



LA PREMIER LEAGUE ECCELLENZA ANCHE NEL WEB MARKETING: I CASI MANCHESTER UNITED E CITY FOOTBALL GROUP.

CANDIDATO
Dott. Gabriele Di Leginio

Discussione Tesi
Ottobre 2016

RELATORE
Prof. Alberto Acciari

IL MARKETING

Il marketing è una FUNZIONE AZIENDALE formata dall'insieme delle tecniche/attività per migliorare la VENDITA di un PRODOTTO all'interno di un determinato mercato.

Il marketing è:

- Un sistema di analisi per capire i bisogni del consumatore, le tendenze e l'andamento del mercato, MARKETING STRATEGICO;
- Un sistema di gestione che attraverso la produzione, le vendite, la distribuzione e la promozione, compone l'area commerciale e i suoi obiettivi, MARKETING OPERATIVO;
- Un'ideologia, un sistema di pensiero, MARKETING CONCEPT.



Quindi è necessario un sistema di analisi per conoscere i bisogni del consumatore, le tendenze della società e lo stato del mercato anticipatamente rispetto ai COMPETITORS.

Una volta scelta la strategia d'impresa si potranno avviare gli strumenti del **MARKETING MIX**.

Le 4P (**PRODOTTO**, **PREZZO**, **POSIZIONAMENTO**, **PROMOZIONE**) erano il punto di partenza delle strategie di marketing.



PRODOTTO

PREZZO

POSIZIONAMENTO

PROMOZIONE

CONSUMATORE

COSTO

COMUNICAZIONE

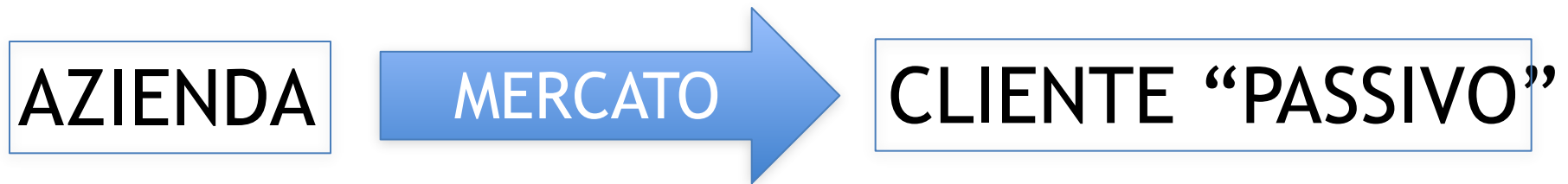
CONVENIENZA

Questo tipo di approccio è incentrato sul **PRODOTTO**, oggi invece è il **CONSUMATORE** al centro dell'azienda si parla perciò di 4C.



Nel marketing tradizionale i consumatori incontrano l'azienda solo al momento dell'acquisto.

Ogni azione di marketing è fissa sull'obiettivo dell'acquisto.



La figura del cliente è stata rivoluzionata, nel marketing tradizionale era "PASSIVO", subiva l'attività dell'azienda, nel nuovo marketing il cliente è "ATTIVO" e interagisce con le aziende.



**JAN
2016**

GLOBAL DIGITAL SNAPSHOT

A SNAPSHOT OF THE WORLD'S KEY DIGITAL STATISTICAL INDICATORS



TOTAL
POPULATION



we
are
social

**7.395
BILLION**

URBANISATION: 54%

FIGURE REPRESENTS TOTAL GLOBAL
POPULATION, INCLUDING CHILDREN

INTERNET
USERS



we
are
social

**3.419
BILLION**

PENETRATION: 46%

FIGURE INCLUDES ACCESS VIA
FIXED AND MOBILE CONNECTIONS

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



we
are
social

**2.307
BILLION**

PENETRATION: 31%

FIGURE BASED ON ACTIVE USER
ACCOUNTS, NOT UNIQUE INDIVIDUALS

UNIQUE
MOBILE USERS



we
are
social

**3.790
BILLION**

PENETRATION: 51%

FIGURE REPRESENTS
UNIQUE MOBILE PHONE USERS

ACTIVE MOBILE
SOCIAL USERS



we
are
social

**1.968
BILLION**

PENETRATION: 27%

FIGURE BASED ON ACTIVE USER
ACCOUNTS, NOT UNIQUE INDIVIDUALS

INTERNET → IL WEB MARKETING

Internet ha cambiato il nostro modo di vivere e di agire, la velocità con cui reperiamo qualsiasi tipo di informazione dal Web era inimmaginabile prima dell'accesso alla rete su scala globale.



Internet è un mosaico di reti, collegate tra di loro.

Dal punto di vista sociologico consente la diffusione a livello globale di informazioni e dati a costi molto limitati, identifica una comunità di persone che hanno accesso alla rete, che possono comunicare in tempo reale e a bassi costi, indipendentemente dalla distanza che li separa.

Grazie alle innovazioni apportate da Internet il Marketing si è evoluto in quegli strumenti e tecniche che formano il WEB MARKETING.

IL WEB MARKETING

Il Web Marketing è l'insieme delle attività e delle tecniche di marketing messe a disposizione dal Web per:

- Studiare il MERCATO e sviluppare ACCORDI COMMERCIALI;
- Aumentare la VISIBILITÀ dell'azienda;
- Aumentare la COMPETITIVITÀ nel mercato;
- Ridurre i COSTI della pubblicità;
- Entrare in NUOVI MERCATI;
- Ottimizzare il POSIZIONAMENTO DEL BRAND.



Internet ha migliorato il contatto con il cliente, nella logica che lo vede al centro di ogni attività aziendale.

Il Web Marketing riesce a contrarre l'attenzione sul consumatore PRIMA, DURANTE e DOPO L'ACQUISTO, instaurando un dialogo diretto, consumatore → azienda.

Ottenere visibilità su un target chiaramente definito è alla base del Web Marketing, la tattica principale è portare il sito web aziendale all'apice dei risultati sui motori di ricerca.

Lo scopo è sviluppare on-line un sostanzioso traffico di informazioni attraverso una serie di strumenti messi a disposizione dal Web.

I strumenti permettono di realizzare una strategia solida e duratura nel tempo creando una serie di nuove opportunità:

- CANALI DI VENDITA NUOVI;
- NUOVE FORME DI COMUNICAZIONE;
- NUOVI CLIENTI;
- INTERAZIONI INNOVATIVE;
- NUOVE COLLABORAZIONI;
- NUOVI MODELLI COMMERCIALI.

WEB MARKETING → BUZZ MARKETING
MARKETING NON
CONVENZIONALE

PIANIFICAZIONE	COMUNICAZIONE
• ANALISI DEL TARGET; • ANALISI DEL BENCHMARK DI RIFERIMENTO; • OBIETTIVI DA RAGGIUNGERE • SCELTA DEGLI STRUMENTI DI WEB MARKETING.	• CONTENUTI DA IMMETERE NEL WEB; • MODALITÀ GRAFICHE PER L'ATTRATTIVITÀ; • INFORMAZIONI FACILMENTE REPERIBILI E CONSULTABILI; • FLUSSO DI INFORMAZIONI CONTINUE.

La CONTINUITÀ di aggiornare le informazioni riguardanti l'azienda e i suoi prodotti, il suo operato e il lancio di nuove strategie è FONDAMENTALE per tenere l'utente incollato al vostro prodotto/servizio.

In conclusione è necessario programmare una dettagliata campagna promozionale tramite:

- Posizionamento sui motori di ricerca più importanti sul web,
- Viral Marketing e sfruttamento del fenomeno del passaparola,
- Pubblicità sul web (banner, keyword advertising, ...),
- Media tradizionali (giornali, radio, TV, brochure, ...).

**JAN
2016**

DIGITAL IN ITALY

A SNAPSHOT OF THE COUNTRY'S KEY DIGITAL STATISTICAL INDICATORS



TOTAL
POPULATION



we
are
social

**59.80
MILLION**

URBANISATION: 69%

FIGURE REPRESENTS TOTAL NATIONAL
POPULATION, INCLUDING CHILDREN

ACTIVE
INTERNET USERS



we
are
social

**37.67
MILLION**

PENETRATION: 63%

FIGURE INCLUDES ACCESS VIA
FIXED AND MOBILE CONNECTIONS

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



we
are
social

**28.00
MILLION**

PENETRATION: 47%

FIGURE BASED ON ACTIVE USER
ACCOUNTS, NOT UNIQUE INDIVIDUALS

MOBILE
CONNECTIONS



we
are
social

**80.29
MILLION**

vs POPULATION: 134%

FIGURE REPRESENTS MOBILE
SUBSCRIPTIONS, NOT UNIQUE USERS

ACTIVE MOBILE
SOCIAL USERS



we
are
social

**24.00
MILLION**

PENETRATION: 40%

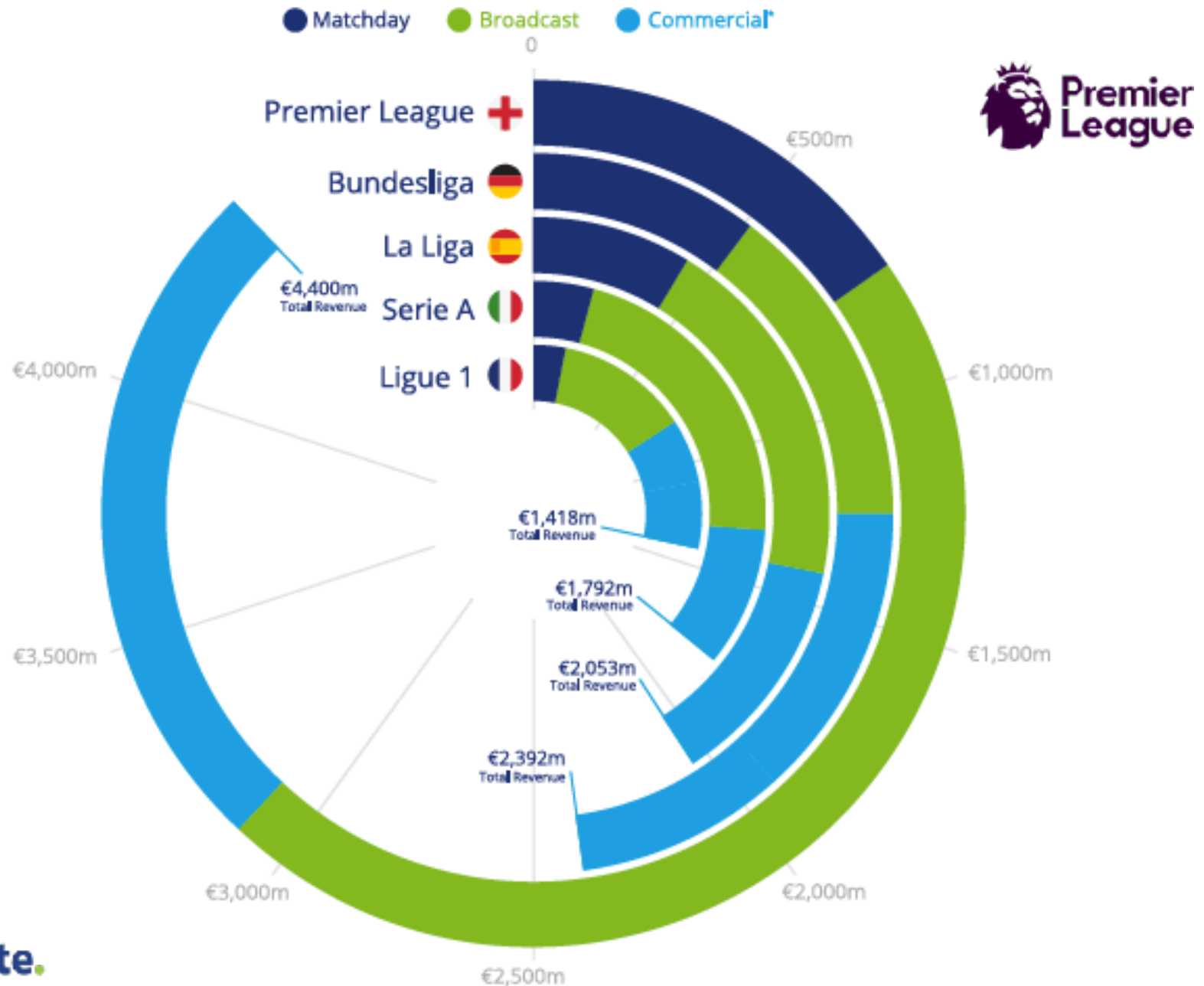
FIGURE BASED ON ACTIVE USER
ACCOUNTS, NOT UNIQUE INDIVIDUALS

GLI STRUMENTI DEL WEB MARKETING

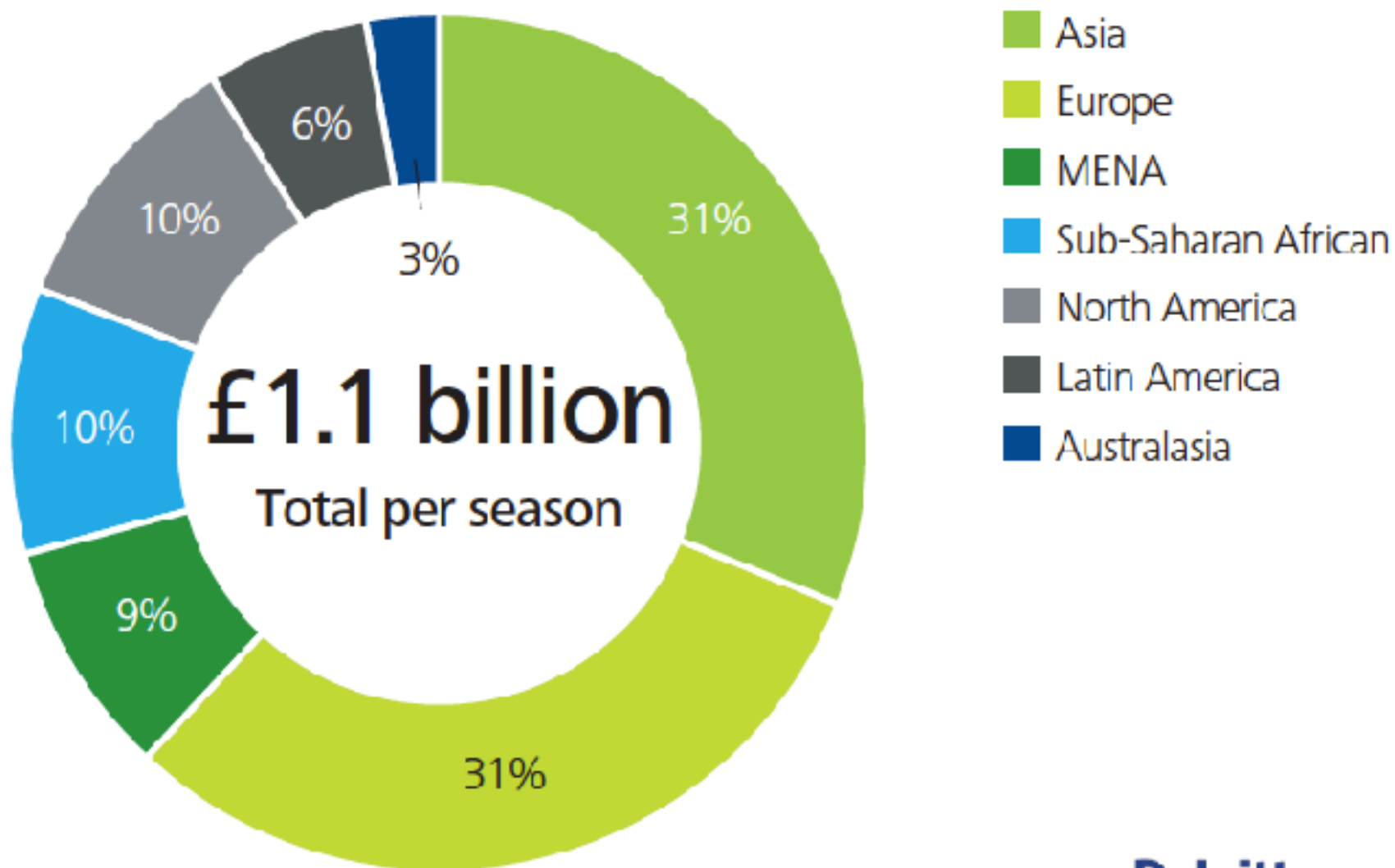
Alcuni degli strumenti, tutti collegati a Internet, che hanno contraddistinto l'ascesa del Web Marketing all'interno delle strategie aziendali.

- SITO WEB
- POSIZIONAMENTO SUI MOTORI DI RICERCA
- SEARCH ENGINE MARKETING - SEM
- SEARCH ENGINE OPTIMIZATION - SEO
- PAY PER CLICK
- E-MAIL MARKETING
- AFFILIATE MARKETING
- SOCIAL MEDIA MARKETING

LA PREMIER LEAGUE: CALCIO, SPETTACOLO E BUSINESS



Premier League international rights fees 2016/17 to 2018/19



RIPARTIZIONE DIRITTI TV STAGIONE 2015/2016

<i>Squadra</i>	<i>Piazzamento</i>	<i>Ricavi da piazzamento</i>	<i>Gare in tv</i>	<i>Ricavi da gare in tv</i>	<i>Parte uguale</i>	<i>Totale</i>
Arsenal	2	30,7	27	28,1	71,6	130,4
Man City	4	27,4	25	26,2	71,6	125,3
Man Utd	5	25,8	26	27,1	71,6	124,5
Tottenham	3	29,0	21	22,3	71,6	123,0
Leicester	1	32,3	15	16,5	71,6	120,4
Liverpool	8	21,0	23	24,3	71,6	116,9
Chelsea	10	17,7	22	23,2	71,6	112,6
West Ham	7	22,6	15	16,5	71,6	110,7
Southampton	6	24,2	12	13,6	71,6	109,4
Everton	11	16,1	18	19,4	71,6	107,1
Stoke City	9	19,4	9	10,7	71,6	101,7
Swansea	12	14,5	10	11,6	71,6	97,8
West Brom	14	11,3	10	11,6	71,6	94,5
Watford	13	12,9	8	9,7	71,6	94,2
Newcastle	18	4,8	16	17,4	71,6	93,9
Crystal Palace	15	9,7	10	11,6	71,6	92,9
Sunderland	17	6,5	13	14,6	71,6	92,7
Bournemouth	16	8,1	8	9,7	71,6	89,4
Aston Villa	20	1,6	11	12,6	71,6	85,9
Norwich	19	3,2	9	10,7	71,6	85,6

Dati in milioni di euro

Fonte: Daily Mail

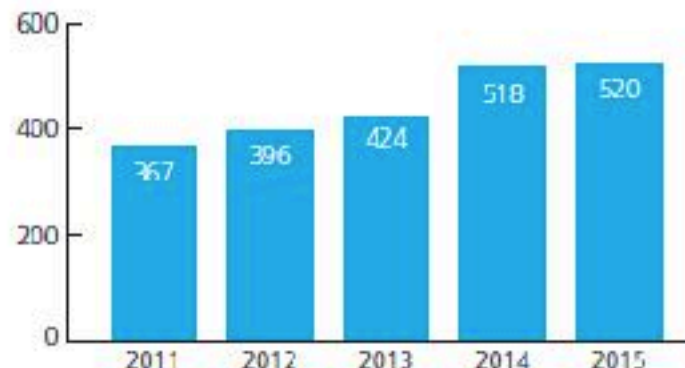
3. Manchester United

2015 Revenue
€519.5m
 (£395.2m)

2014 Revenue (2nd)
€518m
 (£433.2m)

Domestic league
 position 2014/15
4th

Average league
 match attendance
75,335



Matchday €114m (£86.7m)
 Broadcasting €141.6m (£107.7m)
 Commercial €263.9m (£200.8m)

Competizioni nazionali 59 trofei

- **Campionato inglese: 20** (record)
- **Coppa d'Inghilterra: 12**
- **Coppa di Lega inglese: 4**
- **Charity/Community Shield: 21** (record)
- **Campionato inglese di seconda divisione: 2**

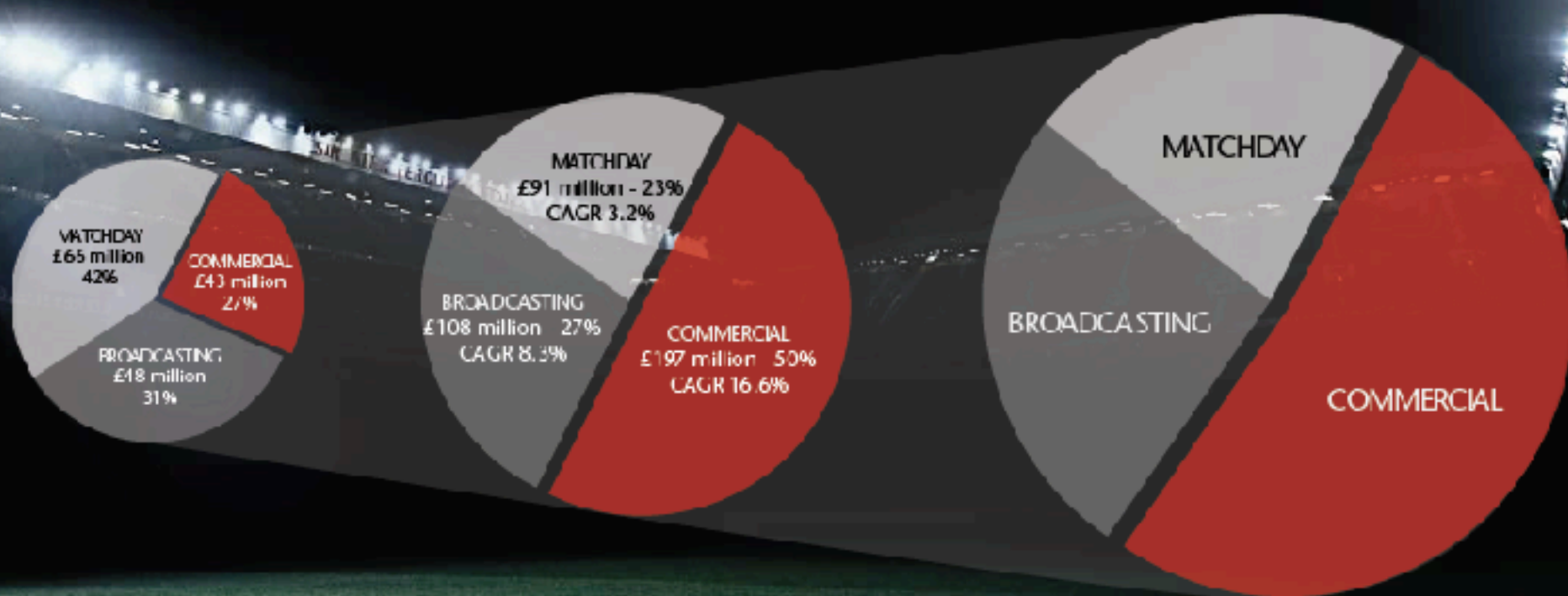


OLD TRAFFORD
 THE THEATRE OF DREAMS

Competizioni internazionali 7 trofei

- **Coppa Intercontinentale: 1** (record inglese)
- **Coppa del mondo per club: 1** (record inglese)
- **Coppa dei Campioni/UEFA CL : 3**
- **Coppa delle Coppe: 1**
- **Supercoppa UEFA: 1**

MULTIFACETED BUSINESS MODEL



£157m
2005 Revenue

£395m
2015 Revenue

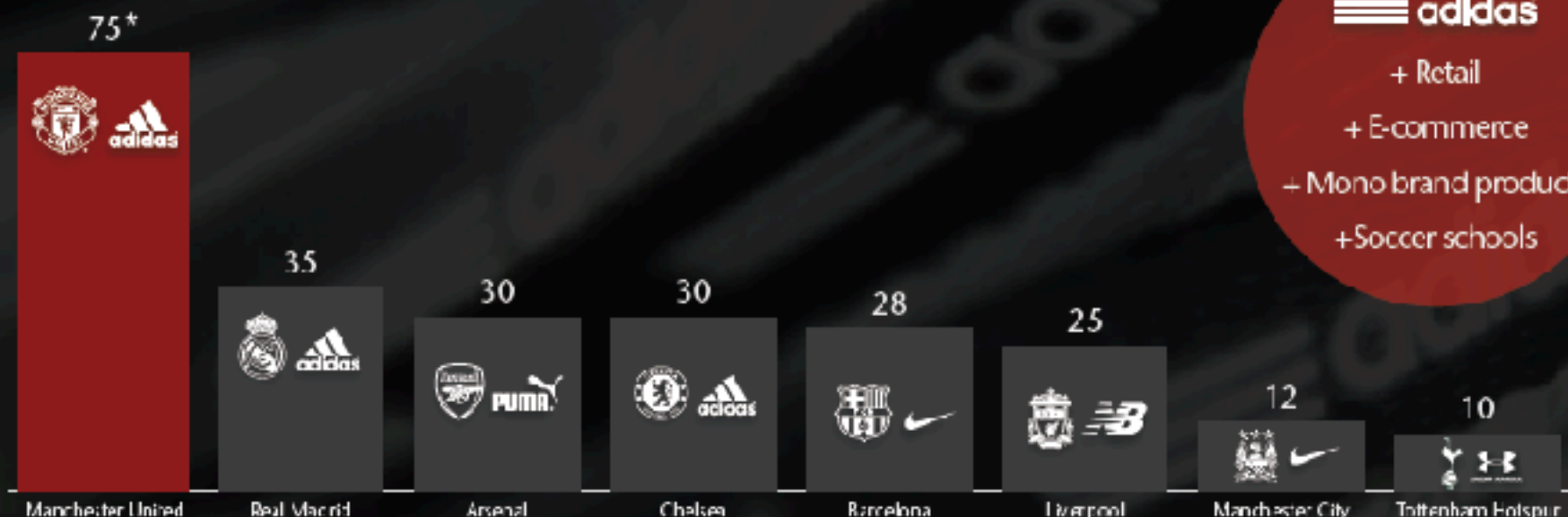
£500m+
2016 Revenue
(forecast)



RECORD BREAKING KIT DEAL WITH ADIDAS

£750 million minimum guarantee - 10 year contract expires 2025

£ million per year



Largest kit manufacturer or sponsorship deal in sports

*Represents the average payment of the £750 million minimum guarantee over the 10 year term subject to adjustments





WEB MARKETING & MANCHESTER UNITED

659 MILLION FOLLOWERS WORLDWIDE





[الرئيسية](#)
[中文](#)
[Español](#)
[Français](#)
[日本語](#)
[우리말](#)



Follow @ManUtd

HOME

[LOGIN & SIGN UP](#)
[NEWS & FEATURES](#)
[NEW SIGNINGS 2016/17](#)
[NEW KITS 2016/17](#)
[FIXTURES & RESULTS](#)
[PLAYERS & STAFF](#)
[HISTORY](#)
[TICKETS & HOSPITALITY](#)
[SEASON TICKETS](#)
[OFFICIAL MEMBERSHIP](#)
[SEASONAL HOSPITALITY](#)
[MUSEUM & STADIUM TOUR](#)
[CONFERENCE & EVENTS](#)
[CLUB INFORMATION](#)
[MUTV](#)
[CLUB PARTNERS](#)
[FANZONE](#)
[SHOPPING](#)
[FITTING AND GAMING](#)
[MATCH & NEWS ALERTS](#)
[SOCIAL MEDIA](#)
[MJ FOUNDATION](#)
[DISABLED SUPPORTERS](#)
[INVESTOR RELATIONS](#)

TODAY ON MANUTD.COM



Video: Fantastic first halves

When did the Reds last score four first-half goals before Saturday's win over Leicester?

Mata: We needed this result

United v Leicester highlights

Mourinho's verdict on victory

Video: Fantastic first halves

MORE MATCH COVERAGE



United 4 Leicester City 1

The fantastic Reds sweep aside the Foxes with four first-half goals.



It was almost perfect

Pogba felt United could hardly have played better in the first period.

Blog: Four-midable Reds

WE ALL FOLLOW UNITED



EXCLUSIVE COMPETITION




GET GREAT ODDS ON MAN UTD WITH MARATHONBET

MARATHON BET

Official Betting Partner of Manchester United



REGISTER

18+ | GAMBLE RESPONSIBLY
TERMS AND CONDITIONS APPLY

OLD TRAFFORD
THEATRE OF DREAMS

GO
BEHIND
THE
SCENES

SOCIAL MEDIA FOLLOWERS WORLDWIDE



+70 MILLION

Facebook followers

8.5 MILLION New York Yankees
8.2 MILLION Dallas Cowboys



Over

8.6m
followers



Over

8.6m
followers



43 MILLION

Monthly manutd.com page views



Over

13m
followers



Over

5.2m
followers



WHAT DO YOU #PLAYFOR?

CHARLTON, GIGGS, ROONEY AND YOU!

Upload your picture to see yourself in
the new Chevrolet Man Utd Shirt.



CHOOSE OR TAKE A PHOTO [TERMS OF USE](#)



FACEBOOK



GOOGLE +



CAMERA

CHEVROLET





Google+

FRONT ROW

MANCHESTER UNITED v LIVERPOOL
16.03.14

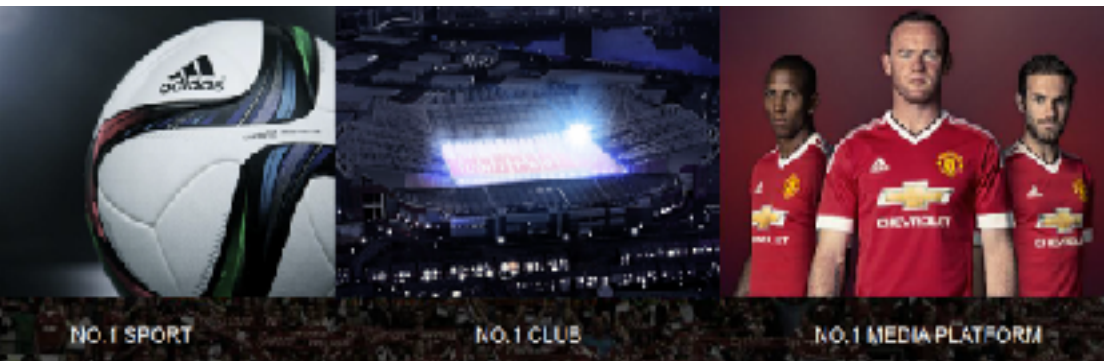


SHOW US WHY YOU SHOULD BE ON THE FRONT ROW, LIVE AT OLD TRAFFORD.
UPLOAD YOUR PHOTO TO GOOGLE+ WITH #MUFRONTROW



OFFICIAL MANCHESTER UNITED RED ALERTS SERVICE

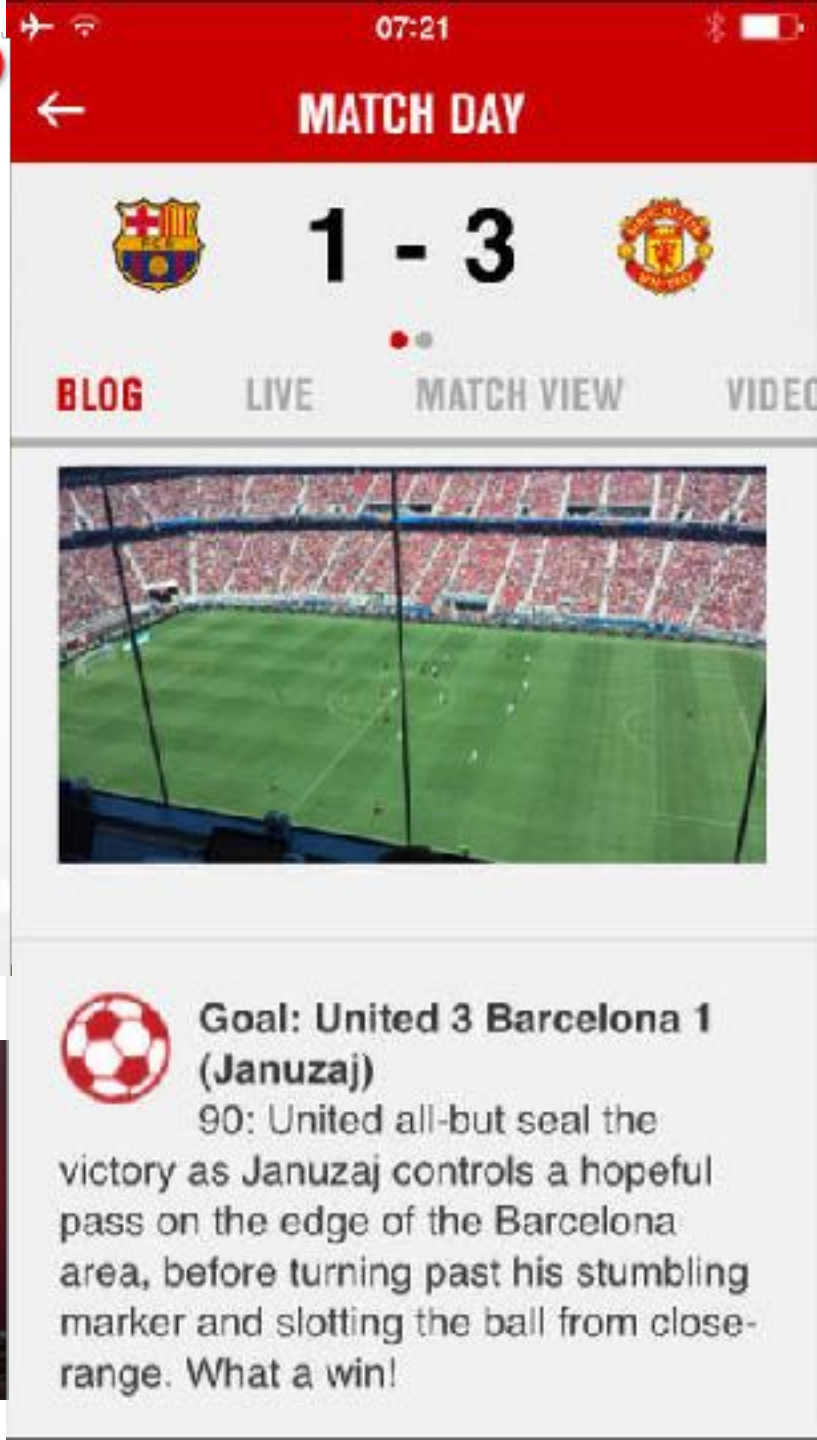
First for breaking news
and match day alerts



NO. 1 SPORT

NO. 1 CLUB

NO. 1 MEDIA PLATFORM



07:21

MATCH DAY



1 - 3



BLOG

LIVE

MATCH VIEW

VIDEO



**Goal: United 3 Barcelona 1
(Januzaj)**

90: United all-but seal the victory as Januzaj controls a hopeful pass on the edge of the Barcelona area, before turning past his stumbling marker and slotting the ball from close-range. What a win!



2015 Revenue

€463.5m

(£352.6m)

2014 Revenue (6th)

€416.5m

(£348.3m)

12%

39%

49%

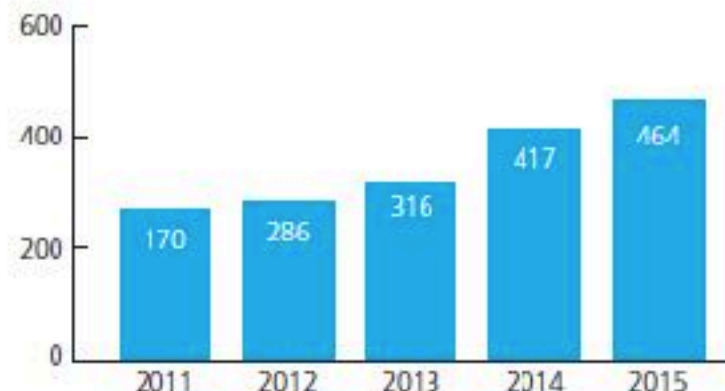
Domestic league
position 2014/15

2nd



Average league
match attendance

45,345



12

7

6

6

6

Matchday €57m (£43.4m)

Broadcasting €178m (£135.4m)

Commercial €228.5m (£173.8m)

Five year revenue total

DFML position

Competizioni nazionali 17 trofei

- **Campionato inglese: 4**
- **Coppa d'Inghilterra: 5**
- **Coppa di Lega inglese: 4**
- **Charity/Community Shield: 4**
- **Football League Championship: 7**

Competizioni internazionali 1 trofeo

- **Coppa delle Coppe: 1**

6. Manchester City



日産自動車・シティフットボールグループ

共同記者会見

Nissan Motor Corporation & City Football Group

Global Announcement



NISSAN

OFFICIAL AUTOMOTIVE PARTNER

NISSAN



WEB MARKETING & CITY FOOTBALL GROUP

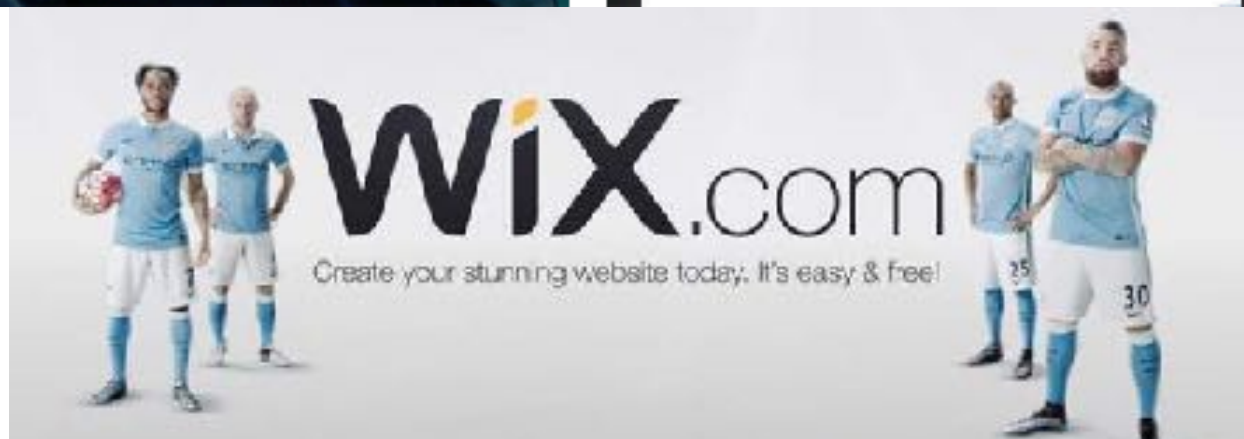




In other news: United's defensive derby crisis



mancity.com



facebook

PERSONE

21.836.410 "Mi piace"



Manchester City
@mancity



MANCHESTER CITY
JOINS FACEBOOK
MESSENGER



mancity [Segui]



Instagram

Manchester City The official Manchester City Instagram – Tag your fan photos
#wearecity – Snapchat mcfcofficial vote.mancity.com

4.410 post

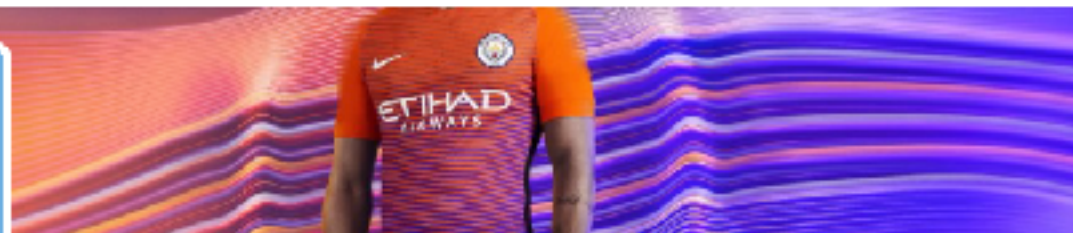
3,7mil follower

91 persone seguite

You Tube IT



Iscriviti 742.421



TWEET
93400

FOLLOWING
56000

FOLLOWER
3,55 Min

MI PIACE
6.644

Altro v



Following

Tweet

Tweet e risposte

Contenuti

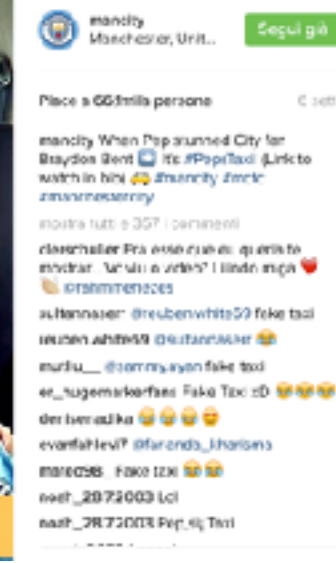
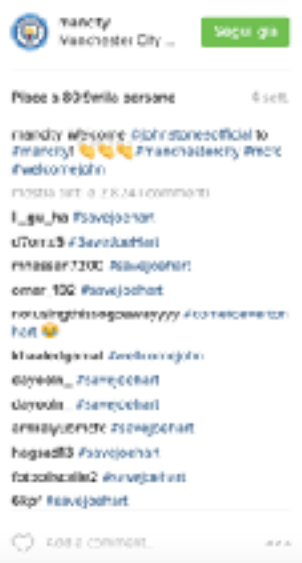


Instagram

Manchester City The official Manchester City Instagram – Tag your fan photos
#wearecity – Snapchat mcfcofficial vote.mancity.com

4.410 post 3,7mil follower 91 persone seguite

Punto di riferimento per il brand awareness attraverso Instagram



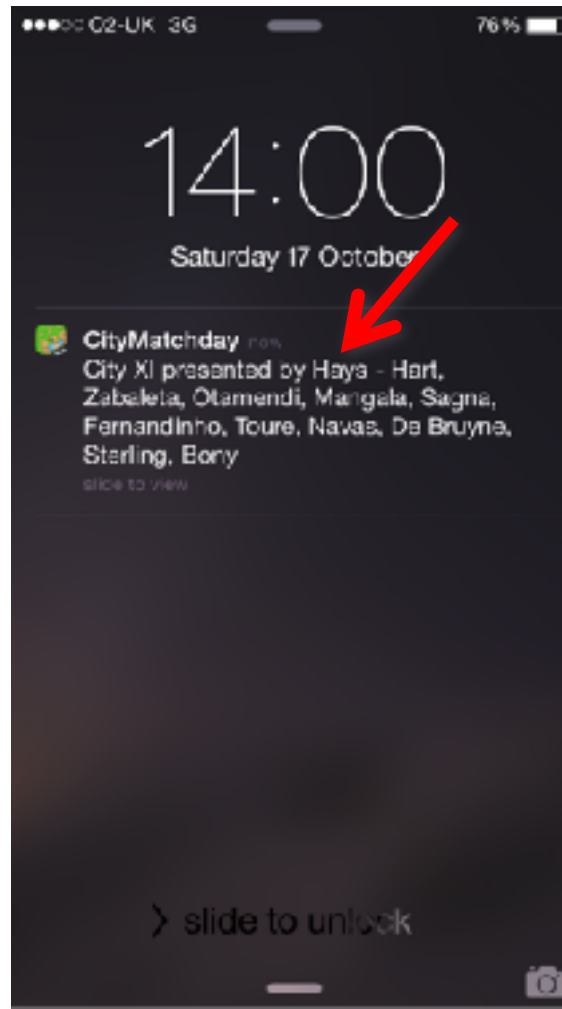
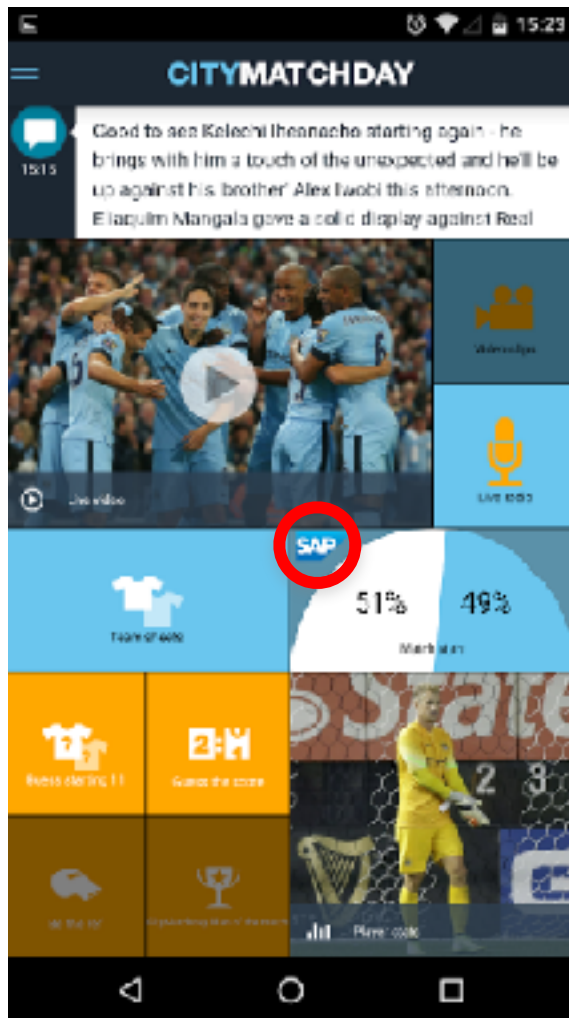
Primo club al mondo
A presentare un calciatore
tramite **GIF** (Gundogan
estate 2016)



A screenshot of the GIPHY website. The header features the GIPHY logo on the left, and 'UPLOAD', 'CREATE', and a user profile icon with 'LOGIN' on the right. Below the header is a navigation bar with five categories: 'CATEGORIES', 'STICKERS', 'ARTISTS', 'GIPHY TV', and 'FAVORITES', each with a colored underline. A search bar with the placeholder text 'Search all the GIFs' and a magnifying glass icon is located below the navigation bar. The main content area displays a large GIF of a football stadium filled with fans celebrating, with confetti falling. At the bottom, there is a footer with the Manchester City FC logo, the text 'Manchester City FC', '72 GIFs', the website 'MCFC.CO.UK', and an 'ABOUT' link.

MANCHESTER CITY FOOTBALL CLUB APP

Una gamma di app rivoluzionarie, da **CityVR** che utilizzava realtà virtuale a **CityMatchday** che rivoluziona il giorno della partita e da nuove opportunità di visibilità ai partner.





© Manchester City FC/youtube

TUNNEL
CAM



© Manchester City FC YouTube



We all have stories about being a City fan.

Help write our history through your words, photos and videos [more...](#)

1 December 2015



3 November 2015

The Northern Lights
by Doug Ball

#citystories



1880

1911

1948

1969

1984

2014

#citystories

Latest Activity



Daniel McGovern liked "Win 1-0 vs Arsenal on 24/09/2014"



Shazad Bani-El-Mechaie liked "The ultimate City fan" on 14/09/2014



Hissat Al-Hilw liked "The club" on 08/09/2014



Simon Talbot added "Man City youngsters launch 'Shazad Bani-El-Mechaie'" on 14/09/2014



Eusebio Mendes liked "My first trip to the Etihad stadium" on 05/09/2014



Derek Palmer added "Tomb Raider" on 14/09/2014



MANCHESTER CITY
Official Membership



[Home](#)

[Why be a Cityzen](#)

[Internationals](#)

[City Points](#)

[Experiences](#)

[Junior Cityzens](#)

BE A CITYZEN

Play video



Join Now





**POST-CONSEGNA
ELABORATO TESI**



#MCFC is delighted to announce our new partnership with @UBTECHRobotics!

READ man.cit/2cFWIBE



Alpha 1S

The First Humanoid Robot
Designed For Family





Released : 09/12/2016

- RECORD TOTAL REVENUE OF £515.3 MILLION
- RECORD ADJUSTED EBITDA OF £191.9 MILLION
- RECORD OPERATING PROFIT OF £68.9 MILLION

**Fatturato 610 mln di €
227 mln €**

Risultato Operativo 81,6 mln di €

MANCHESTER UNITED PLC 2016 FOURTH QUARTER AND FULL YEAR RESULTS

Ricavi da Diritti TV +30,4% = 38 mln di euro in più ai 141 mln del 2014/2015

Ricavi Commerciali +36,3% = 82,5 mln di euro in più ai 263,9 del 2014/2015

MANUTD.COM



INVESTOR RELATIONS



LA PREMIER LEAGUE ECCELLENZA ANCHE NEL WEB MARKETING: I CASI MANCHESTER UNITED E CITY FOOTBALL GROUP.

FINE

CANDIDATO
GABRIELE DI LEGINIO
MAT. 00174