

Kiedy Amerykanie kupili Romę, podkreślali wielokrotnie, że zależy im na budowie mocnego klubu, któremu towarzyszyć będą odpowiednie działania marketingowe i efektywna komunikacja. Szybko powstała nowa oficjalna strona klubowa, a ostatnio AS Roma pojawiła się na Facebooku i Twitterze.

Jak pisze dziennika „Il Tempo”, tysiące użytkowników kliknęły „lubię to” na nowym, oficjalnym profilu Romy na Facebooku. W ciągu dziesięciu godzin profil zgromadził ponad 20 tysięcy kontaktów. „Lubię to” kliknął także James Pallotta, jeden z trzech wspólników Thomasa DiBenedetto, który wczoraj wylądował w stolicy Włoch.

- Ta Roma bardzo mi się podoba - mówił dziennikarzom witającym go na lotnisku Ciampino. - Oglądałem wszystkie mecze w telewizji, w tym także spotkanie z Atalantą, w lokalu w Bostonie, gdzie gromadzi się wielu Włochów. Widać, że nasza forma rośnie, jesteśmy lepsi z meczu na mecz i doceniam pracę Luisa Enrique.

Pallotta przyjechał do Europy w interesach i po krótkim pobycie w Rzymie ma dziś odlecieć do Zurychu.

- Jutro [dziś - od red.] mam spotkania w sprawie Romy. Nowy stadion? Jestem absolutnie dobrej myśli.

Za multimedialną rewolucję w Romie odpowiada przede wszystkim Amerykanin Shergul Arshad. Po profilu na Facebooku, stworzył on także oficjalne konto Romy na Twitterze, gdzie publikowane będą krótkie informacje oraz zdjęcia np. z treningów Romy. Następny w kolejce projektów do zrealizowania jest sklep on-line. W najbliższych dniach obowiązki z zakresu merchandisingu, marketingu oraz komunikacji zostaną ostatecznie rozdzielone między Arshada oraz kolejnych Amerykanów, Pannesa i Barrora, którzy intensywnie pracują z DiBenedetto w Trigorii i mają teraz odwiedzić kilka terenów, na których mógłby zostać wybudowany nowy stadion Romy.

Oficjalny profil Romy na Facebooku:

<https://www.facebook.com/officialasroma>

i na Twitterze:

<http://twitter.com/officialasroma>

Autor: kaiaa