

El marketing en la Eurocopa: 3 claves para ganarse a los aficionados

Con la Eurocopa 2024 en pleno apogeo, la emoción y la atención están en su punto más alto. Este evento deportivo ofrece a las marcas una oportunidad excepcional para potenciar sus estrategias de marketing y conectar con una audiencia mundial que sigue cada detalle del torneo. De hecho, según Nielsen y Zenith, la inversión publicitaria en eventos deportivos de esta magnitud puede aumentar hasta un 30-40% en comparación con periodos sin eventos relevantes

"La Eurocopa reúne a una audiencia diversa en términos de edades y perfiles, lo que representa una oportunidad única para las marcas de conectar mediante campañas que resuenen con una amplia gama de valores y emociones", explica Alex Martínez, Chief Strategy Officer de EXTE. "Es crucial apoyarse en la máxima innovación creativa y tecnológica para diferenciarse en este contexto", continúa diciendo.

EXTE, adtech líder, comparte algunas reflexiones para mantener el ritmo y maximizar el impacto durante uno de los eventos más esperados.

Todas las miradas puestas en la creatividad

Si bien la creatividad es un factor clave para conseguir la atención y el favor del público, todavía cobra más relevancia cuando se está ante entornos saturados como el digital, especialmente en momentos de gran reclamo. El objetivo es establecer conexiones significativas que fortalezcan el reconocimiento y la lealtad hacia la marca y, en este sentido, la tecnología es una herramienta clave.

"Estamos viendo un aumento en el uso de tecnologías avanzadas. Por ejemplo, nuestro formato ACE 3D facilita el desarrollo de interfaces interactivas mejoradas con efectos tridimensionales, capturando la atención del usuario y fomentando una experiencia más inmersiva. De manera similar, el formato AR permite al usuario interactuar con un escenario completo de realidad aumentada y tomar decisiones que alteran el flujo de la experiencia, creando una conexión más dinámica y personalizada. Estos formatos no solo atraen, sino que también involucran a los espectadores de manera profunda, haciendo que las campañas sean más memorables", continúa explicando Alex Martínez.

Un entorno enriquecedor

La publicidad contextual permite a las marcas alinear sus mensajes con los temas más candentes y los intereses de los espectadores, aumentando así la relevancia y la efectividad de las campañas. Es un momento sin precedentes para utilizar el marketing contextual y geolocalizado.

"Estamos lanzando campañas junto con nuestros clientes que están diseñadas para integrarse perfectamente en el entorno del torneo. Utilizando nuestra tecnología avanzada de targeting, podemos dirigirnos a los espectadores con mensajes relevantes en momentos clave, creando una experiencia publicitaria que no solo atrae, sino que también convierte", explica Martínez.

Un mix de medios diversificado

Desde el estadio hasta los hogares, pasando por bares y dispositivos móviles, los espectadores consumen contenido en múltiples plataformas, ofreciendo a las marcas numerosas oportunidades para conectar de manera efectiva y personalizada. La omnicanalidad es clave, por ello, EXTE cuenta con tantos hubs como medios predominantes en el mercado. Desde un player desarrollado in-house y soluciones de Connected TV hasta diseños editoriales que permiten a las marcas conectar con la audiencia de manera significativa, o un hub dedicado a mejorar la estrategia en redes sociales. Finalmente, con Echo y Pulse, EXTE enfoca el rendimiento como un flujo interminable de impacto y optimización, equilibrando ambos aspectos para construir soluciones a medida.

"La Eurocopa no solo atrae a una audiencia diversa y apasionada, sino que también representa una oportunidad para las marcas que adoptan una estrategia omnicanal", afirma Alex Martínez. "Aprovechar esta variedad de canales fortalece la conexión con los consumidores a través de experiencias cohesivas y personalizadas en cada paso del funnel de conversión", termina Martínez.

Datos de contacto:

EXTE

EXTE

674856294

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional Fútbol Marketing Madrid](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>