

Valgo - Blog

<https://www.valgo.es/>

Innovación y redes sociales: El patrocinio deportivo se reinventa para conectar con el nuevo fan digital.



El sector deportivo se encuentra en una transición hacia un paradigma digital, lo que también afecta al patrocinio. En esta nueva dimensión, el patrocinio deportivo presenta más oportunidades que desafíos. El canal digital ofrece mayores oportunidades creativas para activar acuerdos y eliminar las barreras geográficas, alcanzando a más fans sin importar su ubicación.

El objetivo del marketing deportivo ahora es buscar la máxima participación, involucración y compromiso por parte de los fans. Las estrategias de activación en entornos digitales deben conocer bien a los targets para llegar a ellos de manera efectiva. La personalización y el uso de datos son herramientas clave para mejorar la experiencia que el deporte ofrece a los seguidores. En este contexto, las redes sociales juegan un papel

fundamental en la comunicación y activación de patrocinios, especialmente entre las generaciones más jóvenes. Marcas como Nike, Adidas y Red Bull son ejemplos de cómo aprovechan los entornos digitales y las redes sociales para activar sus patrocinios y conectarse con sus audiencias.

El acceso a los deportistas también es crucial para la activación de patrocinios, y su presencia tiene un gran impacto en el resultado final. Las marcas buscan autenticidad en la representación de sus valores a través de los atletas, por lo que estos deben ser cuidadosos con lo que publican en sus redes sociales.

Fuente: [2Playbook](#)

Link to Original article: <https://www.valgo.es//w/valgo/34180/blog?elem=304286>