

**ÀREA SOCIAL**  
**Memòria 2014/2015**



**BM.Granollers**



## Introducció a la memòria de l'àrea social i valoració general

---

Aquesta memòria recull les principals estratègies i accions de caire social que l'actual Junta Directiva ha proposat i ha dut a terme durant la temporada 2014/2015. Les principals millores s'han assolit en l'àmbit de la Granollers Cup, de la comunicació externa i de la col·laboració amb col·lectius diversos de socis i sòcies. Per contra, s'han trobat dificultats en aspectes fonamentals, com l'augment de socis i la millora de l'ambient i l'aspecte del Palau durant els partits dels primers equips.

Seguint l'estructura de les memòries de temporades anteriors, els projectes s'han organitzat en 3 eixos estratègics bàsics:

- Comunicació i visibilitat del Club
- Ampliació de la massa social i millores per als socis
- Esdeveniments i dinamització interna

Cada eix compta amb un seguit de projectes principals. Per tal de fer una presentació clara i concisa, s'ha sintetitzat cada projecte en les principals accions i fites assolides. Tenint en compte que aquesta memòria pretén retre comptes de l'àrea social, no s'hi han inclòs altres activitats o esdeveniments fonamentalment esportius o econòmics, encara que també tinguin un vessant social rellevant. L'impuls dels projectes ha estat possible, en gran mesura, gràcies a la col·laboració i complicitat de persones i empreses que creuen en el BM Granollers, i treballen desinteressadament per fer-ne un Club més ric i enriquidor. En aquest sentit, la Junta Directiva s'ha sentit molt acompanyada per molts socis i sòcies que han col·laborat a fer palès l'orgull del BM Granollers.



## Eix 1

### COMUNICACIÓ I VISIBILITAT DEL CLUB

#### 1. Ampliació de l'Equip de Comunicació

*Què s'ha fet?*

- S'ha treballat amb un Equip de Comunicació format per 1 cap de comunicació i 1 periodista.
- S'ha intensificat el seguiment del primer equip femení.
- S'ha potenciat el canal del BMG a YouTube: [https://www.youtube.com/channel/UCNqC51nuJzIUkxV\\_CDZ5RJw](https://www.youtube.com/channel/UCNqC51nuJzIUkxV_CDZ5RJw)
- S'ha elaborat i implementat un pla de comunicació específic per a la Granollers Cup (vegeu punt 6).

*Què s'ha aconseguit?*

- Equiparar el seguiment del primer equip masculí i femení.





- Assolir un bon seguiment del Fraikin en una temporada amb gran exigència de partits a totes les competicions.
- Fer un seguiment del planter, especialment intens al final de la temporada.
- Produir 6 vídeos propis al canal del BMG a YouTube.
- Consolidar la relació amb els mitjans de comunicació.
- Donar resposta a les exigències comunicatives de la Federació, Asobal i EHF.
- Fer visibles els nostres patrocinadors i col·laboradors.
- Coordinar el treball en xarxes socials (*Facebook, Twitter i Instagram*) [vegeu el punt següent].
- Diversificar els continguts del *newsletter* com a mitjà de comunicació intern i extern [vegeu el punt 4].

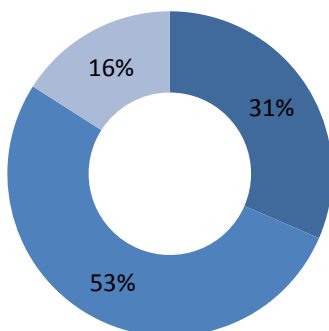


## 2. Coordinació i creixement de la comunicació a les xarxes socials

### Distribució dels seguidors a xarxes socials

(Seguidors totals: 14.117)

■ Facebook ■ Twitter ■ Instagram



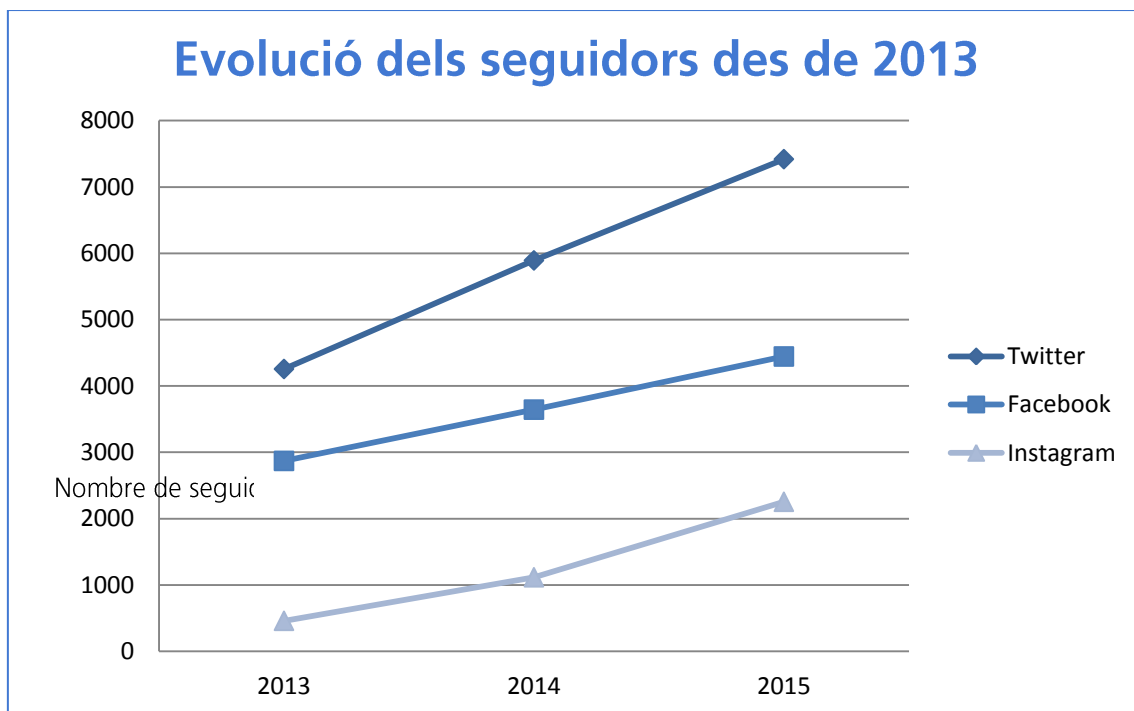
### Què s'ha fet?

- S'ha donat continuïtat al bon treball de les últimes 3 temporades.
- S'ha potenciat el seguiment de l'actualitat del Club a través de *Facebook, Instagram i Twitter*, amb immediatesa, rigor i varietat en la informació.
- S'ha integrat el seguiment integral de l'actualitat del BMG Femení.
- S'han incrementat els seguiments en directe dels partits a *Twitter*: tots els partits del Fraikin i del BMG Femení, així com els Campionats de Catalunya, Sectors Estatsals i les fases finals dels planter.



Què s'ha aconseguit?

- *Twitter* (1/09): 7.419 (+ 26%).
- *Facebook* (1/09): 4.444 (+ 22%).
- *Instagram* (1/09): 2.254 (+ 102%).
- Seguidors totals (1/09): 14.117 (+ 32,5%).
- Ser el 3r club d'handbol de l'Asobal amb més seguidors a les xarxes socials i el 1r a DH Femenina.





## 3. Creació d'un espai propi del BMG Femení a la web

---

Què s'ha fet?

- S'ha creat una secció nova a la web amb tota la informació de la plantilla i de les competicions que disputa el BMG Femení.

S'han incorporat els resultats i la classificació de la Divisió d'Honor Femenina a la pàgina principal.

Què s'ha aconseguit?

- Donar una imatge més atractiva i completa del BMG Femení.
- Equipar el tractament a la web dels dos primers equips del club.

## 4. Consolidació del *newsletter* del Club

---

Què s'ha fet?

- S'ha assolit una freqüència d'enviament setmanal (durant la temporada).
- S'ha millorat la qualitat i quantitat dels continguts inclosos al *newsletter*, amb més presència del planter, del BMG Femení i dels actes socials del club.
- S'ha actualitzat regularment la base de dades de receptors del *newsletter*.

Què s'ha aconseguit?

- Número total de *newsletter* enviats (setembre 2014-juliol 2015): 38.



- Número de receptors del *newsletter*: aproximadament 910 (+ 8% respecte a l'inici de la temporada).

## 5. Creació de la web de la Granollers Cup

---

*Què s'ha fet?*

- S'ha dissenyat i publicat una web específica per a la Granollers Cup, amb informació del torneig i de l'estada a Granollers, materials audiovisuals i possibilitat d'inscripció en línia ([www.granollerscup.cat](http://www.granollerscup.cat)).



- S'ha adaptat la web de resultats de la Granollers Cup al disseny de la web d'inscripcions ([www.granollerscup.com](http://www.granollerscup.com)).

*Què s'ha aconseguit?*

- Publicar la nova web (febrer de 2015) i analitzar-ne el funcionament durant els primers mesos.
- Unificar la imatge del torneig a partir de la coherència en el disseny de tots els materials i eines.

## 6. Impuls de les xarxes socials específiques de la Granollers Cup

---

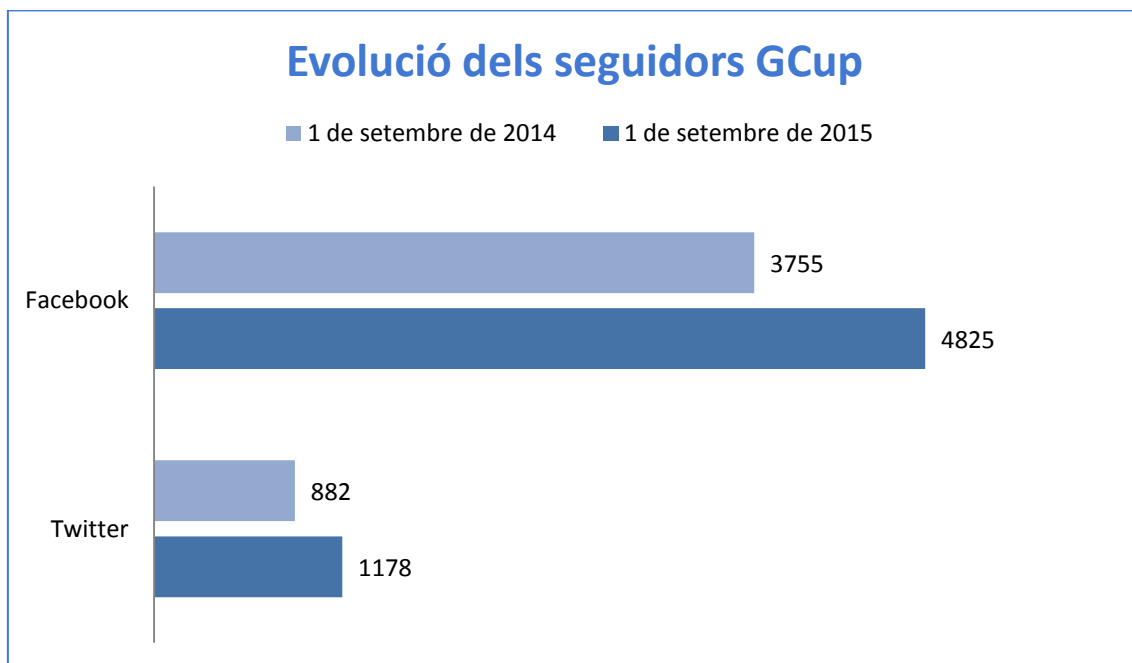
*Què s'ha fet?*

- S'ha creat i implementat un pla de comunicació específic per a les xarxes socials de la Granollers Cup (especialment, *Facebook* i *Twitter*), a partir de la posada en marxa de la nova web.
- S'ha incorporat la figura d'una periodista per a portar a terme el pla de comunicació.
- S'ha treballat perquè *Twitter* sigui el canal bàsic d'informació i seguiment durant la setmana del torneig.



## Què s'ha aconseguit?

- Assolir un impacte mediàtic significatiu, a nivell local, comarcal i autonòmic.
- Potenciar twitter com a canal fonamental de seguiment i visibilització de les diferents cares i protagonistes del torneig.
- Publicar cròniques diàries del torneig a la web.
- Assolir una bona participació a *Instagram*, amb més de 400 fotografies penjades pels participants al hashtag #GCup2015.
- Créixer significativament en seguidors:
  - *Twitter* GCUP (1/09): 1.178 (+25%).
  - *Facebook* GCUP (1/09): 4.825 (+28,5%).







## 7. Ampliació i millora de l'article del BMG a Viquipèdia

*Què s'ha fet?*

- S'ha ordenat, ampliat i actualitzat la informació sobre el BMG a la Viquipèdia en 3 idiomes: català, castellà i anglès:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Club\\_Balonmano\\_Granollers](https://es.wikipedia.org/wiki/Club_Balonmano_Granollers)

*Què s'ha aconseguit?*

- Completar una primera fase per oferir una informació completa i de qualitat sobre el BMG a Viquipèdia.

*Què falta per fer?*

- Millorar l'apartat d'història del club i la visualització d'algunes dades.
- Incorporar l'escut i algunes imatges clau.

## 8. Preparació de la botiga online del BMG

*Què s'ha fet?*

- S'han estudiat diferents opcions i pressupostos de botiga online.
- S'ha treballat en la implementació definitiva de la botiga en col·laboració amb RedSport Proclub (la posada en marxa està prevista per setembre/octubre de 2015).

*Què s'ha aconseguit?*

- Preparar i impulsar el projecte de botiga online.



## Eix 2

---

### AMPLIACIÓ DE LA MASSA SOCIAL I MILLORES PER ALS SOCIS

#### 1. Campanya de socis 2014/2015 i carnet europeu

---

*Què s'ha fet?*

- S'ha implementat la campanya de socis per a la temporada 2014/2015 durant l'estiu de 2014, a cost zero.
- S'ha estudiat la possibilitat de crear models nous de relació amb el club (per exemple, un carnet de simpatitzant).
- S'ha implementat una campanya especial per al carnet de Copa EHF, amb el suport d'un clip:

<https://www.youtube.com/watch?v=x8UPq-CrmBw>

*Què s'ha aconseguit?*



- No s'ha pogut fer una valoració ajustada dels resultats de les 2 campanyes.
- Per ara, no s'ha pogut posar en marxa el carnet de seguidor.

## 2. Prova d'un nou gestor de correus electrònics per als socis

Benvolguda soci/a,

Ens posem en contacte amb tu per informar-te que, a partir de dimecres 19 (inici), ja pots recollir el teu carnet de soci/a per a la temporada 2015/16 a l'oficina del club, al Palau d'Esports. L'horari de l'oficina és de 10 a 13 i de 17 a 20 hores.

Aprofitem l'avinentesa per convidar-te a assistir als amistosos que els nostres equips jugaran al Palau d'Esports durant l'agost, i que seran una bona oportunitat per conèixer les cares noves i els nous projectes:

- 19 d'agost, 19:30 - Fralkin BM Granollers vs Japó (Selecció Absoluta)
- 26 d'agost, 18:30 - KH-7 BM Granollers vs BM Castelló
- 26 d'agost, 21:00 - Fralkin BM Granollers vs Fénix Toulouse (Torneig Internacional Ciutat de Granollers)
- 31 d'agost, 19:15 - KH-7 BM Granollers vs Valur Reykjavik

Pots consultar la informació sobre la pretemporada i el calendari de lliga [aquí](#).

Gràcies pel teu suport.  
Rep una cordial salutació,  
Club Balonmano Granollers

**BM GRANOLLERS**  
TEMPORADA 2015/16  
Carnet Soci

CAMPIONATO DE EUROPA, COPA EHF 1995-96  
CAMPIONATO DE EUROPA, COPA EHF 1999-01  
CAMPIONATO DE EUROPA DE LA RECORD 1995  
CAMPIONATO DE ESPAÑA DE DIVISIÓN HONOR 1989-90, 1990-91, 1991-92, 1992-93

CAMPIONATO DE LA COPA GENERALIUNIO 1957-58, 1968-69, 1970-71  
CAMPIONATO DE ESPAÑA DE LA COPA 1957-58, 1960-61  
PRIMERA LIGA FÉNIIX 2004

### Què s'ha fet?

- S'han enviat (de forma puntual) correus electrònics als socis a través del mateix gestor amb què s'envia el *newsletter*: Mailchimp.
- S'ha continuat el trasllat al correu electrònic la comunicació amb els socis de qui ja s'han obtingut les dades.

### Què s'ha aconseguit?

- Assolir una primera fase de millora dels correus electrònics adreçats als socis.

### Què queda per fer?

- Sistematitzar i generalitzar el nou format.
- Aconseguir arribar a més socis a través del correu electrònic.



### 3. Realització d'una enquesta als socis

---

*Què s'ha fet?*

- S'han enviat als socis una enquesta online per conèixer millor les seves preferències sobre diferents aspectes del club.



## Eix 3

### ESDEVENIMENTS I DINAMITZACIÓ INTERNA

#### 1. Impulsar l'ambientació dels partits del Palau

*Què s'ha fet?*

- S'ha apostat per millorar la posada en escena dels partits al Palau: presentacions de l'equip, dinamització musical i *speaker*.
- S'han portat a terme contactes i trobades per organitzar un grup d'animació i impulsar l'ambientació musical al Palau d'Esports.
- S'ha treballat en una proposta d'intervenció gràfica global al Palau per tal de reforçar l'atractiu de les instal·lacions, tant externament com interna.
- S'ha convidat a assistir al Palau a diversos col·lectius: escoles, clubs d'esport, patrocinadors...





*Què s'ha aconseguit?*

- Comptar amb la presència puntual d'alguns col·lectius als partits al Palau.

*Què queda per fer?*

- Dinamitzar i establir el grup d'animació al Palau.
- Establir una estratègia específica per als partits del BMG Femení.
- Enfortir la relació amb entitats i associacions de Granollers.
- Millorar en general l'ambient del Palau d'Esports als partits a casa.

## 2. Comiat dels jugadors del Fraikin i del KH-7 BM Granollers

---

*Què s'ha fet?*

- S'ha seguit el protocol de recomanacions i reconeixements per millorar el comiat dels jugadors que marxen del Club que es va elaborar la temporada passada.
- S'han coordinat els actes de comiat dels jugadors que deixaven el club a l'últim partit de lliga Asobal, i s'ha ampliat a les jugadores de Divisió d'Honor.







## 3. Finalitzar la commemoració del 70è aniversari del BMG, 1944-2014

---



*Què s'ha fet?*

- S'han portat a terme els actes corresponents al segon semestre de l'any, en col·laboració amb la Comissió Organitzadora del 70è aniversari:

<http://www.bmgranollers.cat/cat/premsa/noticies/96-programa-d-actes-del-70e-aniversari-del-bm-granollers-1944-2014>

*Què s'ha aconseguit?*

- Inaugurar un espai urbà dedicat al club: els Jardins del BMG.

- Enregistrament d'un vídeo commemoratiu:

<https://www.youtube.com/watch?v=CUWeG2Rqdm0>

- Organitzar actes d'homenatge a exdirectius i a exentrenadors (Pep Vilà i Miquel Roca), que han servit per reunir part de la història viva del club.

- Publicar el catàleg dels trofeus restaurats, amb la col·laboració del fotògraf Jordi Ribó, el dissenyador Isidre Barnils i molts escriptors vinculats al club.

- Publicar i presentar el llibre de Joan Sala Vila, *BM Granollers, camí d'una filosofia*.

- Perfilar el projecte d'Espai del BMG a l'interior del Palau, que serà realitzat a finals de 2015.

## 4. Suport a grups col·laboradors i a projectes diversos

---

*Què s'ha fet?*



- S'ha potenciat i s'ha donat suport a les iniciatives que apareixen a diferents sectors del Club.
- S'ha impulsat la participació a diferents col·lectius i projectes d'integrants del Club aliens a la Junta Directiva.

## Què s'ha aconseguit?

- Donar suport a les iniciatives del Grup de mares i pares del BMG, centrades en l'educació en valors, com l'edició d'un calendari de valors per a les famílies.
- Donar suport a la creació del Grup d'Atenció Psicopedagògica (GAP).
- Coordinar el grup de treball sobre la Granollers CUP, així com els voluntaris de la GCUP.
- Impulsar les trobades de joves per dinamitzar l'animació del Palau.
- Donar suport a la Comissió del 70è Aniversari.
- Donar suport a l'organització de partits entre blancs i blaus a la Festa Major 2015.

## 5. Celebració de la nit de l'handbol 2015

---

### Què s'ha fet?

- S'ha organitzat la 2a nit de l'handbol a la discoteca La Disco (28 de març de 2015).

### Què s'ha aconseguit?

- Consolidar un acte social de germanor per a tots els integrants del club majors d'edat.
- Assistència aproximada: 150 persones.