



La EuroLeague transmite en vivo por redes sociales todos los momentos que rodean a la Final Four acercando el evento a los fans

La EuroLeague, también conocida como Turkish Airlines EuroLeague es la máxima competición de clubes de baloncesto de Europa. En ella participan equipos de hasta 10 países diferentes miembros de FIBA Europa que provienen de un consorcio de las principales ligas profesionales de baloncesto europeas. Su cobertura mediática alcanza televisivamente a 199 países, situándola como una de las competiciones referentes a nivel mundial.



Retos

Aprovechar todo el contenido que rodea al evento que no se emite por televisión transmitiéndolo en vivo por redes sociales.



Soluciones

Implementar la herramienta de distribución de Watchity para llegar a la audiencia a través de las redes sociales y la herramienta de clipping para crear y compartir momentos destacados en tiempo real.



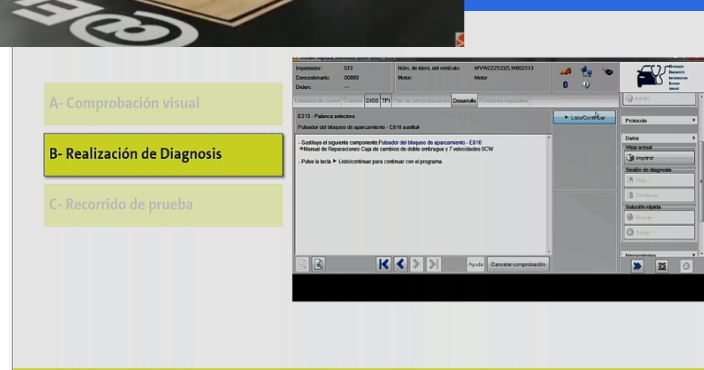
Beneficios

Llegar a nuevas audiencias y complacer a los fans, conseguir visitas agregadas a sus redes sociales y mejorar notablemente el posicionamiento.

Retos planteados

La EuroLeague quería aprovechar todo el contenido que rodea al evento que no se emite por televisión (entrenamientos, entrevistas y ruedas de prensa, entre otros) y transmitirlo en vivo por redes sociales para satisfacer a los fans.

- 1- Generar contenido multimedia live y on-demand** para su audiencia. El objetivo no era solo emitir el contenido en vivo por redes sociales (Youtube y Facebook), sino también dejarlo disponible on-demand para que los fans pudieran verlo cuando quisieran.
- 2- Fortalecer la notoriedad y posicionamiento** generando más contenido de calidad en redes sociales, y en consecuencia, proyectar una gran imagen de marca.
- 3- Satisfacer la necesidad de los fans** de disponer de este contenido extra a la vez que llegar a nuevas audiencias.



✓ Soluciones desarrolladas por Watchity

Cuando el equipo de la EuroLeague se puso en contacto con Watchity, uno de nuestros expertos mantuvo algunas reuniones con ellos para evaluar sus necesidades y desarrollar sus experiencias anteriores. Esto nos permitió definir posteriormente el mejor enfoque para el despliegue de nuestra plataforma, que incluía:

- 1-** La **herramienta de distribución**, para streamear las transmisiones en vivo producidas por la EuroLeague y emitirlas en Facebook y Youtube.
- 2-** **Emisión simultánea en múltiples destinos (simulcast)** aprovechando nuestra integración con redes sociales. En el caso concreto de la EuroLeague, en Youtube y Facebook.
- 3-** La **herramienta de generación de clips de vídeo** de eventos en vivo con el fin de crear contenido publicable en las redes sociales (Youtube, Facebook, Instagram, etc.).

“ Hemos ampliado nuestro alcance e impacto tanto en los fans como en las nuevas audiencias ”

Euroleague Basketball,
Media Assistant



Beneficios obtenidos

La EuroLeague ha logrado ampliar su alcance e impacto tanto en sus fans como en nuevas audiencias, al tiempo que ha mantenido su gran imagen de marca transmitiendo de manera profesional y simultánea en Youtube y Facebook.

- 1-** Llegar a nuevas audiencias y complacer a los fans que deseaban poder consumir este contenido extra de la competición.
- 2-** Visitas agregadas a sus redes sociales. El número de personas alcanzadas ha aumentado notablemente, incluyendo los espectadores en vivo del evento y de la post-emisión en las dos destinaciones (Youtube y Facebook).
- 3-** La creación de clips de la transmisión en directo y su compartición en redes sociales ha generado conciencia, visualizaciones e interacciones.
- 4-** Generar contenido multimedia disponible en todo momento con el fin de reforzar la imagen de marca y mejorar la calidad del propio evento.
- 5-** El tiempo entre el evento y la publicación de los clips en las redes sociales se ha reducido a cuestión de segundos, proporcionando una respuesta rápida a las necesidades de los fans.