

## Rimini Calcio, il sito del club diventa più ricco: nuova veste ed ecco l'e-commerce

**Sport** - 09 novembre 2019 - 14:24



Rinnovato il sito del Rimini F.C graficamente e nei contenuti – parte delle novità sono già operative – con la novità soprattutto del marketplace, ossia lo spazio dedicato ai partner commerciali per la vendita di beni e servizi, lo sviluppo del merchandising attraverso l'e-commerce con la possibilità di interagire con i fruitori in ogni parte del mondo. Insomma, una piattaforma a caratura internazionale.

La novità è stata illustrata da Roberto Urbini, responsabile marketing Rimini F. C., e Leandro De Aguiar, webmaster Rimini F. C. e a capo dell'azienda Comcart di Gatteo che ha un respiro internazionale e che quindi può portare come società sportiva e soprattutto come prodotto Rimini a qualcosa di professionalmente all'avanguardia.

Da un lato l'esigenza di creare una vetrina per i partner in cerca di visibilità e dall'altra di creare business.

Leandro De Aguiar spiega: “La parte news è più ricca e in continuo aggiornamento con notizie, risultati, classifiche; quanto al merchandising c'è anche la possibilità di personalizzare il vestiario con nomi e numeri”. All'interno del sito ci è stata offerta la collaborazione con ElevenSports, con la possibilità di abbonarsi al sito con tariffe agevolate.

Roberto Urbini aggiunge: “E' arrivato un questionario della Legapro la cui ultima domanda era: cosa possiamo fare per le società? La mia risposta è stata: creare una rete. La mia idea è che attorno al calcio si possa creare un tessuto di imprenditori che traggano beneficio da questa cosa e la riversino nell'attività sportiva. Oggi non ti regala niente nessuno, vogliamo pertanto rendere lo strumento marketing attrattivo. Il sito deve diventare la casa dei tifosi. Superato lo tsunami estivo rinnovo l'invito alle aziende a collaborare, ricordando che siamo una delle poche società di LegaPro ad avere i conti a posto, che non è una cosa banale da dire. Il Rimini è una società che è in autofinanziamento: non ha debiti con terzi, paga il fisco, l'erario, gli stipendi. Se qualcuno crede nel progetto siamo ben aperti a farlo perché la sfida che ci siamo dati è di vincere la partita del marketing. Sicuramente all'interno di questo luogo ci divertiremo. L'ultima cosa che abbiamo fatto è stata stringere un accordo con CNA, con cui faremo un incontro per raccontare quello che stiamo facendo alle loro migliaia di associati. Il tessuto economico della città è quello che noi vogliamo aiutare e dal quale ci aspettiamo un aiuto. Il marketplace è come un supermercato, una grande piazza come i negozianti di un ipermercato:



chi c'è deve fare il massimo per farsi conoscere e stringere affari. Il nostro intento è di allargare la piazza il più possibile”.