



OBJETIVO DEL TRIMESTRE

Crecer en TikTok e Instagram con el Open de España como palanca

No es un trimestre de "publicar más". Es un trimestre con un evento, una base comercial y una lista de 59 puertas a las que llamar. Todo lo demás se ordena detrás de eso.

BASE COMERCIAL

Tee Up · GOLFISTATT

20% de cada suscripción anual que entre con el código. Es la única línea de ingreso que crece sola con el alcance: por eso va en todos los vídeos.

MOSCA

Logo Tee Up + código, en el **100% de los vídeos**, sean del Open o no. Especificación en la página 2.

ADS

50 € Meta + 50 € TikTok al mes. Cost Cap, CPE objetivo 0,02 €, tope 0,10 €.

TIKTOK SHOP

Seara (ropa) y Tee Up por afiliación. Un vídeo con producto etiquetado a la semana.

24 sept → 7 oct

Prepararse para el Open

El ítem clave. Dos semanas.

- **Acreditación:** emails a MTP y RFEG (ya redactados). Recordatorio a Diego Jiménez el 25/09. Irene Sanz enviado.
- **20 guiones escritos** antes de pisar el Club de Campo (hoja "Escaleta Open" del Excel). En el torneo no se piensa, se graba.
- **Plantillas CapCut** con la mosca ya puesta: vertical 9:16, subtítulos palabra a palabra, cierre con código.
- **Kit:** dos móviles (uno graba, otro hace el live), micro de solapa, dos powerbanks, gimbal, tarjeta de datos.
- **Lives:** comprobar que TikTok te deja emitir (exige 1.000 seguidores). Si no, los directos van por Instagram.
- **Pitch masivo:** enviar las 59 filas del Excel (marcas, federaciones, campos, agencias UGC) la semana del 28/09, para que las respuestas lleguen antes del Open.
- **Tee Up:** coordinar mosca, polo o gorra, y argumentos para los directos.
- **Entradas** compradas por si no llega la acreditación (federados, 50%). El plan no depende del pase.

7 → 11 oct

El Open de España

Club de Campo Villa de Madrid

- **20 piezas en cinco días**, publicadas el mismo día. Mañana ambiente, tarde utilidad, noche resumen.
- **7 directos en TikTok:** uno de previa el miércoles, uno al mediodía de jueves a sábado, uno largo el domingo con los últimos hoyos.
- **Mosca en todo**, código en cada descripción, "contenido de marca" activado.
- **Stories** en Instagram como diario de a bordo; el carrusel de datos del canal sale el martes 13.

12 oct → 30 nov

Vender lo hecho

Caso de estudio y vídeos dedicados

- **Caso de estudio del Open** con datos reales (alcance, seguidores ganados, canjes GOLFISTATT). Es la pieza que va en el segundo email a todos los que no contestaron.
- **Vídeos dedicados:** Izki Golf (2-3), Norba (2-3), Ceuta ("Ceuta es España"), Melilla, León, Zarapicos, Vigo, A Coruña, Val de Rois, El Fresnillo, Entrepinos.
- **Federaciones autonómicas:** una a la semana, empezando por Aragón. Dos o tres campos y lo que hacen bien. En todos: "hablad con Tee Up".
- **Alps Tour (3 vídeos)** con la Q-School del 4-5 de noviembre en Italia como excusa. **European Tour (1)** con el material del Open.
- **Álvaro Beamonte y Hugo Costa:** un vídeo cada uno, con su @.
- **Aldeamayor y La Galera:** pitch de marketing formal, mismo documento que el del Open.
- Segundo envío del Excel a los que no respondieron, ahora con el caso de estudio.

1 → 31 dic

Cerrar el año

Y dejar enero preparado

- **Balance:** seguidores, engagement, canjes de GOLFISTATT, respuestas al pitch. Un solo número por línea.
- **Recap** del año en vídeo y carrusel; propuesta 2027 a las marcas que hayan contestado.
- Si el traslado a Milán se confirma: el canal no se para, cambia de escenario. Le Rovedine, campos de Lombardía y el Alps Tour desde dentro son contenido que nadie hace en castellano.

4

vídeos a la semana

5-6 tras el Open si el ritmo aguanta

1

directo a la semana

7 durante el Open

10

pitchs a la semana

del Excel, con seguimiento a los 10 días

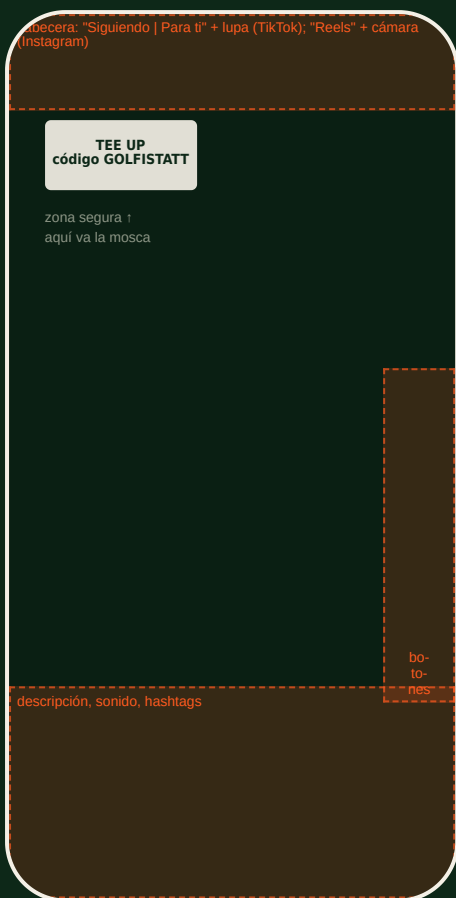
1

revisión de ads

solo se toca si CPE > 0,10 €



LA MOSCA DE PATROCINIO



Dónde y cómo

Posición	Arriba a la izquierda, no a la derecha. En TikTok la lupa y en Instagram la cámara ocupan la esquina superior derecha; la columna derecha entera es de botones. Arriba a la izquierda no la tapa nada en ninguna de las dos apps.
Distancia al borde	Un 12% desde arriba (unos 230 px en 1920), un 8% desde la izquierda.
Tamaño	Un tercio del ancho como máximo (≤ 360 px en 1080). Alto entre 120 y 150 px.
Contenido	Logo de Tee Up + "código GOLFISTATT". Nada más: sin porcentaje ni URL, eso va en la descripción.
Fondo	Pastilla clara al 90% de opacidad con esquinas redondeadas; texto en verde noche. Sobre vídeo de campo (verde) se lee siempre.
Cuándo	Todo el vídeo, de principio a fin. En los directos, como sticker fijo.
Etiquetado	"Contenido de marca" en TikTok y "Colaboración pagada" en Instagram, siempre. Es una comunicación comercial y tiene que verse como tal (LSSI, art. 20). Activarlo no penaliza el alcance; que te la quiten sí.
Plantilla	Una sola plantilla en CapCut con la mosca ya puesta. No se monta vídeo a vídeo.

Cuatro riesgos, con su parche

- 1. Grabar dentro del Open sin acreditación.** Las condiciones de entrada de los torneos del DP World Tour restringen el vídeo de juego con fines comerciales. Sin pase, la escaleta se graba desde el recinto: ambiente, aficionados, lanzadera, precios, hoyos explicados con tu voz y sin golpes de los pros. Con pase, se amplía. El plan de 20 piezas funciona en los dos casos.
- 2. Directos en TikTok.** Hacen falta 1.000 seguidores para emitir. Si no llegas el 7 de octubre, los siete directos van por Instagram y la mosca se pone como sticker.
- 3. Los emails del Excel.** Solo dos están verificados (RFEG y Entrepinos). El resto hay que sacarlos de cada web o Instagram antes de enviar. No se envía a ciegas ni se inventa una dirección.
- 4. El ritmo.** Jornada completa más el Open más 59 pitches. Cuatro vídeos por semana es el compromiso; seis es el deseo. Si una semana solo salen dos, se publican dos y no se recupera la semana siguiente.

Los números que cuentan (uno por línea, cada domingo)

# vídeos publicados	# directos hechos	# pitches enviados / respondidos	# canjes GOLFISTATT	# seguidores nuevos TikTok / Instagram
------------------------	----------------------	-------------------------------------	------------------------	---

Sin objetivos de seguidores escritos aquí a propósito: la cifra se fija el 13 de octubre con los datos reales del Open, no antes. Lo que sí es fijo es el proceso de arriba.

Qué va en cada vídeo dedicado

- **Campos:** el hoyo que lo define, una cosa que hacen mejor que nadie, cuánto cuesta jugarlo, y "resérvalo en Tee Up".
- **Federaciones:** dos o tres campos de la comunidad, un programa que merezca contarse, y "hablad con Tee Up, son gente competente y os ayudan a entrar en la app".
- **Alps Tour (3):** qué es, cómo se entra, una temporada desde dentro.
- **European Tour (1):** qué hace falta para jugarlo, contado desde el Open.
- **Personas:** Beamonte, una clase corta y su camino. Hugo Costa, cómo se cuenta el golf en España.