

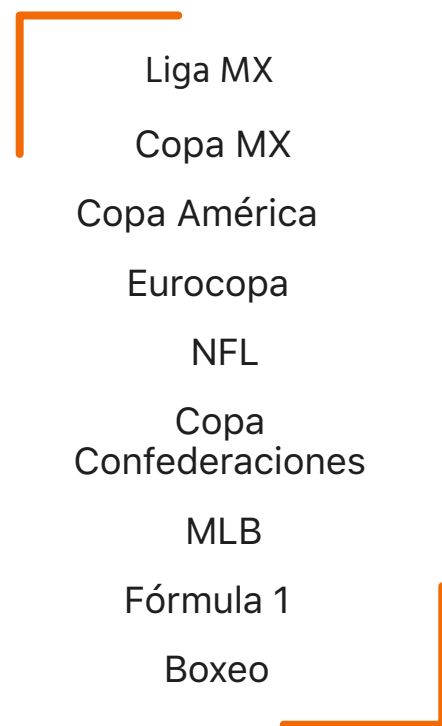


Televisa

Televisa, la compañía de medios más importante de Hispanoamérica, tiene como objetivo ofrecer los contenidos más relevantes y de mejor calidad para todas sus audiencias. Entre sus principales productos televisivos se encuentra la transmisión en vivo de eventos de clase mundial en disciplinas como el futbol, basquetbol, futbol americano, beisbol, boxeo y automovilismo a través de su área de deportes.

Para sumar a sus transmisiones de excelente calidad de producción, Televisa Deportes buscaba una manera de vincular con los aficionados al deporte durante las mismas y así estrechar lazos con ellos. Les interesaba recibir en tiempo real sus comentarios, conocer su opinión, compartir imágenes de cómo viven cada uno de los encuentros, identificar a los fanáticos más fervientes y recompensar su pasión a través de premios.

De la mano de la tecnología de Social Hub, Televisa Deportes implementó en su página de internet el portal "Juega en TD" consistente de cinco módulos interactivos que se encontraron activos durante cada una de sus transmisiones. A través de ellos, el equipo de la televisora pudo realizar sondeos, mostrar las fotos de cada uno de los aficionados y regalar artículos a los fanáticos que sintonizaban su señal para ver



De tal suerte, Televisa Deportes logró en el transcurso de 2017 que más de 300 emisiones en vivo tuvieran participación de sus televidentes, agregando valor a la experiencia del aficionado al ver a sus equipos y atletas favoritos.

EL ÉXITO BASADO EN NÚMEROS

Como resultado de estos esfuerzos, la presencia de Televisa Deportes en redes sociales y la interacción con su público aumentó de manera sustancial. Más de 48,000 aficionados participaron en concursos, otros 15,000 demostraron sus conocimientos deportivos al participar en los sondeos y la cuenta de @TD_Deportes recibió cerca de 300,000 comentarios. Gracias a la alianza entre KarmaEngage y Televisa Deportes, el aficionado al deporte ha pasado a ser uno más de los protagonistas.

SU PÚBLICO AUMENTÓ
SUSTANCIAL

48,000

aficionados participaron
en concursos

15,000

demonstraron sus
conocimientos deportivos

300,000

comentarios recibió la
cuenta @TD_Deportes

