

CLUBES

El Barça ficha a una directiva de Vueling para relanzar la taquilla del Camp Nou

Palco 23
9 feb 2015 - 05:00

El FC Barcelona continúa reforzando su estructura ejecutiva. Tras la incorporación de Ignacio Mestre como director general y de William T. Mannarelli como responsable de diseñar el plan de negocio del futuro Espai Barça, la junta directiva ha ido a buscar a Vueling a alguien para relanzar el negocio de venta de entradas y espacios del Camp Nou. La escogida es Arianna Tregon, que desde enero de 2012 fue la encargada de diseñar el producto digital de la aerolínea catalana, también con el objetivo de elevar las ventas y mejorar la atención al cliente a través de este canal.

Fuentes conocedoras del fichaje señalan que su misión será la de potenciar un canal de ventas online que actualmente es poco ágil y no ofrece una experiencia de compra satisfactoria, pese a que ya se han introducido mejoras en el proceso de compra. No es un tema menor, puesto que cada vez más aficionados utilizan este canal para adquirir sus entradas, especialmente los turistas. En este sentido, cabe recordar que el Barça obtiene en torno a 25 millones de euros por la venta de tiquets en Internet.

Su fichaje se produce en medio de una temporada en la que el club ha lanzado una importante campaña de comunicación, tanto a pie de calle para vender paquetes de entradas como a nivel de medios para comercializar los asientos VIP del Camp Nou. Los ingresos del estadio por taquilla retrocedieron un 10,6%, hasta los 43,9 millones de euros, en la temporada 2013-2014. El motivo principal fue la multitud de partidos entre el FC Barcelona y el Real Madrid en la temporada anterior, así como el menor atractivo de algunos encuentros.

Taregón, licenciada en Administración y Dirección de Empresas (ADE) por la Universitat Pompeu Fabra (UPF) y con estudios por la escuela de negocios Esade, deberá dar un vuelco a la situación. Su carrera profesional arrancó en la textil catalana Ros Mari como responsable de producto entre 2005 y finales de 2007. También ha trabajado como consultora en la empresa de recursos humanos Michael Page y en varias empresas de marketing, hasta que la tecnológica Groupalia la fichó en noviembre de 2011 para dirigir proyectos de marketing. Apenas trabajó tres meses, ya que Vueling llamó a sus puertas y