

CLUBES

El Madrid CFF acelera su digitalización de la mano de Amazon

El equipo de la Primera Iberdrola redobla su apuesta por el entorno digital asociándose con la división de infraestructura tecnológica del grupo.

Palco23

5 may 2021 - 10:05



El Madrid CFF ficha a Amazon Web Services. El club de la Primera Iberdrola firma un acuerdo con el proveedor tecnológico para potenciar su digitalización del club y ofrecer un acceso a los servicios digitales rápido y disponible en todo momento.

El conjunto madrileño, referente en el modelo de cantera en el fútbol femenino con 400 futbolistas, y nacido hace poco más de una década, compite con un presupuesto de un millón de euros con los grandes del fútbol español por hacerse un hueco en la Champions League mientras mira hacia el futuro con un proyecto de crecimiento, trabajando para crecer y expandir su modelo a otras zonas de Madrid, España y a escala internacional.

El Madrid CFF se apoya en el ámbito digital para ampliar su difusión. Cuenta con más de 30.000 seguidores en Instagram y más de 24.000 en Twitter, sus principales altavoces online, unas plataformas a través de las cuales da visibilidad a su proyecto en base al *storytelling*.

El crecimiento del club, su alcance global y la “necesidad de tener costes operativos precisos” ha provocado que el club se apoye en herramientas digitales para el día a día, un proceso que no ha hecho más que acelerarse con la llegada del coronavirus.

El Madrid CFF se apoya en Amazon para ofrecer un acceso a los servicios digitales rápido y disponible en todo momento

La entidad deportiva ha digitalizado el sistema de adquisición de abonos de temporada, así como la venta de camisetas y merchandising. Además, ha desarrollado un sistema de gestión de incidencias para abonados y socios del club, junto a un sistema de gestión de acreditaciones para prensa.

Con el desarrollo de la digitalización, y partiendo de un *hosting* compartido, los responsables del club detectaron la necesidad de contar con un proveedor de infraestructura tecnológica flexible en los costes, ante el escenario de incertidumbre provocado por el coronavirus, al mismo tiempo que ofreciera una propuesta escalable en cuanto a cargas de trabajo y fuera versátil a la hora de encontrar soluciones. Unas necesidades a las que se adapta Amazon, su nuevo socio tecnológico, con quien el club ha migrado sus sistemas de plataforma a la nube.

En la temporada 2013-2014 el Madrid CFF ascendió a la Segunda División, y desde la 2017-2018 es equipo de la Primera División. Actualmente, ocupa la sexta posición en la liga y se ha clasificado para las semifinales de la Copa de la Reina.