

Comunicado de prensa

Martes, 10 de octubre de 2023

Va Rayados por expansión de su huella en EU

- La expansión de la huella en USA es uno de los pilares de la recién implementada Visión 2030 del Club de Fútbol Monterrey.
- Las acciones fuera de la cancha impactaron en dos grandes segmentos que son prioridad para el club: Los Expats y los nuevos Rayados.

Monterrey, Nuevo León, México. 10 de octubre de 2023. –Tras su participación en la Leagues Cup, el Club de Fútbol Monterrey Rayados va por la penetración en el mercado estadounidense, a través de la implementación de una nueva estrategia que forma parte de la Visión 2030 denominada “La Expansión de la Huella” que tiene por objetivo conectar con dos segmentos específicos: los Expats; mexicanos que no viven en USA desde hace tiempo y los Nuevos Rayados; segundas generaciones de mexicanos que son aficionados al fútbol pero no han definido un equipo del fútbol mexicano.

“Esta expansión involucra la penetración en segmentos de mercado previamente identificados con mucha presencia de afición rayada o aficionados al fútbol en general. Implica el crecimiento estratégico de la marca con el objetivo de capturar una mayor cuota de mercado en Estados Unidos — principalmente en Texas —, aumentar ingresos y fortalecer nuestra posición competitiva”, comentó Xavier Sánchez, director comercial del Club.

Como parte de esta estrategia, lanzaron la campaña en inglés “Earn Your Stripes”, totalmente dirigida al mercado estadounidense, en donde se han hecho esfuerzos digitales y presenciales como venta de merch y eventos en distintas ciudades, principalmente de Texas.

Por la cercanía de Nuevo León y la notable presencia de regios y mexicanos aficionados al fútbol, Estados Unidos es el principal mercado en el que el Club de Fútbol Monterrey delineó “La Expansión de su Huella”, siendo la Leagues Cup el punto de lanza para dar los primeros pasos.

La llegada del CFM a semifinales, le llevó a visitar siete ciudades durante 28 días, en las que los Rayados realizaron diferentes actividades de impacto social y de acercamiento con los fanáticos estadounidenses, y al fútbol mexicano en suelo vecino.

“Esta expansión involucra la penetración en segmentos de mercado previamente identificados con mucha presencia de afición rayada o aficionados al fútbol en general. Implica el crecimiento estratégico de la marca con el objetivo de capturar una mayor cuota de mercado en Estados Unidos —

Para más información:

Vanessa Alemán

T. +52 55 4354 9834

relacionconmedios@femsa.com.mx

Óscar Martínez

T. +52 81 8318 1863



Proximidad

Salud

Digital

Negocios
Estratégicos

Comunicado de prensa

Martes, 10 de octubre de 2023

principalmente en Texas —, aumentar ingresos y fortalecer nuestra posición competitiva”, comentó Sánchez,

Con el eje establecido y la oportunidad de un torneo en Estados Unidos en puerta, el Club implementó una estrategia 360 conformada por las áreas de Comunicación, Relaciones Institucionales y Medios, Mercadotecnia y Comercial, quienes en conjunto impactan a los distintos grupos de interés previamente detectados.

Con la finalidad de que los mexicanos que viven en EU conectaran con su país y su deporte favorito, Rayados generó experiencias en las ciudades que visitaron, como el Fan Fest y “cascarita de fut” que se complementaron con el acercamiento de exjugadores y leyendas del club, como el mult campeón con el club Jesús Zavala y el mundialista Ricardo Osorio, para expandir la huella del sentimiento Rayad “En La Vida y En La Cancha”.

La ejecución de la estrategia comenzó antes del inicio de la Leagues Cup con diversas acciones como la revelación de un jersey diferenciado para el torneo con una venta de 3,000 unidades y los scoutings en las sedes, para entablar contacto con equipos locales, así como la venta de mercancía oficial en Estados Unidos a través de la página web soccer.com.

Nace @WeAreRayados

Asimismo, se desplegó una estrategia para conectar con los nuevos aficionados en USA de manera digital, por lo que se creó la cuenta en inglés del club @WeAreRayados, que con 420 publicaciones durante la Leagues Cup alcanzó 2.6 millones de usuarios y 146 mil interacciones.

Monty, el consentido de la afición

La participación e interacción de “Monty”, la mascota del Club en cada una de las ciudades y con la mayoría de los equipos con los que Rayados sostuvo encuentros fue crucial para el acercamiento no solo de los aficionados en USA sino también para quienes desde Monterrey y otras ciudades de México veían a Rayados en su largo recorrido por Leagues Cup.

Salt Lake City, Seattle, Portland, Houston, Los Angeles, Nashville y Philadelphia fueron las ciudades en que Monty, Rayados y su afición hicieron presencia con más de 11,815 kilómetros recorridos por todo USA.



Comunicado de prensa

Martes, 10 de octubre de 2023

“Como el mejor equipo mexicano de la Leagues Cup — 4to lugar — culminó la travesía de Rayados por USA, si bien el máximo logro deportivo al que se aspiraba no se concretó, la institución obtuvo un premio mucho más grande, el acercamiento a los aficionados rayados que radican en territorio americano y el de nuevos aficionados albiazules que llevarán el orgullo de ser Rayado pese a la distancia y con la seguridad de que en cada ciudad de Estados Unidos que pise el Club de Fútbol Monterrey, habrá un rayado defendiendo la divisa”, concluyó el Director Comercial de Rayados.

Y para dar continuidad a esta estrategia, este sábado Rayados jugará en Houston, Texas el clásico regiomontano, siendo parte de las actividades en este 2023, luego que el pasado 4 de octubre, Rayados jugó contra Kansas City Current en Kansas City, Missouri, en donde las jugadoras visitaron una escuela que da atención a hijos de latinos cuyo sistema es impulsar ambos idiomas en los niños.

Además del foco centrado en el aficionado, la institución ve prioritaria la expansión de la marca a través de socios comerciales, por lo que en este semestre se han cerrado acuerdos con diversas compañías como SRS Distribution, dedicada a la rama de la construcción, y Coca Cola Southwest. Ambos patrocinadores estarán ligados en activos de presencia en los Estados Unidos exclusivamente.

Acerca del Club de Fútbol Monterrey Rayados

El Club de Fútbol Monterrey Rayados se fundó el 28 de junio de 1945, siendo uno de los equipos más longevos del fútbol mexicano, a lo largo de su historia ha conseguido 5 títulos de Liga MX, 5 de Campeones de la Concacaf y 3 de Copa MX. Rayados refrenda su compromiso en la vida y en la cancha, mediante el programa de Responsabilidad Social, en donde distintos grupos vulnerables se ven beneficiados y participan en diferentes actividades realizadas por el Club.

Para más información:

Vanessa Alemán

T. +52 55 4354 9834

relacionconmedios@femsa.com.mx

Óscar Martínez

T. +52 81 8318 1863



Proximidad

Salud

Digital

Negocios
Estratégicos