

Valgo - Blog

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

Estrategias del Marketing Deportivo con el horizonte puesto en el año 2025.



Durante la mañana del 15 de marzo, la sede del **EAE Business School** ha acogido el **Dictamen de Expertos de Marketing Deportivo 2022**, cuyo objeto ha sido recoger las principales tendencias esperadas para el Marketing Deportivo, con la vista puesta en el año 2025.

Las principales conclusiones adoptadas por este comité de expertos fueron, la reflexión de que el mundo se encuentra en plena transición, ya que tras el boom de la globalización, la innovación y la digitalización, influidas en gran medida por el efecto del COVID-19, la industria deportiva (representa el 3,3% del PIB español) se encuentra en el epicentro de la transición.

El dictamen se estructura en 7 secciones, estas son:

1) Importancia y evolución de actividades asociadas al *fan engagement*.

La actividad *phygital*, término que aúna lo físico + digital, cobrará aún más importancia en 2025.

2) Importancia y evolución de aspectos asociados al patrocinio.

La necesidad de que las marcas patrocinadoras inviertan en activación cobrará mayor importancia y evolucionará positivamente en los próximos años. Además se prevé un

11% de crecimiento en ingresos en los próximos años para las marcas patrocinadas por atletas/equipos con una agenda sostenible.

3) Importancia y evolución de aspectos asociados a la marca.

Será fundamental para las marcas, alinear sus objetivos y valores. En un mercado tan competitivo, es esencial, que una marca cree una imagen clara y veraz, con la que sea identificada por parte del consumidor.

4) Importancia y evolución de aspectos asociados a los aficionados.

Es de vital importancia buscar seguidores de calidad en las redes sociales, estos son aquellos que interactúan, compran, comparten y hablen de la marca, así se podrá desarrollar comunidades de aficionados.

5) Importancia y evolución de aspectos asociados a los medios de comunicación.

Uno de los principales retos para el 2025, es profesionalizar las mediciones de audiencia y de acceso a contenido audiovisual. La creciente popularidad de las OTT, plataformas digitales, medios DTC e influencers, genera un proceso de democratización del acceso al contenido deportivo, impulsando la visibilidad en numerosos deportes.

6) Importancia y evolución de aspectos asociados al contenido.

Durante los próximos años, se dará una mayor importancia a la relación entre las distintas *properties* y la audiencia, personalizando el contenido, incluso fomentando la creación mutua. Hoy en día, se está presenciando un importante cambio en el carácter del consumidor, pues este tiene mayor impacto que nunca y es menos leal.

7) Importancia y evolución de aspectos asociados a la innovación tecnológica en el marketing deportivo.

Se consideran muy relevantes los aspectos relacionados con el *big data*, *NFTs*, *tokenización* y realidad virtual aumentada. En todas las secciones, es de vital importancia la recopilación, medición y evaluación de datos, que serán los indicadores esenciales para innovar y negociar con la mayor certidumbre posible.

En definitiva el marketing deportivo, encara unos años de constantes cambios y evolución, otorgando cada vez mayor importancia a los aficionados, y concediendo a las *properties* y marcas más opciones para monetizar.

[PARA LEER EL ARTÍCULO COMPLETO>>>](#)

Link to Original article: <https://www.valgo.es/blog/estrategias-del-marketing-deportivo-con-el-horizonte-puesto-en-el-ano-2025?elem=277633>