

# CLUB TALLERES

## RELACIONES Y COMUNICACIÓN PARA RECONSTRUIR LA CONFIANZA Y EL VALOR DE MARCA.

### AUTOR

Miguel Cavatorta  
Director  
Comunicación y Vinculación Institucional  
Club Talleres



La normalización institucional del Club Talleres ocurrida hace apenas un año y medio permitió que luego de una década los socios volvieran a tener la responsabilidad de las decisiones del Club, y seguramente ese es uno de los aspectos centrales en la revalorización de la identidad, la imagen y la marca Talleres.

La gestión transparente, la profesionalización de las áreas de trabajo con la mira puesta en mejorar la calidad de los servicios al socio, el montaje organizativo de cada espectáculo deportivo, los estándares de calidad de los eventos institucionales, la gestión integral y ordenada de la comunicación, la inversión en infraestructura en Sede Social, Boutique, Centro de Formación y Predio deportivo, los logros del plantel superior y la divisiones inferiores; la concientización para el buen comportamiento público de hinchas, dirigentes, empleados y jugadores; la Red de Escuelas de Fútbol; los reconocimientos y homenajes a dirigentes y jugadores históricos; la calidad de los grupos humanos de trabajo y la red de alianzas con marcas internacionales y empresas cordobesas desarrollado en estos primeros quince meses de la actual directiva presidida por Andres Fassi, sintetizan los ejes de trabajo para la reconstrucción de los parámetros de visibilidad pública y recuperar credibilidad, confianza y prestigio.

Entre los números más significativos de estos primeros quince meses se puede destacar: 35.000 socios activos; 32 marcas, entre quienes se destaca BBVA Frances, Netshoes, Claro y Coca Cola que se han incorporado como patrocinantes estratégicos; 370.000 seguidores con verificación oficial Facebook; 115.000 seguidores en Twitter; 2.300.000 de visualizaciones de los videos en el canal oficial de YouTube; 15.000 seguidores en Instagram; envío diario de información a prensa y referentes de opinión; nueva revista impresa Mundo Talleres; nuevo servicio Talleres.TV de transmisión ustream de todos los partidos de local y visitante con 25.000 conexiones de 45 países, 25.000 descargas en la APP móvil y unas 26.000 visitas diarias promedio a sitio web oficial [clubtalleres.com.ar](http://clubtalleres.com.ar)

La estrategia de desarrollo de relaciones y comunicación esta integrada a la política definida por la Comisión Directiva y se utilizan las herramientas de gestión propias de un área funcional profesionalizada.

Talleres ha vuelto a los socios, cuida a su gente, da los primeros pasos para un salto de calidad en lo institucional, organizacional, social y deportivo, mejora la calidad de sus servicios y fidelización y ha consolidado un abanico de opciones multimedia para ofrecer información actualizada y de a poco va incrementando su patrimonio tangible e intangible compartiendo el compromiso de esa construcción de valor.