

# Unión de Rugby de Buenos Aires

U.R.B.A. - Pacheco de Melo 2120 (1126) Buenos Aires - Argentina - Tel. (011) 4805-5858 Fax: (011) 4806-9933  
e-mail: melo2120@urba.org.ar

Buenos Aires, 28 de junio de 2010.-

Señor  
Secretario del  
Club

CIRCULAR: 43/10

Ref.: Programa Marketing en tu Club -  
Seminario - **Lunes 12/7/2010**

De mi consideración:

Por la presente, invitamos a los Clubes afiliados a participar en el Seminario a llevarse a cabo en la sede de esta Unión el día **Lunes 12 de Julio a las 19hs.**

Tal seminario se realiza en el marco del Programa "Marketing en tu Club" (se adjunta Newsletter explicativo) que esta Unión lleva adelante, y es organizado por la Subcomisión de Marketing, Comercialización y Comunicación.

La convocatoria esta destinada a aquellas personas de vuestros Clubes (2 personas máx. por Club) que se encuentren a cargo, o se ocupen de las tareas comerciales vinculadas a nuestro Juego.

Solicitamos a Uds. confirmar asistencia antes del **Lunes 5 de Julio** enviando un correo electrónico a: [marketing@urba.org.ar](mailto:marketing@urba.org.ar) o comunicándose telefónicamente al 4807-1600 Roxana Blanco de 11 a 18 hs.

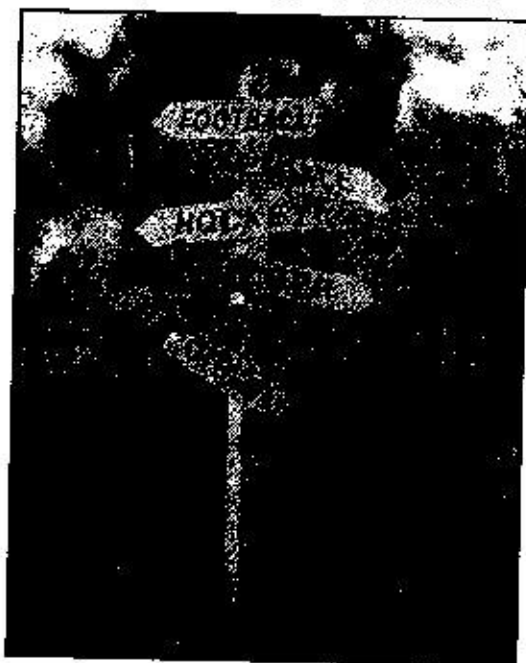
Sin más saludo a Ud. atte.

CARLOS RIGHI  
Secretario

# Marketing en tu club

## Marketing para clubes de Rugby

*Programa intensivo para implementar un plan de trabajo y desarrollarlo en busca de objetivos tangibles y concretos.*



Sin rumbo no hay vientos favorables, y esto que Séneca aseguraba en los inicios de la era cristiana hoy día es aplicable a la mayoría de las cosas. Familia, Trabajo, Club. Nada es sostenible en el tiempo sin un plan que lo enmarque, que le dé vigor, que lo alimente, que lo temple.

Con Planificación se puede construir una estrategia. Con Planificación se puede determinar un camino y ese por sinuoso que sea será el motivo de todos, será el sendero que caminarán los que vengan detrás nuestro. Sin planificación, se planifica el fracaso.

### Un equipo adentro.

#### Un equipo Afuera

Hace años que los clubes adolecen la falta de equipos fuera de la cancha. Si nos manejamos con estadísticas reales, les podemos asegurar a todos que los clubes que han crecido y se han transformado en grandes siendo muy chicos, son los que han contado con fuertes equipos dentro y consistentes equipos fuera de la cancha.

El desarrollo de un club depende casi exclusivamente de lo que sus integrantes hagan por eso.

No hay magia. No hay ciencia. Los grandes clubes se han construido con un 1% de inspiración y un 99% de transpiración.

## PROGRAMA MARKETING EN TU CLUB

El Programa se iniciará con un **seminario de tendencias** e ideas novedosas que desembocará en la explicación de como realizar un plan de trabajo.

Durante las semanas siguientes al seminario se realizarán **reuniones individuales por club** y se trabajará para llevar adelante el mismo, en la búsqueda de **acciones concretas**. Se irá dando **soporte** a los diferentes equipos de



trabajo desde el **blog** de marketing del Site de URBA.

Para finalizar el año, en un **segundo seminario** se compartirán casos y acciones concretadas por los clubes, **intercambiando experiencias y desarrollando la comunidad de Marketing** de Clubes URBA, tendiente a mejorar las gestiones comerciales y la búsqueda de recursos.