. Cambiamos “usuarios por socios”
- **Creación del Distrito Hacoaj.** Unificación de sedes dispersas
- **Lifestyle.** Hacoaj como un estilo de vida.
- **Nuevos Socios.** Familias jóvenes como target principal.
- **Alianzas de alto valor.** Marcar relevantes que además otorguen experiencias al socio



NÁUTICO  
**Hacoaj**  
VIVIR EN FELICIDAD





## >> COMO LO HICIMOS

### - MUCHO MAS QUE UN CLUB.

Excedimos el valor de un espacio que se define por un club. Esto fue un cambio sustancial. Eliminamos la palabra “Club” dentro de la denominación, para darle protagonismo al concepto náutico, y para hablar de Hacoaj como “Un lugar donde se vive en felicidad”. Transformamos a Hacoaj en un estado de ánimo. Positivo, que contagia las ganas de estar bien.

### - REPLANTEAMOS LA MISION, VISION y VALORES y NOS APROPIAMOS DE LA FELICIDAD.

Generamos una nueva visión, misión y valores, para que el club vuelva a repensarse en la actualidad’ y trabajar en función de eso. Desarrollamos el CORE y el ADN de Hacoaj, para entender hacia donde va este nuevo club. Hicimos foco en la felicidad como valor y razón de ser del club. Y la felicidad como excusa y motor para todas las actividades deportivas y sociales que suceden en Hacoaj.

### - RENOVACION y VALORIZACION de la marca.

**Generamos una marca nueva, moderna, contemporánea y muy amigable**, la cual instalamos en espacios y lugares destacados. Recuperamos la palabra HACOAJ y volvimos a darle una fuerte identidad al nombre de marca que antes se presentaba dentro de un escudo y como “CNH”

### Incorporamos un EMOTICON como parte del logo, y del sistema de identidad.

Destacamos la utilización de unas “olitas” como elemento gráfico, fuertemente presente en el nuevo layout y vinculado al RIO y a lo náutico como valor y diferencial.

### Reestilizamos el tradicional escudo.

### Desarrollamos un completo manual de concepto y de marca

<https://www.dropbox.com/s/f5inegpp4g5uy4u/HACOAJ.%20Manual%20de%20marca.pdf?dl=0>

### - RECUPERAMOS VALORES.

Recuperamos el valor del río y lo náutico como algo diferencial, siempre atravesados por los valores humanos fundacionales. Recuperamos la isla y volvimos a darle vida.

### - VINCULACION EMOCIONAL.

Hacoaj era una marca lejana y sin emoción.

Construimos una nueva imagen y cambiamos la manera de comunicar, para hacerlo a través de las emociones.

**Transformamos a Hacoaj en una marca EMOCIONAL, con sustento en lo racional, generando un vínculo más fuerte.**





#### - CAMPAÑAS POTENTES + MUSICA.

Generamos campañas de asociación visualmente muy potentes, con los socios como protagonistas. Invitamos a los socios a que bailen y canten, para mostrar un lugar de felicidad.

>> “Mundo de Sensaciones” <<  
<https://youtu.be/t13M5mc6ioc>

>> “Vamos Hacoaj”  
<https://youtu.be/iGy6JAFY2Sc>

>> “Quiero ser de Hacoaj!”  
<https://youtu.be/pwNfc65sRyQ>

#### - PROTAGONISMO y ASPIRACIONALIDAD.

Generamos una campaña de alta calidad visual con el protagonismo de los socios y sumamos a destacadas celebridades que detectamos como socios del club: Diego Placente, Hernan Drago, Natali Doreski, Nico Cuño, Gise Cañevsky, Diego Schwartzman, entre otros.

Generamos socios honorarios a personalidades destacadas: Guillermo Vilas, Milo Locket, entre otros.

#### - EMPLEADOS Y PROFESIONALES COMO SOCIOS ESTRATEGICOS

Antes de lanzar la marca, se presentó en forma exclusiva y capacitó a todos los empleados y profesionales para que entiendan el concepto, lo adopten y lo lleven a la práctica.

Además se les dio protagonismo y participación en la campaña.

#### - APROPIACION de la marca y de los espacios del club.

Intervinimos el club con mensajes vinculados al nuevo conceptos, donde invitaba a la gente con consignas, y generamos intervenciones artísticas con Milo Locket para que la gente pinte con colores distintos espacios del Club.

Volvimos a generar un carnet, para que la gente lleve a Hacoaj en el bolsillo. Y lo hicimos a través de una cámara que saca la foto cuando identifica la sonrisa.

Hicimos banderas personalizadas para que cada equipo se identifique de acuerdo a su característica no-deportiva.

#### - IMPACTO.

Intervinimos todas las sedes para presentar la marca de manera sorpresiva para los socios.

Llevamos la marca a un formato gigante, a través de un corpóreo en cada sede que se transformó en referencia.

Relanzamos la marca a través del Hacoaj Remix, una cumbia de Los Totorá, protagonizado por los socios. E instalamos un nuevo clima dentro del Club.





### Video Corporeo Hacoaj

<https://youtu.be/-TZsVkk097M>

#### - RECUPERAMOS LA MISTICA e IDENTIDAD.

Por primera vez en la historia de Hacoaj se lanzó una camiseta única para todas las disciplinas, generando una identidad única y recuperando el significado de defender una misma camiseta. La presentamos como la camiseta “que va a cambiar la historia de Hacoaj”

#### - POTENCIAMOS la marca y la felicidad.

Creamos el DISTRITO HACOAJ, para unir las distintas sedes y potenciarlas como espacios únicos donde cada socio puede vivir en felicidad.

Generamos productos audiovisuales de calidad, de los cuales los socios fueron los protagonistas: Hacoaj remix / Nueva revista / H-News / Web / Redes Sociales

#### - VISIBILIDAD + Prensa.

Instalamos la marca en circuitos de alto tránsito y en espacios de valor. Cines / Subtes / Circuitos Premium.

Ver la marca HACOAJ en estos lugares no-tradicionales generó un gran impacto entre socios y potenciales socios.

Además se generó una acción de prensa, que generaron menciones al aire de destacados periodistas, con gran repercusión entre socios.

Lanata / Matías Martin / Cayetano / Alfredo Leuco, entre otros

#### - PERTENENCIA y VALOR ESTRATEGICO.

Generamos alianzas de alto valor a través de empresarios y productores destacados dentro del Club (Martin Kweller / Nicolas Galperin / Dario Werthein), entre otros generando acciones de impacto y de alto valor como ser Canal 13, Subte, Cines, La Metro.

#### - MARKETING DE LA FELICIDAD + EXPERIENCIAS EN FELICIDAD.

Generamos nuevas experiencias positivas, destacadas, relevantes y recordables, vinculadas con la felicidad.

Instalamos y contagiamos el estado de felicidad y las emociones positivas a través de imágenes y mensajes positivos.

Creamos el **Hacoaj Fest**, un evento de música y gastronómico, con **Shows de Turf, Totoras, Maxi Trusso, Los Bonnitos, Dan Breitman y DJ Zuker, y ya realizamos 6 ediciones.** Además generamos experiencias participativas a través de las redes sociales, con sorteos de experiencias de alto valor percibido.

#### - LIFESTYLE. HACOAJ COMO UN ESTILO DE VIDA.

Instalar la idea de un estilo, y una forma de ser, reforzando la aspiracionalidad buscada.





**- ALIANZAS ESTRATEGICAS de alto valor.**

Replanteamos toda la estrategia de esponsorizacion del Club, con marcas de alto valor para los socios. De esta manera sumamos a Club Med, McDonalds, Philco, Fate, Isover, YPF, Mercedes Benz, Editorial Perfil, entre otras marcas.

**- Nuevas propuestas y el éxito de Futbol femenino**

Se incorporaron nuevas disciplinas deportivas: Crossfit / Trapecio / Futbol de Salon / KangooJump. Adelantandose al éxito del Futbol Femenino, Hacoaj incorporó un Torneo que es un éxito con 15 equipos y más de 100 jugadoras

**- Recuperamos la natación como disciplina vinculada con el agua y lo náutico.**

A través del exitoso Plan de Obras se realizó el cerramiento y climatización de la pileta, lo que fue un éxito que trajo más de 500 socios nadadores.

**- De un club de fin de semana, a un lugar donde se vive intensamente de Lunes a Lunes**

La cercanía del Tigre, y las **nuevas propuestas y espacios que trajo el Plan de Obras, con canchas para entrenamientos, gimnasio HacoajSport, pileta cubierta y oferta gastronómica** transformó a Hacoaj en un lugar donde se vive de manera intensa durante toda la semana.

La propuesta de actividades se intensificó y puso foco en la semana, donde antes no sucedía nada en HACOAJ

**- Alianzas estratégicas para recuperar la Sede Capital**

Se realizaron alianzas con SportClub y una de las empresas líderes de coworking a partir de la cual se va a poner en valor y recuperar la Sede Capital, un gran edificio de 9 pisos que estaba subutilizado, deteriorado y significaba un lastre para Hacoaj.

Se renueva la oferta con una propuesta moderna, relevante, de valor y se genera ingresos económicos para Hacoaj.

**CONSTRUCTORES DEL FUTURO.**

**Una exitosa campaña de fundraising + Plan de Obras para coronar un reposicionamiento total y exitoso.**

2017 lanzamos "Construyendo el Futuro", un Plan de Obras 2017-2018 para renovar la infraestructura, y transformar Hacoaj.

Salimos a recaudar 1 millón de dólares entre los socios y amigos. Recaudamos 1,4 millones.

Nos propusimos hacer 6 obras fundamentales. Llevamos hechas 12 obras que transformaron Hacoaj.

Más de 4.500 m2 que se traducen en felicidad.





Este éxito se presentó de la mano de Julian Weich, en un evento exclusivo con la presentación de Alejandro Lerner.

El éxito y la repercusión llevó a que en 2019 estamos lanzando el Plan de Obra 2019-2020.

>> Video resumen "Constructores"

<https://youtu.be/A07ne8KEP18>

>> Video Evento "Celebrando el Futuro"

<https://youtu.be/4KXUaqMbPic>







## >> RESULTADOS CONTUNDENTES de la felicidad

### - Generamos un cambio de clima y de ánimo dentro del Club

La gente se apropió de la felicidad

### - Renovamos la imagen integral del club, e instalamos la imagen en las sedes, en 120 días

### - Más de 500 empleados y profesionales como embajadores de la felicidad.

Capacitamos a los más de 500 profesionales y empleados, quienes se apropiaron del concepto y fueron los socios estratégicos para el cambio

### - 7 nuevas disciplinas. Crossfit / Trapecio / Fútbol de Salón / KangooJump / Padel / Futbol Femenino / Natación.

### - Fútbol Femenino. Nos anticipamos a esta tendencia mundial, y actualmente tenemos un torneo con 15 equipos.

### - Crecimiento de un 690% en Facebook y redes sociales.

Potenciamos las redes sociales como canal de vinculación y comunicación. Actualmente son más de 12.000 los fans del Facebook oficial.

### - 2018. Record histórico de socios nuevos

Después de más de 10 años de perder socios se revirtió la tendencia negativa, y se comenzó a incrementar la masa societaria

### - Revalorizamos la marca y volvimos a darle visibilidad entre el target.

### - 11 nuevos sponsors. Con el plus de ser marcas más afines y cercanas al target.

## Todo un Distrito, donde más de 7600 socios viven en Felicidad.



