

Developing and Implementing new digital assets at FC Bayern Munich and how this has enhanced the collaboration with Sponsors and Brands

Benjamin Steen, Head of Digital Projects, FC Bayern Munich

Developing and Implementing new digital assests

Jak se Bayern Mnichov snaží pracovat s partnery?

Ví, že partneři chtějí tvrdá data:

- Přístupy na web
- Dosah příspěvků na sociálních sítích
- Počty kliků na bannery
- Úspěšnost remarketingových kampaní apod.

Každý partner má spoustu konkrétních dotazů a je velkou výhodou být připraven a umět na tyto dotazy odpovědět.

- Např. podle průzkumu Bayernu se fanoušek průměrně 2,7 vteřin kouká na jakýkoliv obrázek nebo fotku na stadionu (v aréně)

Developing and Implementing new digital assests

Jak se Bayern Mnichov snaží pracovat s fanoušky?

Drží se zásady, aby fanoušek odcházel s pocitem, že bylo všechno v pohodě (že nikde neměl problém). Pokud tento dojem navodí, fanoušek přijde znovu. Finančně se to projeví až z dlouhodobého pohledu.

Inovace:

- Vyfotíte obrázek v aréně – načte se vám video (podobně jako u QR kódu)
- Rozšířená realita – primárně pro neslyšící, kterým brýle popisují zvuky a co vidí. Dá se ale použít i na reklamní sdělení
- Hodně investovali do technologického rozvoje stadionu

Developing and Implementing new digital assests

Bayern Mnichov při technologickém rozvoji stadionu vycházel z nové Maslowovy pyramidy lidských potřeb (rozšířené o wi-fi a baterku v mobilu)



Developing and Implementing new digital assets

Údaje z technologického rozvoje stadionu Bayernu Mnichov:

